**Что нужно обязательно знать Консультанту,**

**чтобы бизнес развивался быстрее.**

Каждый из нас, приходя в сетевой маркетинг мечтает добиться успеха, создать большие команды, заработать много денег. И, когда не смотря на прилагаемые усилия команда не строится, больших денег тоже пока нет, то нам кажется, что топ-лидеры наших компаний знают какие-то“ волшебные слова”, благодаря которым им удается приглашать в свои команды огромное количество партнеров. Мы ездим на события, с замиранием слушаем их выступления, записываем и ждем, когда же они откроют “секрет”. Оказывается заветных “волшебных слов” несуществует. Оказывается, существуют знания, которые позволяют: -сказать несколько правильных предложений, для того чтобы потенциальный партнер моментально захотел прийти на нашу информационную встречу -сказать несколько правильных слов, для того что бы пришедший на информационную встречу, мгновенно захотел принять наше предложение. Нетак давно на бизнес-семинаре нашей команде подарили аудиовыступление Тома Шрайтера “Цвета людей”, которое произвело на меня можно сказать неизгладимое впечатление. В своем вы ступлении Том Шрайтер рассказывает о“ секретном языке”, узнав и изучив который, мы сможем разговаривать спотенциальными клиентами и партнерами на “их языке”. Хочу поделиться с вами полученными знаниями. Так вот. Оказываеся, все люди, интересующие нас, как партнеры и клиенты, делятся на четыре психологических типа и для них существует четыре типа “секретных языков”. Обладая этим знанием и навыком, мы можем строить наш бизнес намного быстрее. На самом деле нам нужно научиться, взглянув на человека, быстроо пределить к какому типу он относится, для того, что бы сразу начать говорить сним на “его” языке. Итак. Как я уже упоминала, все люди делятся на четыре психологических типа личности. Том Шрайтер условно называет их по цветам: желтый, синий, красный и зеленый. Такназываемые **ЖЕЛТЫЕ** личности будут больше делать для других людей, чем они готовы сделать для себя, они просто обожают помогать людям, поэтому их все любят. Они всегда милые и располагающие. Они обожают обнимать других людей, просто профессиональные обнимальщики. Это социальные работники, сборщики пожертвований, учителя, воспитатели, медсестры и медбратья. Как правило, **желтые** несадятся в первых рядах в зале, они хотят помочь с регистрацией, принести стулья, убедиться, что всем всего хватило и т.д. Но это незначит, что они не становятся Лидерами. К примеру, Мать Тереза была великим лидером и занималась тем, что помогала людям. Желтых больше интересует, как наша продукция помогает другим людям, при этом их не очень интересует денежная сторона вопроса. Они нелюбят навязывать свое мнение, руководить, принимать решения. Когда я стала примерять выше описанный портрет к своим знакомым и партнерам, товспомнила, что были в моей структуре две учительницы, которых я призывала ставить большие цели, строить команды, зарабатывать. Теперь я понимаю, что им было интереснее помогать людям сохранять здоровье и красоту. Все просто. Но я об этом не знала и теперь эти учительницы уже не в бизнесе. Следующий тип личности– **СИНИЙ.** Синим нравится путешествовать, веселиться, пробовать новые вещии …знакомиться с людьми! Они обожают новых людей и приключения! А это очень важный момент в

сетевом маркетинге. Синие приводят самое большее количество новых людей. Сними очень интересно, они очень любят разговаривать. Говорить, говорить, говорить. Поэтому, когда вы разговариваете с синими, они вас не слышат, потому что слишком заняты разговором с собой. Слегка не внимательны. Они невидят детали, а сразу видят большую картинку. Представьте, что когда такой человек придет к вам на встречу, то все, что ему нужно сказать это то, что у нас такой классный бизнес, мы стобой будем путешествовать, будет здорово, классно, весело, много новых друзей– присоединяйся! Из них тоже получаются хорошие лидеры. **КРАСНЫЕ.** Красные обожают быть начальниками, они просто обожают управлять. Они великолепные организаторы и руководители и любят говорить другим людям что им нужно делать. Красные всегда думают о деньгах. Им не очень важно, какая продукция в вашей компании, они хотят знать– сколько денег они с этого будут иметь. Поэтому, если рядом с вами красный, его интересует, сколько человек надо подписать, для того, что бы зарабатывать 1000 евро в месяц. Они великолепные организаторы тренингов и встреч. Ко мне не давно пришел такой новичок. Могу сказать– не тратьте время, рассказывая красному, что ему нужно делать. Как говорит Том Шрайтер, они не хотят тратить время, выслушивая чье-то “глупое” мнение. Они могут сказать своей команде: либо вы делаете все по моему, либо вон там дверь! Безапелляционно! Самое интересное то, что красные зарабатывают самые большие деньги в сетевом маркетинге. Но помните– они никогда никого не слушают, потому что все правильные ответы у них уже давно есть. Они очень любят признание, призы и публику. И они всегда считают себя №1. Оставшийся цвет– **ЗЕЛЕНЫЙ.** Они особенные– они все положительные люди. Это инженеры, бухгалтера, счетоводы, ученые– это самые логичные и скучные люди. Харизма их обошла стороной. Они долго принимают решение, потомучто предварительно просчитывают все за и против. Зеленые– исследователи, Они все исследуют, исследуют, исследуют. Вы проведете для них самую длинную презентацию, после чего они скажут: спасибо за предварительную информацию, я все продумаю, просчитаю и потом мы еще раз встретимся. Они зациклены на логике, заранее до мельчайших подробностей планируют отпуск, ремонт, праздники т.д. Они менее комфортно чувствуют себя среди людей и более комфортно окруженные книгами и компьютерами. Они разрабатывают свои собственные брошюры, исследуют Интернет, только бы поменьше находиться среди людей. Зеленые– антиобнимальщики, вотличие от желтых. Они слишком много времени тратят в раздумьях и слишком мало в действиях.

Теперь, когда вы знаете о всех четырех типах людей, попробуйте определить к какому из них вы относитесь. И научитесь определять какого“ цвета” ваш собеседник. Для этого просто поболтайте с ним. И помните, что когда вы говорите со своим собеседником, все, что вы скажете, может значить абсолютно разные вещи для каждого психологического типа. Вот в этом и лежит причина непониманияи наших прошлых неудач.

Вы бы хоте ли научиться выявлять цвета других людей? Самый простой способ приобрести какой-нибудь навык– это его попрактиковать. Высразупоймете who is who. Том Шрайтер говорит, что лично он может угадать цвет человека в 50% случаев. Но он точно знает, что сказать каждому из этих 50%, что бы услышали его бизнес-предложение и приняли его! Кто из вас хочет получать ответ “ДА” в 50% случаев?! Знаете, почему люди не вступают в ваш бизнес? Представьте себе **зеленого**, который проводит презентацию для **синего** человека. -Сейчас я тебе расскажу про наш бизнес. Вот наш маркетинг-план. Ты будешь получать 4% , 8%, 12% … Еще есть разница между оптовой и розничной ценой, это тоже твой заработок. ( и так целый час). Синий в шоке от этого изобилия цифр. Он думает: “Да замолчи ты, наконец, дай мне поговорить”. А зеленый ему опять:”У нас бизнес международный, у нас 20 видов заработка, унас 10 новых проектов.” -Уффф! – думает синий, - достал! Как вы считаете, вступит? А дело все в том, что зеленый говорил на зеленом языке и не говорил на синем. И именно из-за этого не произошел контакт. А теперь представьте, что **синий** (любитель поговорить) проводит презентацию для **Зеленого.** -Давай я тебе про бизнес расскажу. Я пришел в этот бизнес 2 года назад, когда мой младший сын пошел в первый класс. Кстати в его классе очень хорошая учительница , я когда-тото же у нее учился. Потом, я закончил институт, женился. Кстати у меня отличная семья, у нас есть дача, машина. Каждый год мы ездим отдыхать на море. Кстати морской воздух очень полезен для здоровья. Кстати я веду здоровый образ жизни.

Короче говоря, о чем угодно, но только не о бизнесе, цифрах и фактах. -Нееет!- думает зеленый- я этого не вынесу! Зачем мне какой-то бизнес, лучшея буду дальше работать на своей работе! А теперь еще круче. Представьте себе, как **желтый**, делает презентацию для **красного**. Готовы? - Ой, вы знаете, это и встречей-то нельзя назвать, садимся по-семейному, у нас все равны. Мы будем пить чай, у нас тут есть печенье, конфеты. Я вам расскажу, как мы помогаем людям с помощью нашего замечательного продукта. А потом у нас будет групповое обнимание и мы споем гимн. Ч то думают красные? Они в бешенстве, они думают: “Куда я попал? Да эти люди ненормальные!” Красные никогда в жизни не вступят после такой презентации. Или желтому придется говорить на красном языке.

А сейчас приготовьтесь! Гвоздь программы– **красный** проводит презентацию для **желтого**! - Так! Подписался здесь! Выкупил продукцию на 20 б.е, а то я еще посмотрю, работать с тобой или нет! Завтра список из 1000 твоих знакомых у меня на столе! И каждый день по 20 человек ко мне на собеседование! И еще, что бы через два месяца Был Лидером! Все! (Я, каки Том Шрайтер в аудио записи преувеличиваю, что бы было по нятней) А желтый перепуганным голосом: ”Хорошо”… Он идет домой, меняет телефонный номер и больше никогда неходит на презентации. Теперь вы понимаете насколько важно знать разницу между психологическими типами? Ведь совершенно неважно на сколько хороша ваша презентация. Если вы будете говорить не на том“ цветном языке”, ничего непроизойдет. Люди просто непоймут, о чем вы им говорите. Как говорит Том Шрайтер:”Вы не можете поменять ни свой цвет, ни их цвет, вы с ним родились и внем застряли, но вы можете научиться говорить на языках других цветов достаточно хорошо, чтобы вас поняли”. Например, вы умеете говорить на русском языке, а что бы произошло, если бы вы выучили немецкий и разговаривали с немцем на его языке. Даже с ошибками, но достаточно понятно. Или другой вариант. Как бы вы хотели, чтобы с вами разговаривал немец, на идеальном немецком или на почти хорошем русском? То-тоже! Идем дальше. Вы пришли домой к потенциальному партнеру. Он говорит: ”Может вам чаю, может кофе, может молока, пирога, мороженого…”. Какого цвета этот человек? Правильно, **желтый**. Что ему лучше сказать, приглашая на информационную встречу? (Они обожают помогать людям). - Пожалуйста, приходи к нам на встречу, нам нужна твоя помощь, у нас есть продукция, которая помогает людям изменить качество жизни. Наш бизнес объединяет семьи. И нам нужно побольше людей, чтобы распространить эти новости по миру. Желтые придут! Они вас услышали! А теперь– **синие**. Что же нужно сказать синему, приглашая его навстречу? (Они любят много говорить, путешествовать, приключения, встречать новых людей). Вот приглашение для синих: - Приходи завтра вечером на встречу по предоставлению возможностей, там будет здорово, весело, ты встретишь там много новых людей, у тебя будет шанс с ними поговорить до встречи, во время встречи и после встречи. А бизнес этот, он вообще классный, он веселый, мы выигрываем бесплатные автомобили, поездки, намдают деньги только за то что мы разговариваем с людьми. Ты должен прийти, чтобы узнать, как выиграть следующую поездку и поехать вместе с нами. Все! Синие на встрече! А, если напротив вас сидит собеседник, который говорит: - Слушай, хватит болтать, давай перейдем к делу. Как я могу заработать деньги? Думаю, что вам уже понятно, что это **красный**. Что нужно ему сказать, что бы он тоже пришел на информационную встречу.(Напоминаю– они любят деньги, признание, соревнование, руководить). - Завтра у нас встреча попредоставлению возможностей. Я бы хотел, чтобы ты пришел, потому что ты сможешь зарабатывать большие деньги, огромныеденьги. Не вот эту ерунду, которую ты получаешь сейчас, а действительно бешеные деньги. И вот он, твой шанс избавиться от твоего начальника, начать свой бизнес, стать самому себе начальником и говорить другим людям, что им надод елать! Могу поспорить, что ты будешь №1 в нашей компании и наконец-то получишь признание, которое ты давно заслуживаешь.Чтобы ты смог купить эту супер машину, которую давно хотел иметь! Ты подъедешь на ней к своей бывшей работе, опустишь медленно стекло и покажешь палец всем этим неудачникам, скоторыми раньше работал! Все! Они ваши! Вы зацепили красных еще вначале своего приглашения, когда сказали про большие деньги. Но если вы сам **красный** и будете таким же образом делать приглашение для **желтого**, что подумает желтый? - Как это отвратительно, да я никогда на подобные мероприятия неходил и ходить не буду!

А помните, как мы приглашаем **синих**? (Путешествия, вечеринки, много новых людей). то будет, если это предложить **зеленому**? Да у него приступ будет, он все это терпеть не может. И так, зеленый. Он сидит за столом проверяет распорядок дня или упорядочивает базу данных. Они любят логику, обожают исследовать, планировать, проверять все факты, чувствуют дискомфорт среди людей. Ваше предложение зеленому может звучать так: -Приходи на встречу попредоставлению возможностей, мне очень нужно получить твое мнение, мы с тобой сядем как можно дальше, что бы никто к нам не приставал. И возьми с собой тетрадь, там будет много информации и фактов. Я хочу, чтобы ты все это записал и проанализировал. Зеленые чувствуют себя безопасно стаким приглашением, и они приходят! Мы все пытались приглашать людей на встречи и в большинстве случаев они не приходили. Теперь мы знаем почему. Не надо ругать себя за то, что вы не достаточно грамотно сделали приглашение или недостаточно верите в свой бизнес. Это непричина. Причина в том, что у вас не было достаточно знаний, как разговаривать с людьми на их языке. Теперь эти знания у вас есть. Те, кто этого незнает, обречены, проводить безрезультатные презентации. И будут все время удивляться– и почему люди ко мне приходят? Они будут разочарованы, и не будут зарабатывать денег. Они будут думать, что сетевой маркетинг неработает. Только потому, что они незнают то, что теперь знаете вы. Но вы, ведь, хотите их научить? Тогда проведите вот такой 3-х минутный тренинг, на котором все научаться определять цвета других людей. Попросите всех встать и выбрать себе пару, человека, скоторым нужно пару минут поговорить о чем угодно. И наблюдайте. Вы увидите, что первыми встанут красные и быстро выберут себе пару, потом синие и начнут сразу говорить. Зеленые забьются вдальнийугол, чтобы неучаствовать в “этом дурацком упражнении”. И последние встанут желтые. Искать тех, кому не хватило пары. А потом проанализируйте действия всех цветов. В сетевом маркетинге нам все говорят, что нужно делать, но никто не говорит КАК. Теперь выз наете КАК. Если вы не смогли разобраться какого цвета собеседник, не страшно. Помните, автор метода угадывает в 50% случаев и не волнуется о тех случаях, когда не может разобраться. Задавайте собеседнику квалификационные вопросы: -Вам нравится путешествовать?

-Вы любите заводить новых друзей? -Вам нравится помогать людям? -Вас интересует, как заработать большие деньги? Человек, который отрицательно ответит на все эти вопросы– будет зеленым. А остальные все цвета ответят утвердительно на один из этих вопросов. Вопросы можете придумать свои. Все очень просто, когда вы знаете цвета. А те, кто их незнает, будут думать, что вы разговариваете на каком-то секретном языке. И заметят, что вы зарабатываете больше денег, потому что, когда вы знаете цвета, вы можете -Насамом деле помогать людям -Вам будет очень весело и интересно -Вы можете просто зарабатывать крутыеденьги -Вы можете вести точный статистический анализ, сколько людей подпадает под ту или иную категорию. **И вам не будет равных! Успеха!**