

Γκάμπι Στάινερ

Από άνθρωπο σε άνθρωπο

Εισόδημα και προοπτικές με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων



*«Αυτό που είστε
είναι το δώρο του Θεού προς εσάς,
Αυτό που πετυχαίνετε,
Είναι το δικό σας δώρο προς τον Θεό»*

Δανιήζικο ρητό

Πρόλογος


Τον Οκτώβριο του 2004 κυκλοφόρησε το βιβλίο μου «Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο». Τότε θεωρούσα ότι είχα γράψει έναν «οδηγό» για τους συνεργάτες μου. Έκτοτε έχουν πωληθεί πάνω από 100.000 βιβλία και CD. Στη Γερμανία αποτελεί πλέον ένα πασίγνωστο εργαλείο για τον επαγγελματικό αυτό κλάδο. Λαμβάνω πολλές ευχαριστήριες επιστολές και μηνύματα από ανθρώπους, στους οποίους το βιβλίο αυτό έδωσε νέα ερεθίσματα και κυρίως συγκεκριμένες συμβουλές προς εφαρμογή κατά την πρώτη χρονιά σ' αυτόν τον συναρπαστικό κλάδο.

Όλο και πιο συχνά μου εκφραζόταν η επιθυμία για μια εξίσου βοηθητική, αλλά πιο σύντομη, έκδοση ειδικά για νέους ενδιαφερόμενους. Κάτι για να «μεταδώσεις γρήγορα κι αλλού», «να πάρεις μια ιδέα» και να ενημερωθείς. Γι' αυτό συγκέντρωσα σύντομα αποσπάσματα από το βιβλίο μου και έφτιαξα ένα φυλλάδιο, που περιέχει αποκλειστικά τα θέματα εκείνα που είναι σημαντικά για να πάρει ένας ενδιαφερόμενος την απόφασή του. Συνιστώ όμως σε όσους θέλουν να ασχοληθούν διεξοδικότερα με το θέμα, να διαβάσουν ολόκληρο το βιβλίο!

Είμαι βεβαίως πάντα ευγνώμων για τη δυνατότητα που έχω, να προσφέρω μια ευκαιρία σε όλους, όσους θέλουν ν' αλλάξουν τη ζωή τους. Πρόσφατα διάβασα ένα μυστικό επιτυχίας, που θα ήθελα να σας το μεταφέρω εδώ – πρόκειται για τη διαφορά μεταξύ επιτυχημένων κι αποτυχημένων ανθρώπων:

Οι ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΟΙ άνθρωποι ενεργούν
κατόπιν επιβεβαιωμένων πληροφοριών.
Οι ΑΠΟΤΥΧΗΜΕΝΟΙ κατόπιν ανεπιβεβαίωτων
προκαταλήψεων.

Σας εύχομαι καλή διασκέδαση με το σύντομο ανάγνωσμα που ακολουθεί και θα χαρώ να σας γνωρίσω κάποια στιγμή και προσωπικά!


Γκάμπι Στάινερ

Τι είναι το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων;

Πρόκειται για μια δυνατότητα, να κερδίσει κανείς χρήματα; Θλίβομαι, όταν ακούω ότι κάποιος περιορίζει τις δυνατότητές του μόνο στο «χρηματικό κέρδος». Πέρα από την ευημερία εγώ βλέπω σ' αυτό κυρίως τη δυνατότητα να αποκτήσει κάποιος τις ιδανικές αξίες, όπως ένα υψηλό μέτρο ελευθερίας και ανεξαρτησίας. Αληθινός πλούτος σημαίνει, να ανοίγεις το δρόμο της επιτυχίας και σε άλλους ανθρώπους, να κάνεις φίλιες και να τις φροντίζεις, να γνωρίζεις άλλο κόσμο, ήθη και έθιμα και πάνω απ' όλα σημαίνει την πολυτέλεια, να έχεις χρόνο για την υγεία σου, την οικογένειά σου, τους φίλους και τα χόμπι σου.

Η μεγαλύτερη πρόκληση συνίσταται στο να κάνεις κατανοητό στον συνομιλητή σου, ότι εδώ δεν πρόκειται σε καμία περίπτωση για πώληση με την κλασική έννοια του όρου. Γι' αυτό και θα ήθελα καταρχάς να σας διασαφηνίσω μέσω μιας εξιστόρησης, πώς εννοώ τη διαφορά μεταξύ πώλησης και του Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων:

Τον Ιούλιο του 2004 ήθελα να κάνω διακοπές για λίγες μέρες στην Ελβετία. Η εταιρεία έχει αναπτυχθεί και στην Ελβετία και η ελβετική ομάδα μας είχε ενθουσιαστεί με το γεγονός ότι θα αξιοποιούσα την παραμονή μου εκεί δίνοντας δύο σεμινάρια. Το πρώτο σεμινάριο στη Ζυρίχη ήταν μάλλον «σφιγμένο», πράγμα που οφειλόταν κατά πολύ σε μια κυρία που καθόταν στην πρώτη σειρά, και η οποία είχε προφανώς εκ των προτέρων αποφασίσει ότι δεν επρόκειτο να της αρέσει ...

Εγώ πάλι είμαι παθιασμένη ομιλήτρια και τρελαίνομαι να έχω στο ακροατήριο άτομα, που θέλουν ν' ακούσουν τις εμπειρίες μου. Από την άλλη πρέπει να παραδεχτώ, ότι αντιδρώ συναισθηματικά και είμαι ευαίσθητη, γι' αυτό και αυτή η «ενέργεια» με έβγαλε αρκετά εκτός προγράμματος. (Αυτό βέβαια το βλέπει μόνο κάποιος που με γνωρίζει – για μένα όμως σημαίνει πραγματική δουλειά, γιατί πρέπει να μετρώ την κάθε μου φράση. Ενώ όταν είμαι σε έμπνευση, τα λόγια βγαίνουν σαν χείμαρρος από μέσα μου).

Μετά το διάλειμμα η καρέκλα ήταν άδεια και όταν τελείωσε η εκδήλωση ήρθε η αδερφή της εν λόγω κυρίας και μου είπε: «Τι στο καλό να κάνω με την αδερφή μου – νόμισε ότι το θέμα εδώ είναι αποκλειστικά οι πωλήσεις!» Πάλι αυτός ο μπαμπούλας!

Έχω μάθει ότι συχνά και οι πιο δυσάρεστες καταστάσεις μπορεί να αποτελούν

πρόκληση, ειδικότερα μια αυξητική δυναμική. Όλη την εβδομάδα στην Ελβετία έστυβα το κεφάλι μου ψάχνοντας μια δυνατότητα να εξηγήσω καλύτερα το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων, ώστε να γίνεται ευκολονόητο για τον καθένα, χωρίς παρεξηγήσεις, τελικά μου ήρθε μια καλή ιδέα.

Την Παρασκευή το βράδυ γινόταν το σεμινάριο στο Λάντκβαρτ της Ελβετίας – αναδιαμόρφωσα λοιπόν απλούστατα το πρόγραμμά μου και διηγήθηκα την ιστορία της κυρίας στην πρώτη σειρά. Έτσι όπως το αισθάνθηκα και το βίωσα εγώ.

Τι είναι το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων; πολύ απλά, Πριν την εξήγηση, πρέπει να συνειδητοποιήσετε το εξής:

Για κάθε προϊόν που αγοράζετε από κάποιο κατάστημα, είτε πρόκειται για βιβλίο, για το παντέλони που φοράτε ή για οτιδήποτε, πληρώνετε την τιμή του καταστήματος. Αυτό το δεχόμαστε όλοι. Το ερώτημα είναι, τι ποσό τελικά πηγαίνει στον παραγωγό; Σύμφωνα με τους υπολογισμούς, κατά γενική ομολογία ένα ποσοστό από 20 έως 40%. Αυτό όμως σημαίνει ότι το κύριο μερίδιο μένει στην πώληση. Για έξοδα πχ όπως διαφήμιση και διάθεση. Το ενοίκιο του καταστήματος πρέπει να πληρωθεί, ανεξαρτήτως τζίρου. Γι' αυτό και πολλοί ελεύθεροι επαγγελματίες υποφέρουν με τα «πάγια έξοδα». Και το προσωπικό επίσης παίρνει το μισθό του, ακόμα κι αν ο τζίρος είναι χαμηλότερος. Οι περισσότεροι το καταλαβαίνουν όλο αυτό πολύ καλά.

Στην Ελβετία λοιπόν, διηγήθηκα εκείνη τη μέρα το ακόλουθο παράδειγμα:

«Φανταστείτε ότι σ' ένα δρόμο υπάρχουν τρία βενζινάδικα. Το ένα είναι ο «Ρούντι Ρούσελ» (μη γελάτε, υπάρχει πράγματι στην Ελβετία!), το άλλο η «Σελ» και το τρίτο είναι ένα πραγματικά ιδιαίτερο βενζινάδικο. Δεν υπάρχει κτίριο, αλλά μόνο μια στήλη με κάνουλα και όταν βρέχει γίνεστε μούσκεμα. Ούτε υπάλληλος υπάρχει για να σας εξυπηρετήσει, αλλά πρέπει να βάλετε τη βενζίνη μόνος σας. Υπάρχει όμως μια μοναδική δυνατότητα: Τα χρήματα που εξοικονομούνται από το προσωπικό, την εξυπηρέτηση, το ενοίκιο ή τη μίσθωση (και πρόκειται για μεγάλο ποσό) δίνονται στα άτομα που συστήνουν αυτό το ιδιαίτερο βενζινάδικο. Όταν λοιπόν βάζετε 100 ελβετικά φράγκα βενζίνη σ' αυτό το βενζινάδικο, τότε παίρνετε για καθέναν, στον οποίον το είπατε και ο οποίος έκτοτε βάζει εκεί βενζίνη, και για τον καθένα επίσης που το έμαθε απ' αυτόν που το συστήσατε, ένα συγκεκριμένο ποσό ως επιστροφή στο τέλος του μήνα. Ας υποθέσουμε, ότι στο παράδειγμά μας επρόκειτο για 10 ελβετικά φράγκα για

κάθε σύσταση. Αυτό σημαίνει ότι αν βάζετε εκεί βενζίνη τον πρώτο μήνα και το πείτε στη φίλη σας την Άννα, η οποία θα βάζει στο εξής επίσης βενζίνη εκεί, θα σας επιστρέφονταν 10 ελβ. φράγκα. Τον επόμενο μήνα θα το λέγατε για παράδειγμα και στον πατέρα σας τον Αλφρεντ, και η Άννα θα το έλεγε στον ξάδερφό της τον Βέρντ. Τώρα τρία άτομα (η Άννα, ο Αλφρεντ και ο Βέρντ) βάζουν βενζίνη από εκεί εξαιτίας της δραστηριότητάς σας. Αυτό σημαίνει 30 ελβετικά φράγκα ή Ευρώ πίσω!». Η ερώτησή μου «Ποιος από εσάς θα έβαζε βενζίνη σ' αυτό το βενζινάδικο;» θα λάμβανε σχεδόν 100% θετική για το βενζινάδικο απόκριση. Ρώτησα το ελβετικό κοινό μου (που εν τω μεταξύ δεν ήταν πλέον τόσο άκαμπτο), εάν μπορούσαν να φανταστούν ότι θα συνέστησαν το βενζινάδικο κάθε μήνα σε ένα άτομο. Όλοι μπορούσαν να το κάνουν. Ο υπολογισμός που ακολουθεί προκάλεσε απίστευτη έκπληξη. Πιθανόν παράλληλα με την κατάρρευση των σχετικών παραδειγμάτων που κατέχουν οι περισσότεροι άνθρωποι στην κατεύθυνση αυτή.

«Τον δεύτερο μήνα βάζουν βενζίνη τέσσερα άτομα, συμπεριλαμβανομένου του εαυτού μου. Και πληρώνω, όπως όλοι, 100 φράγκα για το γέμισμα, παίρνω όμως πίσω 30 φράγκα (τρία άτομα X 10 φράγκα). Αν ο καθένας τους το συστήσει σε ένα ακόμα άτομο το μήνα – κι εκείνος ή εκείνη βάζουν βενζίνη εκεί – μας κάνει τον τρίτο μήνα οκτώ άτομα, τον τέταρτο 16, και τότε πλέον γεμίζουμε το αυτοκίνητό μας με δωρεάν βενζίνη και μας μένει και κάτι! Το πέμπτο μήνα γίνονται 32, τον έκτο 64, τον έβδομο 128, τον όγδοο 256, μετά 512, 1024, 2048 και τον δωδέκατο μήνα, προσέξτε, είναι πλέον 4096 άτομα, που βάζουν εκεί βενζίνη. 4096 που βάζουν εκεί βενζίνη, παρ' όλο που εγώ ο ίδιος συνέστησα το βενζινάδικο σε πόσα άτομα; Σωστά! Μόνο σε δώδεκα! Η φίλη μου η Άννα το συνέστησε σε 11 άτομα, ο ξάδερφός της ο Βέρντ σε άλλα 10 κοκ ... Αυτή είναι η δύναμη του πολλαπλασιασμού! Κι αυτή η δύναμη φροντίζει για ένα συνολικό ποσό, για το οποίο πραγματικά θα «τρίβεται τα μάτια σας».

Και τώρα το πιο αποφασιστικό ερώτημα: «Ποιος από εσάς θα μπορούσε να ισχυριστεί στα σοβαρά ότι πουλάμε βενζίνη;». Θα ήθελα να σας είχα όλους από μια μεριά για να δείτε τι έγινε. Είναι απίστευτο, πώς με αυτό το μικρό παράδειγμα μπήκαν επιτέλους όλοι στο νόημα! Αυτό ήταν!

Καμιά φορά ακούω το επιχειρήμα: «Έχει να κάνει και με πωλήσεις». Αυτό αληθεύει! Φυσικά γίνεται κι εδώ εμπόριο, πώληση βενζίνης. Αλλά πάντως όχι απ' τα άτομα που συνέστησαν το βενζινάδικο! Τη βενζίνη την πουλάει σε κάθε περίπτωση το βενζινάδικο!

Όλοι εκεί στην Ελβετία διέκριναν την ευκαιρία να πετύχουν ένα μικρότερο ή μεγαλύτερο εισόδημα μέσω της σύστασης αυτού του βενζινάδικου. Η ακόμη κι απλά να βγάζουν τα έξοδα για τη βενζίνη τους! Κι αυτός είναι ο λόγος που υπάρχουν οι εταιρείες Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων! Απλώς και μόνο επειδή στην εποχή μας υπάρχουν αρκετοί λόγοι ν' αναζητά κανείς νέες ευκαιρίες. Οι παλιές δεν λειτουργούν πια. Σκεφτείτε μόνο τις θέσεις εργασίας, ή τη σύνταξη ή τι θα λέγατε για το σύστημα υγείας μας;

Το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι η λύση σε πολλά προβλήματα. Συχνά αναρωτιέμαι, γιατί πολλοί δεν το αναγνωρίζουν. Ίσως είναι στην ανθρώπινη φύση μας, να πρέπει να πέφτουμε πρώτα σε λάθος επιλογές, πριν βρούμε τις σωστές;

Ήταν ωραίο να βλέπει κανείς τις αντιδράσεις τους, όταν τους έθεσα την ερώτηση: «Πώς θα παρουσιάζατε στον φίλο σας αυτή την ευκαιρία; Θα επαινούνε την ποιότητα της βενζίνης; Εδώ μπορείς να βάλεις φραβερή βενζίνη, έναν απίθανο αριθμό οκτανίων, χρυσόξανθο στο χρώμα; Και κυρίως – θα σου ερχόταν η ιδέα να πεις: Δεν έχω καθόλου χρόνο για τέτοια;» Τώρα σίγουρα θα γελάτε, γιατί έχετε συνειδητοποιήσει, πόσο κωμικό θα ήταν.

Οι παρατηρητικοί αναγνώστες θα έχουν ήδη εντοπίσει δύο προβλήματα στο παράδειγμα: Το πρώτο είναι, ότι κανείς δεν πληρώνει 12 x 10%. Αυτό είναι σαφές. Στις περισσότερες επιχειρήσεις, όσο πιο πολύ κατεβαίνεις σε επίπεδα, τόσο μικρότερα ποσοστά μοιράζονται.

Το δεύτερο πρόβλημα: Δεν γίνεται με τη βενζίνη! Αυτό ίσως οφείλεται στην πινακίδα που είδα πρόσφατα σε ένα βενζινάδικο: «Δεν είμαστε διανομείς βενζίνης, αλλά φοροεισπράκτορες». Δεν έχει σημασία, σίγουρα κατανοήσατε το σύστημα ή την ιδέα. Και ελπίζω να σας άρεσε τόσο, ώστε να αναλογιστούμε μαζί, ποιο προϊόν θα ταίριαζε.

Σε όλους είναι νομίζω πλέον σαφές, ότι πρέπει να παραχθεί τζίρος για να αποδοθούν οι προμήθειες ή τα μπόνους. Οι Ελβετοί μου ήταν πια έτοιμοι να σκεφτούν μαζί μου, ποιο προϊόν εκτός της βενζίνης θα ήταν κατάλληλο για τον επιχειρηματικό αυτόν τομέα.

Θέτω το ερώτημα: «Τι ιδιότητες πρέπει να έχει ένα προϊόν, ώστε να είναι κατάλληλο για τη δουλειά αυτή;» Ας αναλογιστούμε μαζί: Φυσικά πρέπει να **καταναλώνεται**. Μια ηλεκτρική σκούπα θα σας είναι άχρηστη, γιατί δεν διαλύεται κάθε μήνα. Επίσης πρέπει να είναι κάτι, που να τελειώνει κάθε μήνα, να

είναι αναλώσιμο, γιατί διαφορετικά δεν υπάρχει **σταθερό μηνιαίο** εισόδημα.

«Σταθερό» δεν σημαίνει βεβαίως, ότι τα χρήματα είναι ουρανοκατέβατα, χωρίς να χρειαστεί να κάνετε κάτι κι εσείς. Αποκτάτε ένα συμπαγές, σταθερό εισόδημα, μόνο αν έχετε κάνει κι εσείς κάτι από πριν γι' αυτό.

Κατά δεύτερον είναι σημαντικό, να είναι το προϊόν κατάλληλο **για όλους**. Η τροφή των αλόγων καταναλώνεται μεν, αλλά ποιος διαθέτει αλόγα; Και το πιο σπουδαίο: Πρέπει να πρόκειται για κάτι **σημαντικό**, που πραγματικά χρειάζομαστε, που είναι πρωτοποριακό, ένας κλάδος με δυναμική ανάπτυξης, με μέλλον. Τι δυνατότητες υπάρχουν; Προέκυψε έτσι μια ενδιαφέρουσα συζήτηση με ομόφωνο συμπέρασμα: Υπάρχει μόνον ένας κλάδος, κι αυτός είναι η φροντίδα σώματος, η γυμναστική, η υγεία και το “Best-Aging”. Και επειδή η επιχείρησή μου με τα φυσικά προϊόντα της κινείται ακριβώς σ' αυτό χώρο της αναπτυσσόμενης ή της πρωτοποριακής αγοράς, διακήρυξα αυτή τη θέση στην αίθουσα, ότι κατά τη γνώμη μου **όλος ο κόσμος** ενδιαφέρεται για τα προϊόντα μας. Θα έπρεπε να ακούσετε τις φωνές διαμαρτυρίας ... (επεδίωκα και να τις προκαλέσω).

Παρόλα αυτά εμμένω στην άποψή μου: Θεωρώ πάντα ότι όλοι θέλουν να «χαίρουν βίον μακρόν, άκρας υγείας», όπως ήταν και ο τίτλος ενός ουδέτερου βιβλίου της Άνν Σίμονς, που περιγράφει ένα από τα κατεξοχήν προϊόντα μας, το OPC. Το πρόβλημα είναι άλλο. Το πρόβλημα είναι, ότι είναι λίγοι αυτοί που γνωρίζουν ή πιστεύουν, ότι υπάρχει μια αναμφίβολη σύνδεση μεταξύ των ασθενειών του αστικού μας πολιτισμού και της διαδικασίας γήρανσής μας και συγκεκριμένων θρεπτικών ουσιών! Γιατί συμβαίνει αυτό; Ο Μαξ Πλανκ διατύπωσε πολύ εύστοχα την κατάσταση: *«Η επιστημονική αλήθεια δεν υπερσχύει, επειδή πείδονται οι αντίπαλοί της, αλλά κυρίως επειδή οι αντίπαλοι σιγά σιγά πεθαίνουν και η επόμενη γενιά μεγάλωσε εξ αρχής με νέο τρόπο σκέψης!»*

Είναι κρίμα για πολλούς που μεγαλώνουν και ζουν στον «ενδιάμεσο χρόνο» και δυστυχώς δεν μπορούν (πλέον;) να ενημερωθούν σχετικά ... Κι αν όμως τελικά υπάρχει ουσία σ' όλα αυτά; Αν οι αναρίθμητες μελέτες για τις θρεπτικές ουσίες και τα αντιοξειδωτικά είναι σωστές; Κι αν εσείς δεν ακολουθείτε αυτήν την παρότρυνση; Δεν θα το επιβεβαιώσετε; Δεν θα ζητήσετε περαιτέρω ενημέρωση; Με το χέρι στην καρδιά: Δεν θα ήταν έξυπνο, να διερευνήσετε λίγο μια τέτοια σημαντική συμβουλή; Μπορούμε να το αγνοήσουμε;

Διηγήθηκα στους Ελβετούς μια πολύ απλή, πασιγνώστη ιστορία: *«Τι γίνε-*

ται με το μήλο, όταν το κόβω;». Σωστά. Η επιφάνειά του μαυρίζει! *«Γιατί;»*. Πολλοί λοιπόν γνώριζαν την απάντηση, αυτό οφείλεται στο οξυγόνο, την οξείδωση, το σίδηρο σκουριάζει με την ίδια διαδικασία. Συνέχισα: *«Τι μπορούμε τώρα να κάνουμε για να αποφύγουμε το μαύρισμα αυτό;»* Αυτό το ξέρον σχεδόν όλες οι νοικοκυρές: Του ρίχνουμε σταγόνες λεμονιού. *«Και γιατί σταγόνες λεμονιού; Τι περιέχουν;»* Φυσικά, βιταμίνη C! Κι αυτή η βιταμίνη C εμποδίζει για περίπου τέσσερις ώρες την οξείδωση, την γήρανση ή το σάπισμα του μήλου. Επειδή η βιταμίνη αυτή είναι ένα σπουδαίο αντιοξειδωτικό.

Φανταστείτε να έχουν δίκιο οι νέες έρευνες για το θέμα αυτό και να επιδρούν πράγματι τα αντιοξειδωτικά που περιορίζουν τις ελεύθερες ρίζες στο σώμα μας! Αν λοιπόν δείτε τη βιβλιογραφία να επιβεβαιώνεται στο ίδιο σας το σώμα, θα το κρατήσετε μόνο για τον εαυτό σας; ΔΕΝ θα το διηγηθείτε στον κόσμο που συμπαθείτε; Συχνά σκέφτομαι τα ιστορικά βιβλία του μέλλοντος αυτά που θα γραφτούν μετά το 2050. Τα φαντάζομαι κάπως έτσι:

«Οι άνθρωποι κατά τον 21ο αιώνα μόλις είχαν ανακαλύψει την επίδραση των αντιοξειδωτικών και ως εκ τούτου τη λύση στα τεράστια προβλήματα των ασθενειών του αστικού πολιτισμού. Για αδιευκρίνιστους όμως λόγους τήρησαν μια στάση άγνοιας, επανάπαυσης και προσκόλλησης στον πεπερασμένο τρόπο σκέψης, με συνέπεια να παρέλθουν δεκαετίες μέχρι να αφυπνιστεί η γνώση αυτή στον νου των ανθρώπων και να καταστεί χρήσιμη ...»

Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων ή Δίκτυο Καταναλωτών

Το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων νοείται ως γνήσιο Δίκτυο Καταναλωτών. Είναι μια μορφή Δικτυακού Μάρκετινγκ, όπου ο βαθμός πρόκρισης είναι γενικά τόσο χαμηλός, ώστε μπορεί κανείς να τον επιτύχει καλύπτοντας απλώς τις προσωπικές του ανάγκες (ας σκεφτούμε το γέμισμα βενζίνης!). Ο καθένας μπορεί, συστήνοντας αυτό το πρόγραμμα ή βεβαίως τα προϊόντα, να δημιουργήσει τη δική του ομάδα, χωρίς ποτέ να χρειαστεί να πουλήσει αγαθά στον τελικό αγοραστή ή να έχει χρηματικές συναλλαγές. Ο αγοραστής συνδέεται απευθείας με την εταιρεία. Και παρόλο που κανείς δεν χρειάζεται να πουλήσει είδη, προκύπτει τέτοιος τζίρος για τη δραστηριότητα αυτή, που επιτρέπει την απόδοση προμηθειών σε διαφορετικά επίπεδα. Όλοι παίρνουν προϊόντα για προσωπική τους χρήση κι όλοι πληρώνουν την ίδια τιμή γι' αυτά. Το εκπληκτικό σ' αυτή τη γνήσια μορφή του Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι ότι μπορεί κάποιος με ένα προϊόν που ούτως ή άλλως χρησιμοποιεί ο ίδιος και το καταναλώνει κάθε μήνα να δημιουργήσει ένα σταθερό ή αυτενεργές εισόδημα.

Στο βιβλίο μου «Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο» θα βρείτε συγκεκριμένα αριθμητικά παραδείγματα για το θέμα.

Η ιστορία μου αναλυτικά

Όταν έκανα την πρώτη μου επαφή με τον κλάδο αυτό τον Αύγουστο του 1993, αμέσως διέκρινα την ευκαιρία που ενυπήρχε σ' αυτόν. Δεν είχα την παραμικρή αμφιβολία ότι μ' αυτό το σύστημα θα πετύχαινα. Είδα αμέσως, ότι εξαρτάται απ' την δραστηριοποίησή μου και μόνο και ήμουν έτοιμη να το κάνω. Αυτό σημαίνει, να προκαταβάλλω το τίμημα.

Μου ήταν σαφές, ότι έπρεπε να εργαστώ σκληρά για μερικά χρόνια, ώστε μετά να απολαμβάνω ένα σταθερό εισόδημα, που είναι και ο σκοπός ενός συνεργάτη δικτύου. Τότε ήμουν μόνη μητέρα ενός οκτάχρονου αγοριού, του Τιμ, και εργαζόμουν με ποσοστό απασχόλησης 75% σε τεχνικό χονδρικό εμπόριο. Ο χρόνος που απαιτούσαν το σχολείο και η φροντίδα του παιδιού δεν άφηνε καμία δυνατότητα για καριέρα. Επίσης η οικονομική μου κατάσταση δεν έμοιαζε να αφήνει κάποια φωτεινή ελπίδα στη ζωή μου.

Μόλις μετά από έξι μήνες ενασχόλησης με την τότε δευτερεύουσα δουλειά, μπορούσα πια να παρατήσω την κύρια εργασία μου. Ήταν μια μεγάλη ανακούφιση για εμένα παρόλο που είχα δουλέψει αφοσιωμένα στην άλλη εταιρεία δεκαεπτά χρόνια. Η νέα μου δουλειά μου άρεσε πολύ και λόγω της ενασχόλησής μου με το θέμα της διατροφής για πάνω από τριάντα χρόνια, έγινα γρήγορα εισηγήτρια σεμιναρίων και πέρασα πολλά Σαββατοκύριακα σ' αυτά. Σήμερα σκέφτομαι ότι εξαιτίας αυτού έχασα πολύτιμες στιγμές από την ανατροφή του γιού μου. Αυτό είναι ένα από τα λίγα σημεία στη ζωή μου, που ευχαρίστως θα άλλαζα ... Κι ο λόγος είναι ότι εν τω μεταξύ δίνω πολύ μεγάλο βάρος στην αρμονική ένταξη της δουλειάς στην οικογενειακή ζωή.

Το 1996 συνέβη κάτι, που έφερε άνω κάτω τη ζωή μου. Γνώρισα τον σύντροφό μου Μάνφρεντ (τον αποκαλώ Βίσι). Για να ακριβολογούμε, απέρριψα όλες τις απόψεις και τις θεωρίες που είχα για τις σχέσεις και τους άντρες και απλά τον αγάπησα. Και τότε άρχισαν τα προβλήματα: Το πρώτο προέκυψε, γιατί ο βασικός χρόνος της δουλειάς του ήταν μέσα στην εβδομάδα, ενώ η δική μου ήταν τα Σαββατοκύριακα με τακτικά διήμερα σεμινάρια. Το δεύτερο ζήτημα προέκυψε, καθώς ο Μάνφρεντ, αμέσως πριν γνωριστούμε, είχε κλείσει ένα 20ήμερο ταξίδι στη νότια Αφρική. Για μένα ήταν πολύς καιρός, καθώς έπρεπε να πουλήσω προϊόντα μερικών χιλιάδων γερμανικών μάρκων στην επιχείρησή μου, προκειμένου να πάρω την προμήθεια. Και πώς παρακαλώ να πουλήσει κανείς τόσα αγαθά, όταν βρίσκεται για τρεις εβδομάδες στη νότια Αφρική;

Από την άλλη, μου ήταν αφόρητη η σκέψη να περάσω τα Χριστούγεννα χωρίς τον Βίσι, και να τα γιορτάσω σε απόσταση 8.000 χλμ μακριά του. Τότε για πρώτη φορά αναρωτήθηκα για το νόημα της δουλειάς μου. Τότε πλέον κατάλαβα, ότι επρόκειτο μεν για μια δικτυακή επιχείρηση, αλλά το βάρος πέφτει στην απευθείας πώληση λόγω του προγράμματος επιβράβευσης. Και τότε ξαφνικά συνειδητοποίησα, ότι δεν είχα καθόλου δια βίου εισόδημα!

Αναρωτήθηκα: «Και τι θα γίνει, αν αρρωστήσω; Η αν απλώς δεν έχω πια καμιά διάθεση να δουλέψω;»

Παρόλα αυτά πέρασαν άλλα δύο χρόνια μέχρι τα τέλη του 1998, όπου γνώρισα τυχαία σε ένα σεμινάριο τον Ντόν Φάιλλα. Είχα πάει σ' εκείνο το σεμινάριο, γιατί εκείνη την εποχή τα «εργαλεία» μας όπως οι καταχωρίσεις και τα φυλλάδια, δεν λειτουργούσαν πια καλά και πολλοί απ' τους συμβούλους μου συναντούσαν προβλήματα στην επίτευξη του βαθμού πρόκρισης (πρόκειται για την ποσότητα αγαθών, απ' τα οποία πρέπει κανείς να «πουλήσει», ώστε να πάρει προμήθεια για τη δημιουργία της ομάδας του). Χωρίς βαθμούς, επιταγή δεν παίρνεις. Ήθελα να παρέχω στην ομάδα μου ένα νέο εργαλείο για να δώσω νέα ώθηση στα πράγματα. Η ομάδα μου αποτελούνταν κυρίως από νέες μητέρες με παιδιά κι ακόμα σκέφτομαι με θλίψη, πώς ξυπνούσαν νωρίς κάθε πρωί πριν από τα παιδιά τους για να μοιράζουν φυλλάδια στα γραμματοκιβώτια. Κάθε μέρα! Το καλοκαίρι κάτι πάει κι έρχεται, αλλά φαντάζεστε το χειμώνα;

Ο Ντόν και η Νάνσυ Φάιλλα είναι πολύ γνωστοί εκπαιδευτές δικτύου και αυτά που είπαν τότε στο σεμινάριο με εντυπωσίασαν βαθύτατα:

«Το πραγματικό Μάρκετινγκ Συστάσεων δεν έχει καμία σχέση με τις πωλήσεις. Εδώ απλώς πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν το δικό τους προϊόν! Έχεις ένα καλό προϊόν και αναζητάς πέντε φίλους, που θέλεις να τα καταφέρετε μαζί και τους βοηθάς να μιλήσουν με τους φίλους τους. Έτσι, δεν θα χρειαστεί ποτέ να μιλήσεις με αγνώστους»

Τα λόγια του Ντον ηχούν ακόμα σαν μουσική στ' αυτιά μου, όταν έλεγε: «Ο καθένας μπορεί να γνωρίσει έναν άγνωστο, όταν αυτός του συστηθεί μέσω ενός φίλου». Ο καθένας έχει περίπου 100 άτομα στο περιβάλλον του, ανάμεσα στα οποία βρίσκονται σίγουρα πέντε, που θέλουν στα σοβαρά ν' αλλάξουν τη ζωή τους.

Εντυπωσιάστηκα από την απλή ιδέα του δικτύου και παρήγγειλα αμέσως 1.000 βιβλία του Ντον με τίτλο «Το μέλλον σας». Ποτέ ξανά αγγελίες και συνομιλίες με αγνώστους – ποτέ ξανά διανομή φυλλαδίων στα γραμματοκιβώτια. Αμέσως συγκέντρωσα την ομάδα μου και τους εξήγησα την απλή πορεία μας προς την επιτυχία. Τι χαρά, να μη χρειάζεται πια να πουλάμε – βρίσκει κανείς πέντε φίλους και μιλά με τους φίλους τους! Με υψηλό το ηθικό μας στρωθήκαμε στη δουλειά, για να ανακαλύψουμε μετά από λίγες βδομάδες, ότι τίποτα πια δεν πήγαινε καλά. Γιατί όμως; Λοιπόν, έχοντας τον περιορισμό του βαθμού πρόκρισης έπρεπε να πουλήσουμε, για να πάρουμε την προμήθειά μας. Και τότε συναισθάνθηκα για πρώτη φορά τη διαφορά μεταξύ απευθείας πώλησης και Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων! Και πλέον δεν ήθελα να πουλάω. Ήθελα να γίνω «δασκάλα» και να δείχνω στους άλλους, πώς θα πετύχαιναν στην πραγματικότητα τον στόχο τους! Εκείνο τον καιρό διάβαζα κάθε σχετικό βιβλίο που έπεφτε στα χέρια μου. Σε ένα βιβλίο του Έντουαρντ Λάντμπρουκ διάβασα το εξής:

«Πρέπει να αναρωτηθείτε, εάν βγάζετε χρήματα, ακόμα κι όταν δεν εργάζεστε. Αν απαντήσετε αρνητικά στην ερώτηση αυτή, τότε έχετε πέσει στη παγίδα, όπως το 99% της ανθρωπότητας»

Εκεί είχα πέσει λοιπόν! Δεν έβλεπα καμία λύση μπροστά μου. Δεν γνώριζα τότε καμία επιχείρηση, που να κάλυπτε το βαθμό πρόκρισης απλώς και μόνο μέσω της προσωπικής χρήσης των προϊόντων. Σήμερα πλέον γνωρίζω, ότι πάντα προκύπτουν ευκαιρίες, αν είναι κανείς ανοικτός και πρόθυμος.

Η δική μου η ευκαιρία εμφανίστηκε τον Απρίλιο του 1999 με τη μορφή της καταχώρισης μιας επιχείρησης, την οποία πρόσεξα λόγω μιας φωτογραφίας του Ντον και της Νάνσυ Φάιλλα. Αμέσως έκανα βέβαια τον συνδυασμό, ότι για να ενδιαφέρεται ο Ντον για μια επιχείρηση, πρέπει αυτή να ταιριάζει με το βιβλίο του! Αυτό βέβαια μου προκάλεσε τρομερό ενδιαφέρον και ασχολήθηκα

λίγο περισσότερο με την υπόθεση. Με εντυπωσίασε το ότι επρόκειτο για μια επιχείρηση που οι ρίζες της ανατρέχουν στο 1936. Ήμουν πλέον 44 ετών και το γεγονός ότι επρόκειτο για μια οικογενειακή επιχείρηση εγκαθιδρυμένη από τόσο παλιά, με εφοδίαζε με μεγάλη σιγουριά για την απόφασή μου. Η ποικιλία των προϊόντων που ήταν απαλλαγμένα από κάθε είδους χημικά ήταν ένα επιπλέον προσόν και το πρόγραμμα των μπόνους ταίριαζε απόλυτα στον στόχο μου, να πετύχω την πραγματική οικονομική μου ανεξαρτησία. Μετά από έξι χρόνια στον κλάδο αυτόν αναγνώρισα ότι αυτό το σχέδιο μάρκετινγκ χωρίς έξοδα έναρξης επιχείρησης μπορεί να επιτευχθεί και μάλιστα να διπλασιαστεί από τον καθένα! Κι ότι εξαιτίας αυτού επρόκειτο για ένα γνήσιο **δίκτυο καταναλωτών**, όπως το είχα πάντα οραματιστεί!

Ο στόχος μου τότε ήταν εξάλλου περιορισμένος. Ο Ντον Φάιλλα το είχε διατυπώσει τότε ως εξής: «*Φανταστείτε ότι οι δόσεις του σπιτιού και του αυτοκινήτου σας έχουν πληρωθεί και κάθε μήνα, είτε σηκώνεστε για δουλειά είτε όχι, έχετε ένα σταθερό εισόδημα 5.000 γερμανικών μάρκων!*». Αυτός ήταν εξαρχής ο στόχος μου τότε. Τα 5.000 μάρκα ήταν τότε μεγάλο ποσό και έφτανε για να κάνω μια καλή ζωή με τον Βίσι. Και μετά απ' όλες τις εμπειρίες του παρελθόντος, αυτή η ευκαιρία ήταν για μένα κατάλληλη! Ένα δώρο εξ ουρανού, ένα χρυσό εξάρι στο λόττο!

Όνειρα και στόχοι

Χωρίς όνειρα, στόχοι δεν υπάρχουν.

Σ' αυτό το κεφάλαιο θα ήθελα να σας ενθαρρύνω, να επαναφέρετε τα όνειρά σας και να έχετε εμπιστοσύνη στον εαυτό σας και στις ικανότητές σας. Και να δημιουργήσετε απ' αυτά έναν σωστό στόχο. Θα ήθελα να σας δείξω μια δυνατότητα, η οποία κάνει τη δουλειά διασκεδαστική, και αν κανείς την κάνει σωστά, δεν μπορεί να χαρακτηριστεί καν δουλειά. Μια δυνατότητα, όπου κανείς δεν ρωτά τι εκπαίδευση έχετε κι από πού κατάγεστε. Κανείς δεν σας αφήνει απ' έξω, γιατί είστε πολύ μεγάλος ή δεν έχετε το σωστό φύλο. Εμένα με γοητεύει η σκέψη, να οικοδομήσω την οικονομική μου ανεξαρτησία μαζί με τους ανθρώπους που μου είναι σημαντικοί.

Το ότι πετυχαίνει, δεν χρειάζεται πλέον απόδειξη. Το έχω κιόλας πετύχει ...!

Το 1999 άρχισα ν' ασχολούμαι με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων. Χωρίς κεφάλαιο, χωρίς πάγια έξοδα! Προ πολλού δεν χρειάζεται πια να εργάζομαι και μπορούμε να επιλέγουμε πού θέλουμε να ζούμε. Σε κάθε περίπτωση, κοντά σε νερό! Απολαμβάνουμε τη ζωή μας είτε στο εκπληκτικό σπίτι μας στο αγαπημένο νησί της Μαγιόρκα με θέα τη θάλασσα (στην ιστοσελίδα μου www.gabisteiner.de θα βρείτε κάποιες φωτογραφίες και εντυπώσεις μου από το νησί), είτε σ' ένα ονειρεμένο ρετιρέ στη λίμνη της Κοστάντζας. Το σημερινό μηνιαίο εισόδημά μου έχει ξεπεράσει ήδη προ ετών κατά πολύ το ύψος του παλιότερου ετήσιου εισοδήματός μου ...

Κάθε μέρα είναι ευγνώμων για τη ζωή μου. Και είμαι εξαιρετικά ευγνώμων που μπορώ να δείξω αυτή τη δυνατότητα και σε άλλους. Είχατε ποτέ στη ζωή σας υπαρξιακά άγχη; Εγώ είχα – και ξέρω με βεβαιότητα ότι θα έκανα τα πάντα για να απαλλαχτώ απ' αυτά τα συναισθήματα!

Όπως είπα, δεν χρειάζεται πλέον ν' αποδειχτεί ότι λειτουργεί, το μόνο ζήτημα είναι πώς λειτουργεί και κυρίως πώς λειτουργεί **για εσάς**. Και για αυτούς λόγους γράφω αυτό το φυλλάδιο. Πολύ όμορφο για να 'ναι αληθινό; Όχι, σε

καμία περίπτωση. Γιατί θα σας δείξω επίσης, ότι η επιτυχία και η οικονομική ανεξαρτησία έχουν να κάνουν και με τη δουλειά. Η, για να το πούμε καλύτερα, με τη δραστηριοποίηση. Θα σας πω με ειλικρίνεια τι είναι απαραίτητο για να τα καταφέρετε. Θα σας δείξω, ότι για να ξεκινήσετε να έχετε σταθερό εισόδημα, χρειάζεται πρώτα η δική σας ενεργοποίηση, δουλειά και πάνω απ' όλα υπομονή και σταθερότητα, κι ότι κι εδώ επιφυλάσσονται διάφορα εμπόδια. Κι ότι αξίζει τον κόπο ...

Κολλάζ στόχων

Μια καλή ευκαιρία να δώσουμε συγκεκριμένες εντολές στον εγκέφαλό μας, είναι η παραγωγή ενός κολλάζ. Εγώ το κάνω πολύ ευχαρίστως – κυρίως με τους νέους συνεργάτες – και κάθε φορά το διασκεδάζουμε πολύ. Το «Dream Building», η αφύπνιση των ονείρων είναι, όπως και το να ακούς, μια πολύτιμη ικανότητα. Όσο πιο γρήγορα ο ενδιαφερόμενος θεωρήσει το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων ως μια ευκαιρία πραγματοποίησης του στόχου του, τόσο πιο γρήγορα θα δεχτεί την προσφορά μας. Κι όπως είπα ήδη: Δεν αποδέχομαι την απόκτηση χρημάτων ως στόχο – αυτό που έχει σημασία είναι πάντα τα πράγματα, που μπορεί κανείς να καταφέρει μέσω των χρημάτων – και μόνο σπανίως αυτά περιλαμβάνονται στον τομέα των υλικών αγαθών!

Θα ήθελα εδώ να σας διηγηθώ μια δική μου ιστορία από το 1995. Τότε ήμουν ακόμη μια μόνη μητέρα κι ο γιός μου ήταν δέκα χρονών. Τέσσερα χρόνια πριν, το 1991, λίγο πριν τη θεαματική πτώση των τιμών των ακινήτων, είχα αγοράσει το σπίτι μου. Το 1995 ήταν η χειρότερή μου χρονιά. Λόγω διαφόρων συνθηκών και μιας δυσφημιστικής καμπάνιας κατά της επιχειρήσης που τότε εργαζόμουν, το εισόδημά μου μειώθηκε μέσα σε μισό χρόνο σε περίπου 2.500 γερμανικά μάρκα μηνιαίως. Αυτό δεν είναι αφ' εαυτού λίγο – γίνεται όμως τραγικό, αν κανείς έχει πάγια έξοδα ύψους 6.000 μάρκων. Χωρίς σύντροφο, για ν' ακουμπήσω στους ώμους του, και με την ευθύνη ενός παιδιού, που δεν είναι πάντα εύκολο πράγμα, με το leasing για το αυτοκίνητο και τις δόσεις για το σπίτι και σχεδόν χωρίς εισόδημα, τα πράγματα δεν πήγαιναν καλά. Δεν μπορούσα πια να εργαστώ. Υπήρχαν πρωινά που δεν ήθελα ν' ανοίξω τα μάτια μου. Δεν ήθελα πια να σκέφτομαι.

Τότε ήρθε μια από τις συμβούλους μου και μου είπε: «*Η κάνεις τώρα κάτι για*

να βγεις απ' αυτή τη μιζέρια, ή σταματάω». Μιας και ανήκε σε μια από τις δύο τελευταίες ενεργές ομάδες μου, η απειλή αυτή με σόκαρε και με ταρακούνησε. Πραγματικά, δεν θα άντεχα κάτι τέτοιο. Μου πρότεινε να επισκεφθούμε ένα σεμινάριο ενός κυρίου, που τότε παρά τις δύσκολες συνθήκες, πετύχαινε καλούς ρυθμούς ανάπτυξης στην επιχειρησή του.

Το σεμινάριό του πραγματοποιούνταν στο Άουγκσμπουργκ και κόστιζε τότε 400 μάρκα. «*Είσαι τρελή*», έλεγα στη Μόνικα, «*δεν έχω χρήματα για ένα σεμινάριο 400 μάρκων!*». Είπε απλά και ξεκάθαρα: «*Δεν έχεις την πολυτέλεια να μην επισκεφτείς το σεμινάριο*». Πήγα λοιπόν. Και ξέρετε τι έκανε αυτός ο κύριος; Έκοβε εικόνες και τις κόλλαγε σε χαρτόνι! Έφριξα – έχω μαζέψει τις τελευταίες μου δεκάρες και πάω στο Άουγκσμπουργκ για να κόβω φωτογραφίες για ένα κολλάζ! Ωραία – ο θυμός μου δεν κράτησε πολύ. Αναγνώρισα τη σημασία του κι εκείνες οι δύο ημέρες ήταν αποφασιστικές για μένα. Είπε δυο τρία πράγματα, που με άγγιξαν και μας έδωσε έναν σημαντικό τύπο, τον οποίο απομνημόνευσα και αναφέρω σε κάθε περίπτωση:

Σκέψη + Πράξη = Επιτυχία!

Αφήστε τον «μαθηματικό» τύπο αυτό να λειώσει στο στόμα σας. Τι σημαίνει; Μπορεί να δουλεύεις σαν τρελός, αν όμως έχεις σκεπτικό, ότι «*έτσι κι αλλιώς δεν θα βγει κάτι*», τότε έχεις δίκιο. Μπορεί επίσης να κάθεσαι σε μια γωνιά και να σκέφτεσαι τόσο θετικά όσο όλοι οι εσωτερικιστές του κόσμου μαζί – αν δεν προχωράς στην πράξη, δεν θα σε ωφελήσει.

Περίεργως ξεκίνησα μετά απ' το σεμινάριο αυτό να ξαναδουλεύω και μετά από τέσσερις μήνες η επιταγή μου έφτασε στα παλιά της μεγέθη. Τι είχε αλλάξει; Πρέπει να το ομολογήσω: Η κατάσταση ήταν το ίδιο άσχημη. Έπρεπε να εξηγήσουμε πολλά και να κάνουμε ακόμη περισσότερα, ώστε να έχουμε την ίδια επιτυχία με πριν. Χρειαζόμασταν διπλάσια ποσοστά. Ήταν πολύ σκληρή δουλειά. Αλλά η επιταγή μου πήρε πάλι ανοδική πορεία. Πιάσαμε πάτο και το ξεπεράσαμε κι έμαθα κάτι πολύ σπουδαίο:

Δε φταίνε οι συνθήκες – αυτές είναι ίδιες για πολλούς. Ούτε η οικονομία. Ούτε και η πολιτική (αν και βέβαια είναι πολύ χρήσιμη ως αποδιοπομπαίος τράγος). Ούτε επίσης φταίει ο καιρός, ούτε η μοίρα και σε καμία περίπτωση ο σύντροφός μας. Όλα έχουν να κάνουν με τη στάση ζωής που έχουμε.

Το κολλάζ των στόχων που φτιάξαμε τότε, έβγαλε τα λεφτά του! Το 1996 γνώρισα τον Βίσι. Το 1999 ξεκίνησα τη σημερινή μου επιχείρηση. Το 2000 ταξιδέψαμε στις Μαλβίδες, το 2001 πήραμε το σπίτι στη λίμνη Έμπνιζε και το 2002 πήρα μετά από παρότρυνση του φοροτεχνικού μου συμβούλου ένα μικρό, χαμηλό, λαμπερό ασημί αυτοκίνητο. Το 2003 πραγματοποιήθηκε το όνειρό μου, που ούτε καν συμπεριλαμβανόταν στο κολλάζ μου – μια δεύτερη κατοικία στη Μαγιόρκα.

Ο εγκέφαλός μας είναι απίστευτος. Βάλτε τον να δουλέψει για σας ...φανταστείτε πώς θα νιώθετε, όταν φτάσετε στον στόχο σας! Θα αναπτύξετε τότε μια έντονη επιθυμία να κατορθώσετε τόσα πολλά, ώστε θα είστε και σε θέση να αλλάξετε τη ζωή σας σύμφωνα με τις επιθυμίες σας. Αυτό φυσικά έχει να κάνει πολύ με το **ΓΙΑΤΙ** σας.

Το ΓΙΑΤΙ

Ο στόχος προκύπτει από το **ΓΙΑΤΙ** (Το **ΓΙΑΤΙ** είναι η αιτία που θέλετε ν' αλλάξετε κάτι στη ζωή σας). Αν σε κάποιον λείπει το **ΓΙΑΤΙ**, τότε ίσως κινητοποιηθεί, αλλά με το πρώτο φύσημα του ανέμου θα «λυγίσει».

Ο Άλαν Πιζ γράφει στο βιβλίο του «Μια χαζή ερώτηση είναι καλύτερη από σχεδόν κάθε έξυπνη ερώτηση»: «Δεν έχει κανένα νόημα να παρουσιάσετε ένα σχέδιο Μάρκετινγκ, αν πρώτα δεν έχετε ανακαλύψει το πρωταρχικό κίνητρο του ενδιαφερόμενου και δεν του έχετε προκαλέσει το ενδιαφέρον σχετικά μ' αυτό. (...) Βρείτε τις κατάλληλες στιγμές και ενεργοποιήστε τις, και τότε η δημιουργία του δικτύου σας θα είναι απλή και εύκολη». Είναι λοιπόν θέμα σειράς:

Αν συνειδητοποιήσετε ΠΡΩΤΑ το πρόβλημα και ΜΕΤΑ προσφέρετε μια λύση, είστε σε πολύ καλύτερη θέση απ' όταν προσφέρατε μια λύση και κατόπιν αναζητούσατε το πρόβλημα!

Εάν προσφέρω σε έναν κορυφαίο μάνατζερ ένα συμπληρωματικό εισόδημα, τότε μάλλον δεν έχω καμιά ευκαιρία να του προκαλέσω το ενδιαφέρον. Πιθανότατα κερδίζει ήδη τόσα χρήματα, που το πρόβλημά του είναι άλλο: Δεν έχει πλέον καθόλου ελεύθερο χρόνο για να τα ξοδέψει. Εκτός αυτού γνωρίζουμε ότι όποιος έχει μεγάλα κέρδη, έχει και ρίσκο και μεγάλη ευθύνη για τον τζίρο και τελικά πρέπει να ανταλλάξει το χρόνο του με τα χρήματα. Έχουμε λοιπόν ως δεδομένο, ότι γνωρίζει την οικογένειά του μόνο από τις φωτογραφίες στο γραφείο του και γι' αυτό σίγουρα δεν αποζητά να φορτώσει στην πλάτη του κι άλλες δουλειές. Τι θα γινόταν όμως, αν μιλούσα μαζί του για το πόσο πολύτιμος είναι ο χρόνος και στην κατάλληλη περίπτωση τον ρωτούσα: «Τι θα έλεγες, αν σου έδειχνα μια δυνατότητα να δημιουργήσεις μέσα σε λίγα χρόνια ένα δεύτερο οικονομικό στήριγμα, που μπορεί μετά να γίνει και το κύριο; Χαρίς να πρέπει να παραιτηθείς από την ασφάλεια που σου προσφέρει η τωρινή σου θέση;»

Η σκέψη μου είναι η εξής:

Βρες τι θέλει αυτός που έχεις απέναντί σου και βοήθησέ τον να το καταφέρει.

‘Όποιος πραγματικά το κάνει αυτό, δεν μπορεί να κάνει σφάλμα! «Βρες ...» – εκεί μέσα βρίσκονται ουσιαστικά όλα. «Βρες» σημαίνει: «Ακου! Τι θέλει – και πώς θα ταιριάξει η προσφορά μου στον στόχο του;» Στην αρχική μας εκπαίδευση αναλύουμε διεξοδικά τα διάφορα ΓΙΑΤΙ μας. Θα ήθελα να σας παραθέσω μερικά σχετικά παραδείγματα:

Ανάπτυξη προσωπικότητας

Το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι η καλύτερη σχολή προσωπικής ανάπτυξης που υπήρξε ποτέ. Οι ικανότητες που χρειάζεται κανείς για το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι οι ίδιες που γενικά κάνουν τον άνθρωπο καλύτερο. Αυτό σημαίνει, πως ότι μαθαίνει κανείς εδώ, το χρειάζεται ούτως ή άλλως στη ζωή του. Για να υποστηρίξουμε την ανάπτυξη της προσωπικότητας προσφέρουμε τακτικά σεμινάρια, που αφορούν την έμπνευση και τα κίνητρα. Προσλαμβάνουμε για το λόγο αυτόν εξέχοντες και γνωστούς εκπαιδευτές, για τα σεμινάρια των οποίων το κόστος σ’ αυτόν τον κλάδο κινείται κανονικά από 100 μέχρι 1.000 ευρώ το άτομο. Επειδή ο αριθμός των συμμετεχόντων είναι από 500 μέχρι και 2.500 άτομα και επειδή δεν δουλεύουμε κερδοσκοπικά, μπορούμε να διατηρούμε τα έξοδα πολύ χαμηλά.

Να κάνεις κάτι που έχει νόημα

Το δίκτυο δεν είναι επάγγελμα, αλλά μια δυνατότητα να κάνεις στη ζωή σου τα πράγματα που θέλεις.

Περισσότερα για το σημαντικό αυτό θέμα θα βρείτε στο βιβλίο.

Βελτίωση της σύνταξης

Πρόσφατα διάβασα ότι από 100 άτομα 65 ετών μόνο το 1% είναι οικονομικά

εξασφαλισμένο. Τι γίνεται με τους υπόλοιπους; Λοιπόν, το 3% ακόμη εργάζεται, το 4% έχει μια ικανοποιητική σύνταξη, το 29% έχει ήδη πεθάνει και το 63% εξαρτάται από φορείς κοινωνικής πρόνοιας, φίλους ή οικογένεια. Πιστεύετε ότι θ’ αλλάξει κάτι στο μέλλον;

Σφάλλει, όποιος σήμερα είναι κάτω των πενήντα και πιστεύει ότι η σύνταξή του θα του εξασφαλίσει μια αξιοπρεπή ζωή.

Οι καιροί είναι πλέον ώριμοι για το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων. Κάνετε στον εαυτό σας την παρακάτω ερώτηση: «Τι θα γινόταν, αν πληρώνατε τις δόσεις για το σπίτι και το αυτοκίνητό σας και παίρνατε επιπλέον κάθε μήνα 5.000 ευρώ στο χέρι; Πόσα χρήματα θα έπρεπε να διαθέτετε στην τράπεζα, ώστε να λαμβάνετε αυτό το ποσό από τους τόκους;» Έκανα τους υπολογισμούς μου: Με επιτόκιο 5% στην καλύτερη περίπτωση, θα χρειαζόνταν 1.200.000 Ευρώ! Θα ήθελα να πιάσω ξανά το παράδειγμα από την πλευρά των «χαμηλοσυνταξιούχων»: Τι ποσό θεωρείτε ότι θα έπρεπε ν’ αποταμιεύετε στην τράπεζα, ώστε να βγάλετε 400 ευρώ το μήνα από τους τόκους; Ένα ποσό λοιπόν, που κάποιες συντάξεις θα κάλυπταν; 96.000 Ευρώ, σε κάθε περίπτωση! Ποιος μπορεί σήμερα να βάλει στην τράπεζα 96.000 Ευρώ; Και αντίθετως πόσο εύκολο είναι να βγάλεις αυτά τα 400 Ευρώ ως σταθερό εισόδημα με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων!

Ποιοι είναι οι λόγοι; Ποιο είναι το προσωπικό σας ΓΙΑΤΙ;

- Θέλετε να συνδυάσετε καριέρα και οικογένεια;
- Θέλετε απλώς να πηγαίνετε για ψώνια, χωρίς να δίνετε λογαριασμό σε κανέναν;
- Δεν σας αρέσει και πολύ η δουλειά σας και το αφεντικό σας;
- Βγάζετε αρκετά χρήματα, αλλά δυστυχώς δεν έχετε ελεύθερο χρόνο για να τα ξοδέψετε, ή δεν έχετε χρόνο για την οικογένειά σας, τα παιδιά σας, για εκκλησία, σπορ, ή οτι άλλο;
- Λόγω του τωρινού σας επαγγέλματος βρίσκεστε αυτόν τον καιρό προ

εμφράγματος ή διαζυγίου;

- Θέλετε περισσότερη αναγνώριση για τη δουλειά που προσφέρετε;
- Η επιχείρησή σας βρίσκεται προ πτώχευσης;
- **Η:** Ως γυναίκα έχετε καλές επαγγελματικές γνώσεις, αλλά – λόγω παιδιών και οικογένειας – δεν έχετε τη δυνατότητα να σταδιοδρομήσετε;

Η εξέλιξη του Δικτυακού Μάρκετινγκ

Το Δικτυακό Μάρκετινγκ έχει μεγάλο ενδιαφέρον από οικονομικής και κοινωνικής άποψης και για μένα αποτελεί τη λύση πολλών προβλημάτων.

Μια μεγάλη γερμανική εφημερίδα έγραψε το 2005, ότι το 43% των νοικοκυριών έχει εισόδημα λιγότερο από 100 Ευρώ προς ελεύθερη διάθεση. Αυτό σημαίνει, ότι και τα πολλά χαμηλότερα, τυπικά εισοδήματα μερικών εκατοντάδων ευρώ, μπορούν συχνά

να προκαλέσουν ως δευτερεύουσα απασχόληση τον διπλασιασμό ή πολλαπλασιασμό του διαθέσιμου οικογενειακού εισοδήματος. Ο Τζιμ Ρον – γνωστός φιλόσοφος και δικτυακός εκπαιδευτής – γράφει για τη «μαγεία του συμπληρωματικού εισοδήματος»:

«Όταν κάποιος βγάζει 1.000 ευρώ περισσότερα στη δουλειά του, αυτό δεν ενδιαφέρει κανέναν. Αντιθέτως, είναι πολύ ελκυστική η δυνατότητα να κερδίζεις 1.000 Ευρώ πέρα απ' τη δουλειά σου».

Έχετε αναλογιστεί ποτέ, πόσο μοναδική είναι η δυνατότητα να δημιουργήσεις ένα δεύτερο εισόδημα, χωρίς να πρέπει να παραιτηθείς από τη σιγουριά του υπάρχοντος εισοδήματός σου;

Η δύναμη του διπλασιασμού

Η αποτελεσματικότητα έγκειται στην απλότητα. Όσο περισσότερο καταφέρνουμε να δημιουργούμε επιχειρηματικά πρότυπα που εύκολα αντιγράφονται, τόσο μεγαλύτερη θα είναι η επιτυχία μας. Γι' αυτό προτιμούμε **ουδέτερα „εργαλεία“**, όπως βιβλία και CD, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από ΟΛΟΥΣ, πράγμα το οποίο εξασφαλίζει έναν εύκολο και γρήγορο διπλασιασμό («Franchise για τον καθέναν»).

Δε φτάνει να λειτουργεί, είναι σημαντικό και να διπλασιάζεται!

Για το λόγο αυτόν, το σύστημά μας παρέχει ένα πλαίσιο με ταυτόσημο περιεχόμενο διδασκαλίας. Το ζήτημα είναι το περιεχόμενο, όχι οι λέξεις – αυτές τις διαλέγει ο καθένας μόνος του. Πρόκειται για μια σημαντική προϋπόθεση, ώστε να παρέχεται παγκοσμίως η ίδια κατάρτιση.

Αναλυτικές πληροφορίες για το θέμα «Η δύναμη του διπλασιασμού» θα βρείτε στο βιβλίο μου «Από τον Άνθρωπο στον Άνθρωπο».

Η κότα έκανε το αυγό, ή το αυγό την κότα;

Ένα προφανώς αντικρουόμενο ζήτημα στο Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι η ερώτηση: «Προϊόν ή επιχείρηση» ή «Η κότα έκανε το αυγό, ή το αυγό την κότα;». Μου πήρε κι εμένα χρόνια μέχρι να το ξεκαθαρίσω. Νομίζω πάντως ότι στο μεταξύ κατανώ κάποια πράγματα απ' τον κλάδο αυτόν. Και σας ξεκαθαρίζω σήμερα την απάντησή μου: Το ζήτημα δεν είναι το ερώτημα «Προϊόν ή επιχείρηση» ή ο,τιδήποτε, αλλά το ότι πρέπει κανείς ν' αποφασίσει για τον ένα ή τον άλλο τρόπο δουλειάς!

Δεν πρόκειται για την κότα ή τ' αυγό, αλλά για το αγρόκτημα! Αφορά τους ανθρώπους, τους στόχους και τα όνειρά τους! Στο παράδειγμά μας λοιπόν πρόκειται για την πόρτα, από την οποία θα μπουν οι άνθρωποι στο αγρόκτημα.

Ο στόχος μου αρχικά ήταν να τρέφονται καλύτερα περισσότεροι άνθρωποι και να κάνουν μια υγιή ζωή. Και πώς θα το κατάφερα καλύτερα; Με το να πείθω τον καθένα, ότι χρειάζεται βιταμίνες; Γνωρίζω πλέον, ότι αυτή η επιλογή είναι η δυσκολότερη. Και αρκετά απογοητευτική. Όποιος το επιχείρησε, ξέρεi για τι πράγμα μιλάω. Ο δρ. Τζόζεφ Ρουμπίνο γράφει: «Το Δικτυακό Μάρκετινγκ δημιουργήθηκε από την ιδέα της μετάδοσης του ενθουσιασμού για ένα εκπληκτικό προϊόν σε άλλους. Στις δεκαετίες του εξήντα και εβδομήντα οι στρατηγικές πώλησης αποσκοπούσαν στο να πείσουν τους πελάτες για την αξία μεμονωμένων προϊόντων, με το να τους εξηγούν τα πλεονεκτήματα και τις ιδιαιτερότητές τους: Παρουσιάζω κι εξηγώ – περί αυτού επρόκειτο. Λοιπόν: Παρουσιάζω το προϊόν και εξηγώ την ιστορία. Αυτή η τεχνική παρουσίασης λειτούργησε άψογα, όσο παλούνταν μόνο μερικές εκατοντάδες προϊόντα παγκοσμίως.

...αλλά εδώ υπάρχουν και πολλά, πολλά άλλα! Στο Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων πρόκειται για ανθρώπους. Με την καλύτερη έννοια, πρόκειται για ανθρώπους που θέλουν να έχουν τον έλεγχο της ζωής τους, ακολουθούν τα όνειρά τους, ζουν με τα ιδανικά τους και πάνω απ' όλα βοηθούν κι άλλους να κάνουν το ίδιο. Αυτό είναι που με εντυπωσιάζει σήμερα – η δυνατότητα να αλλάξεις τη ζωή σου. Όπως και η δυνατότητα, να βοηθήσεις κι άλλους να την αλλάξουν.»

Θα πρόσθετα: Ακόμα κι αυτούς που δεν μπορούν ή δεν θέλουν να πουλήσουν! Δηλαδή, σύμφωνα με τον Ντον Φάιλλα, το 95% των ανθρώπων. Γι' αυτό και το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι τόσο μεγαλοφυές – γιατί ακόμη κι ο πιο ντροπαλός συνεργάτης διαθέτει την ικανότητα να μιλήσει στους φίλους του για τη δυνατότητα μιας καλύτερης ζωής!

Ο Δρ. Ρουμπίνο συνεχίζει: «Εξαιτίας αυτού συχνά οι πωλητές που προέρχονται από το παραδοσιακό εμπόριο αποτυγχάνουν στο πολύ-επίπεδο μάρκετινγκ. Είναι τόσο προσηλωμένοι στο προϊόν, που δεν μπορούν να δουν τον άνθρωπο. Συγκεντρώνονται σε λάθος ζήτημα – είτε μόνο στο προϊόν, είτε στο κέρδος πολλών χρημάτων μέσω της πώλησης προϊόντων. Αλλά τίποτε απ' αυτά δεν είναι σημαντικό για τους άλλους. Αυτό που όμως είναι σημαντικό για τον καθένα στον κόσμο αυτόν, είναι οι σχέσεις. Και το Δικτυακό Μάρκετινγκ έχει να κάνει με σχέσεις – σχέσεις διαρκείας (...)

Ακριβώς έτσι βλέπω κι εγώ σήμερα τη δουλειά μας. Είμαι περήφανη που δουλεύω μ' αυτόν τον τρόπο. Ασφαλώς δεν πετυχαίνουν όλοι μαζί μας – αλλά σίγουρα δεν επένδυσαν χρήματα και δεν έχασαν και τίποτα – εκτός ίσως από μερικές ρυτίδες ... – και γι' αυτό είμαι ιδιαίτερα περήφανη.

Κυρίως όμως είμαι περήφανη για την ομάδα μας. Φοβεροί άνθρωποι με φλογερό ενθουσιασμό. Αναλαμβάνουν την ευθύνη για τη ζωή τους και κάνουν πολύ καλή ομαδική δουλειά. Γιατί; Γιατί μπορούμε να πετύχουμε, μόνον όταν βοηθούμε κι άλλους να πετύχουν! Δεν έχει σημασία, σε ποιο επίπεδο έχουμε φτάσει: Μπορούμε να συνεχίσουμε μόνον εάν βοηθούμε τους συνεργάτες της ομάδας μας να κατορθώσουν το ίδιο! Δεν υπάρχει άλλος δρόμος.

Απ' αυτό προέκυψε το «spirit» μας, το αποκαλούμενο “USP” (Unique Selling Proposition), δηλαδή το διακριτικό μας γνώρισμα! Κι αυτό μου αρέσει. Και αυτοί που πραγματικά θέλουν, νιώθουν πολύ άνετα μαζί μας και δεν έχουν καθόλου πίεση. Αντ' αυτού έχουν ένα πραγματικό δια βίου εισόδημα, που – στην αρχή ίσως κάπως αργά – πάντως έχει σταθερή άνοδο!

Και τα προϊόντα; Αυτά είναι κορυφαίας ποιότητας. Τόσο καλά, που τα αγοράζουν και τα χρησιμοποιούν όλοι με ευχαρίστηση. Κατάλαβα όμως, ότι οι άνθρωποι δεν πιστεύουν ακόμα στην επίδραση των ζωτικών υλών, γι' αυτό και δεν τους προκαλούν το ενδιαφέρον ή τρομοκρατούνται από «πωλητές» με υπερβάλλοντα ζήλο και βρίσκουν την πόρτα του «αγροκτήματος» κλειστή. Παρόλα αυτά θα ήθελα να προσφέρω σ' όλους αυτούς την ευκαιρία ν' αλ-

λάξουν τη ζωή τους και γι' αυτό ανοίγω την άλλη πόρτα: Αυτή των οραμάτων και των ονείρων. Θεωρώ από την εμπειρία μου, ότι μέσα απ' αυτήν περνούν οι περισσότεροι άνθρωποι.

Εγώ προσωπικά καλώ **κάθε** ενδιαφερόμενο να επιβεβαιώσει **τάχιστα** μέσω της σχετικής βιβλιογραφίας τη χρηστικότητα και τη σπουδαιότητα των προϊόντων αυτών. Η εμπειρία μου είναι απλά ότι όλοι, όσοι ξεκίνησαν για διάφορους άλλους λόγους βλέπουν αργά ή γρήγορα τι επίδραση μπορούν να έχουν οι ζωτικές ύλες και αλλάζουν γνώμη. Κι αυτός είναι εν τέλει ο στόχος μου! Ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι ότι ο καθένας που έχει δει πόσο καλό του κάνουν τα προϊόντα, θα συνεχίσει να είναι δραστήριος ως χρήστης, πόσο μάλλον αν δεν επιθυμεί να κάνει χρήση της δυνατότητας της εμπορίας τους.

Ξέρω πλέον, πόσο αυξάνεται η σιγουριά, όταν δει κανείς αποτέλεσμα πάνω του ή σε άτομα του περιβάλλοντός του. Ξαφνικά αλλάζει η διάθεσή του! Μιλά με ενθουσιασμό και με μια εσωτερική βεβαιότητα, εκπέμπει μια εντελώς διαφορετική ακτινοβολία – και ξαφνικά έχει επιτυχία! Είναι κι αυτός ένας λόγος γιατί χρειαζόμαστε την «προσωπική έρευνα αγοράς» στον οικογενειακό μας κύκλο. Αυτό βέβαια δε σημαίνει, ότι όσο δεν έχετε αυτό το συναίσθημα, δεν μπορείτε να μιλάτε με φίλους και γνωστούς. Για το πρώτο αυτό χρονικό διάστημα διαθέτετε τα “εργαλεία” και τον Sponsor σας!

Θέλω να σας εξηγήσω μέσω μιας ιστορίας, γιατί αυτό το κεφάλαιο είναι τόσο σημαντικό: Μια συνεργάτιδα έδειξε έναν ενημερωτικό κατάλογο της εταιρίας μας σε μια Ιταλίδα, της οποίας ο σύζυγος είχε πεθάνει λίγους μήνες πριν. Αυτή και η κόρη της είχαν ανακαλύψει μόλις μετά το θάνατό του, πόσο δύσκολη ήταν η οικονομική τους κατάσταση και αναζητούσαν μια εναλλακτική λύση, για να διασφαλίσουν το βίο τους. Αμέσως ενθουσιάστηκαν με την ευκαιρία αυτή. Όταν τους παρουσίασαν τα προϊόντα της εταιρείας, η μητέρα άρχισε να κλαίει. Χρησιμοποίησε το προϊόν αυτό και μάλιστα με πολύ καλά αποτελέσματα, αλλά λόγω της οικονομικής στενότητας μετά το θάνατο του συζύγου της, σταμάτησε να το παραγγέλνει. Ο Sponsor της δεν την ενημέρωσε τότε ούτε για τη δυνατότητα να επαναχρηματοδοτήσει το προϊόν, ούτε για την ευκαιρία να δημιουργήσει ένα δεύτερο στήριγμα ή ακόμα και μια δική της επιχείρηση! Δεν ήξερε τίποτα για το «αγρόκτημα», που λέγαμε. Ποιος από μας μπορεί να κρίνει, ποιος χρειάζεται μια ευκαιρία και ποιος όχι; Και, πιστέψτε με, υπάρχουν αρκετοί άνθρωποι που οδηγούν ένα εκπληκτικό αμάξι, αλλά δεν έχουν να πληρώσουν για τη βενζίνη του.

Συνοψίζω λοιπόν. Φυσικά χρειαζόμαστε και πελάτες και χρήστες των προϊόντων. Αλλά αφήνω τον καθένα ν' αποφασίσει μόνος του, αν θέλει τη κότα, το αυγό ή το αγρόκτημα. Αυτό σημαίνει, ότι αν κάποιος δεν θέλει να εμπλακεί ενεργά με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων, τουλάχιστον του προσφέρουμε τα προϊόντα – φυσικά μέσω ενός ουδέτερου «εργαλείου». Έγινε κατανοητό;

Στο βιβλίο μου «Από τον Άνθρωπο στον Άνθρωπο» παραδέτω λεπτομέρειες για τον «Ονομαστικό κατάλογο», το «Οχι-Ακόμα-Πακέτο» και την «Τεχνική πρόληψης και προστασίας»

Σταθερό εισόδημα από τη Βάση

Μια επιχείρηση, της οποίας το σχέδιο μάρκετινγκ προσανατολίζεται αποκλειστικά στο Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων, μπορεί να έχει περισσότερες αποδόσεις στη βάση της, από τις εταιρείες που βασίζονται στις απευθείας πωλήσεις. Για να το εξηγήσω καλύτερα: Ας πάρουμε ως δεδομένο, ότι κατά μέσο όρο το 60% μοιράζεται στους συνεργάτες. Δύο παραδείγματα επ' αυτού:

Η πρώτη εταιρεία εξασφαλίζει έκπτωση 30% στην απευθείας πώληση ή στην πώληση και αποδίδει 30% στη βάση για την οικοδόμηση της οργάνωσης. Ας πούμε ότι κατανέμει το 5% σε έξι επίπεδα. Αυτό στην πραγματικότητα είναι ήδη αρκετά χαμηλό ως επίπεδο. Η δεύτερη εταιρεία, μια επιχείρηση αποκλειστικού Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων, δεν κάνει απευθείας πωλήσεις κι έτσι μπορεί να διαθέσει το 60% στη βάση. Ας πούμε για παράδειγμα, ότι κατανέμει σε 12 επίπεδα το 5%. Βλέπετε ότι το συνολικό ποσό που διανέμει η εταιρεία είναι και στις δυο περιπτώσεις το ίδιο, δηλαδή 60%. Για την εταιρεία δεν έχει λοιπόν καμία διαφορά. **Έχει όμως για εμάς.**

Το εισόδημά μου αυτή τη στιγμή συγκεντρώνεται κατά ποσοστό 95% από το πέμπτο επίπεδο κι ακόμη χαμηλότερα – φανταστείτε και το δικό μας σχέδιο μάρκετινγκ, όπως συμβαίνει με πολλές άλλες εταιρείες, να πλήρωνε λόγω του

υψηλού ποσοστού των απευθείας πωλήσεων μόνο μέχρι το τέταρτο ή πέμπτο επίπεδο! Ένα πρόγραμμα επιβράβευσης που μπορεί να αποδίδει και στη βάση, μπορεί να γίνει για σας ένα πραγματικό χρυσωρυχείο, το οποίο θα σας εξασφαλίσει ένα σταθερό, με τον **παράγοντα χρόνο** διαρκώς αυξανόμενο, δια βίου εισόδημα! Ήδη από το πρόγραμμα επιβράβευσης βλέπετε, ότι με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων κάνετε φίλους που σας βοηθούν να μιλήσετε και με τους δικούς τους φίλους για την εκπληκτική αυτή ευκαιρία. Για να μπορέσετε να δείτε το μέγεθος της διαφοράς στο πέμπτο, στο έκτο και σε χαμηλότερα επίπεδα, ας πάρουμε ως δεδομένο, ότι ο καθένας υποστηρίζει πέντε άτομα, κι αυτό από το τέταρτο μόλις επίπεδο και πέρα, πράγμα που απαιτεί απλώς και μόνο χρόνο!

Πίνακα με συγκεκριμένους αριθμητικούς υπολογισμούς θα βρείτε στο βιβλίο.

Περιέργως δεν αναγνωρίζει κανείς με την πρώτη ματιά αυτό το τεράστιο πλεονέκτημα. Ακόμα κι εγώ κατά την πρώτη συνάντηση βρήκα ένα μειονέκτημα στο πρόγραμμα αυτό. Στην προηγούμενη επιχείρηση είχα μια πολύ μεγάλη έκπτωση για τα προϊόντα δικής μου χρήσης και στην αρχή στενοχωρήθηκα που εδώ δεν είχα κάτι τέτοιο. Σιγά σιγά όμως διέκρινα το τεράστιο πλεονέκτημα. Το ερώτημα είναι, αν έχω 30% έκπτωση για το δικό μου προϊόν κι έτσι γλυτώνω λίγα ευρώ ή αν θα πάρω από έξι επίπεδα ποσοστό πάνω από 5%! Είναι τρομερή διαφορά! Ζητήστε απ' αυτόν που σας εφοδίασε με το φυλλάδιο να σας δώσει ένα παράδειγμα – θα εκπλαγείτε!

Επίλογος

Έχουν περάσει σχεδόν τρία χρόνια από την έκδοση του βιβλίου μου, κατά τα οποία έγιναν απίστευτες αλλαγές. Στη αρχή ήμασταν πρωτοπόροι με σταθερή πίστη στο Εφικτό και ένα μεγάλο όραμα, που για να είμαι ειλικρινής κάποιες φορές ήταν μόνο μια μεγάλη ελπίδα... Σήμερα, πάνω από οκτώ χρόνια μετά, όλα έχουν αποδειχτεί αληθινά.

Στο διάστημα που μεσολάβησε αποκτήσαμε φανερή αναγνώριση. Το 2005 κυκλοφόρησε το βιβλίο «Επάγγελμα και επαγγελματική ανάδειξη» του Καθ. Δρ. Μίκαελ Ζαχαρίας και ήμασταν μια από τις επτά εταιρείες που μνημονεύτηκαν σ' αυτό. Το θεώρησα ιδιαίτερη τιμή και απόλυτο «τίτλο ευγενείας» και είμαι ευγνώμων γι' αυτό. Αν είστε άνθρωπος των «αριθμών, των δεδομένων και των παραγόντων», σας συνιστώ ανεπιφύλακτα αυτό το βιβλίο! Θα αποκτήσετε σιγουριά για τον κλάδο αυτόν και μάλιστα από μια ουδέτερη και ξακουστή πηγή.

Και το πιο ωραίο για μένα: Στο μεταξύ μας πλησιάζουν άνθρωποι που αρχικά δεν είχαν καθόλου θετική στάση απέναντι στον κλάδο. Παρέμειναν όμως ανοικτοί, παρατηρούσαν και είδαν ότι δεν έχουν τίποτα να χάσουν κι ότι πράγματι, για το λόγο αυτό, πρόκειται για μια μεγάλη ευκαιρία για όποιον πραγματικά το θέλει, ν' αλλάξει τη ζωή του. Επιβεβαίωσα στο μεταξύ με χαρά ότι βρισκόμαστε στο σωστό δρόμο με το «Από τον Άνθρωπο τον Άνθρωπο». Και ότι πολλοί άνθρωποι έχουν ανάγκη για νέες λύσεις. Για μένα αυτός ο δρόμος αποτελεί στο μεταξύ όλο και περισσότερο ένα μοντέλο ζωής με τρεις στήλες. Και είμαι σίγουρη ότι όλοι οι άνθρωποι χρειάζονται και πραγματικά θέλουν κάτι τέτοιο!

Η πρώτη στήλη είναι η Πρόληψη – γι' αυτό δε χωρά αμφιβολία, ακόμα κι αν προτιμούμε να μεταθέτουμε στο μέλλον αυτό το θέμα – όπως τη σύνταξη – και αν για πολλούς η ευχή να ΒΡΟΥΝ την υγεία τους είναι ισχυρότερη απ' την ευχή να τη ΔΙΑΤΗΡΗΣΟΥΝ!

Η δεύτερη στήλη είναι η ανάπτυξη της προσωπικότητάς μας ή η επιμόρφωση. Υπάρχει στις μέρες μας τίποτε σπουδαιότερο από την ανάπτυξη των ιδίων μας δεξιοτήτων; Καθώς οι δυο πρώτες στήλες είναι ήδη αυτομάτως ενταγμένες στο σύστημά μας, η τρίτη – δηλαδή η οικονομική ανεξαρτησία – είναι εν τέλει απλώς ένα ζήτημα χρόνου και σημασίας του δικού μας ΓΙΑΤΙ.

Η συμβουλή μου είναι: Αναλογιστείτε, αν διαθέτετε ένα ΓΙΑΤΙ! Δείτε απλά 20 χρόνια μπροστά και αποφασίστε, πώς θα θέλατε να είναι ζωή σας τότε. Και τότε θέστε στον εαυτό σας το ερώτημα: «Μπορώ να το πετύχω, αν εξακολουθήσω να κάνω, ότι έκανα πάντα;». Αν όχι, τότε έχετε ένα λόγο και σας έχω μόλις δώσει μια γεύση της λύσης. Στο βιβλίο «Από τον Άνθρωπο στον Άνθρωπο» η λύση αυτή αναπτύσσεται διεξοδικά. Μήπως να το διαβάσετε πρώτα; Το βιβλίο μου κυκλοφορεί στο μεταξύ σε τρεις γλώσσες και το έχουν διαβάσει πάνω από 100.000 άτομα. Αποσπάσματα υπάρχουν στην ιστοσελίδα μας σε 10 ακόμα γλώσσες.

Αν δεν είστε φίλος των βιβλίων, μπορείτε να προμηθευτείτε και το CD. Η απλά μιλήστε με το άτομο που σας έδωσε το φυλλάδιο αυτό, το οποίο θα απαντήσει στις ερωτήσεις σας.

Εύχομαι λοιπόν σε μένα και σε εσάς να σας έδωσα αρκετά ερεθίσματα, να προκάλεσε το μικρό αυτό απόσπασμα το ενδιαφέρον σας για το όλο εγχείρημα και να εμπιστευέστε πλέον περισσότερο την «έγκυρη ενημέρωση» ..., τότε το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων είναι φοβερά απλό – ή απλά φοβερό!

Αν επιθυμείτε να λάβετε πληρέστερη ενημέρωση για τις προσωπικές σας ευκαιρίες και δυνατότητες, παρακαλώ απευθυνθείτε στο άτομο απ' το οποίο προμηθευτήκατε το παρόν φυλλάδιο.

Φιλικά
Γκάμπι Στάνινερ
Γκάμπι Στάνινερ

Στοιχεία έκδοσης:

Τίτλος: «Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο» – Εισόδημα και Προοπτικές με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων»

Copyright 2007 Γκάμπι Στάινερ

e-mail: info@gabisteiner.de

Site: www.gabisteiner.de

Πρώτη έκδοση: 2008

Τα αποσπάσματα είναι από το βιβλίο:

«Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο» – Εισόδημα και Προοπτικές με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων» της Γκάμπι Στάινερ

Copyright 2004-2008 Γκάμπι Στάινερ

Κυκλοφόρησε από τον εκδοτικό οίκο Weckel Media Verlag

e-mail: info@netzwerk-c.de

ISBN 978-3-9808258-7-0

Με την επιφύλαξη κάθε νομίμου δικαιώματος, ιδίως δε της μετάφρασης, της εκτύπωσης ή αναπαραγωγής, κάθε είδους, ακόμα και μέρους της έκδοσης χωρίς προηγούμενη γραπτή άδεια.

Εκδόσεις της Γκάμπι Στάινερ

Το Μπεστοσέλερ/ Στη γερμανική γλώσσα: :
«Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο» – Εισόδημα και
Προοπτικές με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων»

ISBN 978-3-939852-20-9



II bestseller

Διπλό CD / Στη γερμανική γλώσσα:
«Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο» – Εισόδημα και
Προοπτικές με το Μάρκετινγκ μέσω Συστάσεων»

ISBN 978-3-9808258-9-4



Tedesco

Στην αγγλική γλώσσα:
From Person to Person -
Earning a Stable Income from Referral Marketing

ISBN 978-3-9808258-5-6



Στην αγγλική γλώσσα:

Στην ισπανική γλώσσα: :
De persona a persona -
Ingresos pasivos a través del
marketing de recomendación

ISBN 978-3-9808258-8-7



Στην ισπανική γλώσσα:

Αποσπάσματα θα βρείτε στην ιστοσελίδα www.gabisteiner.de σε διάφορες γλώσσες:



«Αν υπήρχε κάτι, που εκπλήρωνε κάθε ευχή, όνειρο και στόχο σας, θα σας ενδιέφερε;

Θα ήθελα με το βιβλίο αυτό να σας παρουσιάσω μια δυνατότητα για το πώς να καταφέρετε όλα αυτά και να σας βοηθήσω να συνειδητοποιήσετε, ότι μπορείτε να κατορθώσετε πολλά, και κυρίως πράγματα, που σήμερα δεν τολμάτε ούτε να σκεφτείτε!»

Από την πρώτη έκδοση του 2004 έως σήμερα έχουν πωληθεί πάνω από 100.000 αντίτυπα του βιβλίου
«Από Άνθρωπο σε Άνθρωπο»

Πώς κατορθώθηκε αυτή η επιτυχία;

«Η διακαής επιθυμία μου είναι να μεταδώσω τόσο τη θετική όσο και την αρνητική μου εμπειρία, και έτσι να προσφέρω σε πολλούς ανθρώπους την ευκαιρία να αλλάξουν τη ζωή τους όπως αυτοί θέλουν...»
εξηγεί η συγγραφέας Γκάμπι Στάνινερ

