# Искусство продавать. Самые эффективные приемы и техники

**Автор:**
Аллан Пиз

Искусство продавать. Самые эффективные приемы и техники

Аллан Пиз

Аллан Пиз – ведущий специалист в области коммуникаций, всемирно известный психолог, предлагает вам самые эффективные техники продаж и приемы сетевого маркетинга, которые помогут вам зарабатывать миллионы. Потратьте два часа на прочтение, немного попрактикуйтесь, и ваш бизнес поднимется на такие высоты, о каких вы не могли даже мечтать!

Вы также узнаете, как читать мысли собеседника по его жестам и использовать собственные невербальные сигналы для достижения успеха в переговорах, как произвести хорошее впечатление, пройти собеседование при устройстве на работу и сделать эффективную презентацию.

Аллан Пиз

Искусство продавать. Самые эффективные приемы и техники

Allan Pease

QUESTIONS ARE THE ANSWERS

How to Get «Yes» in the Network Marketing

© Allan Pease 2000. This edition published by arrangement with Dorie Simmonds Literary Agency and Synopsis Literary Agency.

© Новикова Т., перевод на русский язык, 2006

© ООО «Издательство «Эксмо», 2016

# Вступление

Посвящается Барбаре Пиз, которая умеет превращать уголь в алмазы

## Люк и Миа

Строитель Люк определенно решил добиться финансового успеха. Его жена Миа работала бухгалтером. Клиенты ее обожали. Как-то раз их сосед Мартин пригласил Люка и Мию на встречу, посвященную интересным деловым возможностям. Мартин не посвятил их во все подробности встречи, но она проходила совсем близко, поэтому Люк и Миа решили сходить. А кроме того, там можно было познакомиться с новыми соседями.

Придя на встречу, Люк и Миа не могли поверить собственным глазам и ушам. Они узнали о плане сетевого маркетинга, который позволил бы им достичь финансовой свободы и успеха, превосходящего самые смелые их ожидания. Люк и Миа несколько дней обсуждали только эту тему. Они решили попробовать, потому что «любой, кто познакомился бы с этим планом, захотел бы к нему присоединиться!».

Но не все оказалось так просто, как им казалось. Далеко не все прониклись тем же энтузиазмом, что и они. Некоторые даже слышать ни о чем подобном не желали. Самые близкие друзья Люка и Мии не удосужились даже встретиться с ними. Несмотря ни на что, супругам удалось построить весьма основательный бизнес. Но развивался он не так стремительно, как им хотелось.

– Только представь, – сказал Люк, – что было бы, если бы люди рассказывали нам, почему они должны присоединиться к системе сетевого маркетинга… Тогда нам не пришлось бы их уговаривать. Вот если бы все было именно так!

И так может быть. Я написал эту книгу для того, чтобы вы узнали об этом.

Самый сильный страх, связанный с сетевым маркетингом, заключается в том, что для достижения успеха необходимы навыки торговли. Я расскажу вам о простой системе, которая позволит вам относительно легко привлекать в систему новых членов. Здесь нет трюков – только приемы и принципы, которые доказали свою эффективность и которыми вы можете воспользоваться.

## Почему я написал эту книгу

Впервые познакомившись с сетевым маркетингом в 1980 году, я был поражен тем, что существует такая система с огромными возможностями. Она и проста, и легальна, и этична, и неутомительна, но в то же время приносит большие доходы. Сетевой маркетинг – это не схема быстрого обогащения. Это система, позволяющая стать богатым.

В течение десяти лет я занимался исследованием и разработкой методов коммуникации и техник продаж, которые позволяли на порядок увеличить доходы и превращали людей в миллионеров. Я подумал: «Если я смогу использовать те же приемы в сетевом маркетинге, результаты будут просто потрясающими!»

Эта книга стала результатом долгих лет адаптации, модификации, испытаний и применения описанных в ней приемов в практике сетевого маркетинга. Я расскажу вам о простых и удобных приемах, которые поведут вас к успеху. Этим

путем идут тысячи людей, таких же, как и вы.

И самое замечательное в моем методе то, что вам не нужно меняться, отказываться от того, что вы уже знаете. Потратьте два часа на обучение и немного попрактикуйтесь. И тогда ваш бизнес поднимется на такие высоты, о каких вы не могли даже мечтать!

Обещание

В основе моей системы лежит обещание.

Довольно смелое обещание, не так ли? Но это дорога с двусторонним движением. Я хочу получить обещание и от вас. Вы должны пообещать мне практиковаться, практиковаться и практиковаться. Вы должны повторять описание этих приемов, даже если вас разбудят среди ночи.

Если вы обещаете тщательно изучить приемы, описанные в этой книге, и примените их на практике, я обещаю, что уже через 14 дней вы получите результаты, которые превзойдут ваши самые смелые ожидания.

Никаких «если», «может быть» и «но» – вы должны полностью сосредоточиться на усвоении данных приемов. Этот путь должен быть только вашим. Я консультировал участников множества деловых предприятий, которые принесли сотни миллионов долларов, в которых участвовали тысячи новых членов. Доходы этих людей выросли на 20 %, 50 %, 100 %, 500 % и 1000 %. И своим процветанием они обязаны именно этой системе. Не сочтите мои слова преувеличением. То, что вы узнаете из этой книги, может кардинальным образом изменить вашу жизнь, но для этого вы должны целиком погрузиться в предложенную мной систему. Если вы согласны, громко скажите «ДА!» прямо сейчас.

Если вы не произнесли этого слова, вернитесь к началу страницы и перечитайте ее снова.

Примечание. Слово «он», использованное в книге, относится и к мужчинам, и к женщинам. Любые различия по признаку пола, если они существуют, описываются отдельно.

Ваш личный турбодвигатель

Во множестве замечательных книг и аудиокурсов подробно рассказывается о том, как назначать встречи и как представлять бизнес-планы. Поэтому мы не будем сосредоточиваться на таких аспектах сетевого маркетинга. Я расскажу вам о том, что вы должны делать, что и как говорить для того, чтобы добиться позитивной реакции от других участников переговоров.

Информация, приведенная в этой книге, сделает ваши презентации абсолютно потрясающими, и для этого вам не придется отказываться от того, что вы и так знаете. Именно поэтому я сосредоточился на втором ключевом аспекте – «Нахождение горячей кнопки».

Никогда не меняйте те приемы, которые работают. Только усиливайте их и наделяйте новой энергией!

Аллан Пиз

Раздел 1

Первый шаг

## Следуй за своей мечтой

Многие, посмотрев на рисунок, размещенный после названия этого раздела, увидели очевидное. Для нетренированного глаза – это всего лишь набор не связанных между собой линий, не имеющих никакого смысла. Но, научившись читать между строк, вы поймете, что для того, чтобы понять смысл, достаточно всего лишь слегка изменить точку зрения. Именно этому я и попытаюсь вас научить в своей книге. (Опустите книгу, отодвиньте ее от себя и закройте один глаз.[1 - Ответ: Исполняйте свои мечты.])

## Пять золотых правил успеха

Когда мне было всего одиннадцать лет, меня попросили продавать губки для мытья посуды. Так мы собирали деньги для строительства летнего скаутского лагеря. Скаутмастер, старый, мудрый человек, поделился со мной одним секретом, и я назвал его законом следствия. С тех пор я живу по этому закону и могу гарантировать, что любой, кто последует моему примеру, добьется успеха. Я передам вам этот закон точно также, как когда-то получил его сам: «Успех – это игра: чем чаще играешь, тем чаще выигрываешь. А чем чаще выигрываешь, тем успешнее становится твоя игра».

Давайте применим это правило к сетевому маркетингу:

«Чем большему количеству людей вы предложите присоединиться к своему проекту, тем больше членов будет в вашей группе. Чем чаще вы будете предлагать им присоединиться к вам, тем лучше научитесь просить». Другими словами, вам нужно предлагать присоединиться к группе как можно большему числу людей.

Правило № 1: встречайся с большим количеством людей

Это самое важное правило. Общайтесь с каждым, кто простоит рядом с вами достаточно долго, чтобы вас выслушать. Не уподобляйтесь снобу или карточному шулеру, пытающимся высчитать перспективы потенциального партнера заранее. Если вы начнете твердить себе: «Этот слишком молод… этот слишком стар… этот слишком богат… этот слишком беден… этот слишком замкнут… этот слишком умен…», ваше предприятие закончится полным провалом.

На ранних стадиях создания собственного бизнеса вам необходимо общаться буквально со всеми, поскольку вам нужна практика. Закон среднего доказывает, что вы обязательно добьетесь успеха, если будете общаться с бо?льшим количеством людей. Весь вопрос только в том, какова будет степень вашего успеха. В вашем бизнесе не существует проблем, которые вы не могли бы решить с помощью активного общения.

Если вы впали в депрессию, просто удвойте количество презентаций.

Если ваш бизнес развивается не так стремительно, как вам хотелось бы, увеличьте выход. Активизация общения с окружающими избавит вас практически от всех тревог.

Разговаривайте со всеми. В этом заключается Первое Правило.

Правило № 2: встречайся с бо?льшим количеством людей

Продолжайте общаться с людьми. Вы можете считаться лучшим мастером презентаций в городе, но если вы не встретитесь с достаточным количеством людей, то успеха вам не добиться. Вы можете отлично одеваться и быть прекрасным человеком, но без достаточного количества презентаций вы никогда не подниметесь выше среднего уровня. Разговаривайте со всеми.

Правило № 3: встречайся с большим количеством людей

Многие из тех, кто работает в сетевом маркетинге, только и говорят о своем бизнесе. Им так и не удается реализовать заложенный в них потенциал. Им кажется, что это происходит из-за того, что перспективы бизнеса неубедительны. Но это не так: просто они не видят убедительных перспектив.

Постоянно рассказывайте вашу историю. Если вы будете следовать трем первым правилам, то добьетесь поразительного успеха!

Правило № 4: используй закон среднего

Закон среднего управляет успехом во всех сферах жизни. Если вы делаете что-то одним и тем же способом снова и снова в одних и тех же обстоятельствах, ваши действия принесут результаты, которые всегда будут оставаться неизменными.

Например, средние шансы на выигрыш на однодолларовом покерном автомате составляют примерно 10:1. На каждые десять нажатий на кнопку приходится выигрыш от 60 центов до двадцати долларов. Ваши шансы на выигрыш от двадцати до ста долларов равны 118:1. В этой игре не требуются никакие навыки: автоматы запрограммированы на выплату выигрыша по среднему.

В страховом бизнесе я выявил вероятность 1:56. Это означает, что, если бы я вышел на улицу и стал задавать людям негативный вопрос: «Не хотите ли купить страховой полис?», один человек из 56 согласился бы! Отсюда следует простой вывод: задав тот же вопрос 168 раз в день, я мог бы заключить три сделки и войти в число самых успешных страховщиков!

Если вы будете стоять на углу улицы и спрашивать у каждого, кто проходит мимо вас: «Не хотите ли присоединиться к моему сетевому предприятию?», вы получите результат, соответствующий закону среднего. Примерно один человек из ста даст вам положительный ответ. Закон среднего всегда срабатывает.

Когда я продавал хозяйственные посудомоечные губки по 20 центов, мои шансы составляли:

10: 7: 4: 2.

Из десяти домов, которые я обходил с четырех до шести вечера, в семи хозяева оказывались дома. Четверо из них выслушивали меня и двое совершали покупку. Таким образом, я зарабатывал 40 центов, которые в 1962 году составляли вполне приличную сумму, особенно для одиннадцатилетнего мальчика. В течение часа я мог обойти тридцать домов. Следовательно, за два часа я совершал 12 продаж и зарабатывал 2 доллара 40 центов. Я понимал, как работает закон среднего, поэтому меня не беспокоили те три дома, где не было хозяев, те трое, кто не хочет меня слушать, и те двое, кто не покупал мой товар. Я знал одно: если я постучусь в десять дверей, то заработаю сорок центов. Каждый раз, когда я стучался в дверь, я зарабатывал 4 цента вне зависимости от исхода разговора.

Закон среднего стал для меня мощным мотиватором: постучись в десять дверей – и ты заработаешь сорок центов! Успех зависел только от того, насколько быстро я смогу постучать в эти двери.

Фиксируй свои результаты

Запись результатов и сбор статистики стали для меня еще более мощной движущей силой. Очень скоро я перестал расстраиваться, когда хозяев не оказывалось дома, когда они не хотели меня слушать или отказывались покупать мой товар. Я знал, что, постучавшись в большее количество домов, обязательно добьюсь успеха.

Запись достигнутых результатов и обработка статистики придаст вам позитивный настрой и поможет добиться успеха.

Поэтому я мог расслабиться и продолжать свою работу.

Статистика помогает сохранять мотивацию и не переживать в случае получения отказа. Когда вы сосредоточены на среднем, все остальное перестает вас волновать. Вы сознаете, что должны обратиться к следующему клиенту как можно быстрее. Без понимания закона среднего ваша мотивация будет зависеть от того, что произойдет в результате презентации. Если вам откажут, вы расстроитесь. Если дверь не откроется, впадете в депрессию. Если вы поймете и примете закон среднего, подобные чувства покинут вас. Собирайте статистику своих обращений, презентаций, привлечения новых участников. Это поможет вам определить ваше личное среднее, которым можно будет руководствоваться в дальнейшем.

Мой личный девятидолларовый покерный автомат

В подростковом возрасте по вечерам я продавал кастрюли, сковородки, постельное белье и одеяла. Мои шансы на успех были таковы:

5: 3: 2: 1.

Из каждых пяти человек, которым я звонил, трое соглашались назначить встречу. Мне удавалось встретиться только с двумя из них, потому что третий либо отменял встречу, либо не выслушивал меня, либо находил возражения, находящиеся вне моего контроля. Из тех двоих, которые соглашались со мной встретиться, один совершал покупку, и я получал 45 долларов. Следовательно, с каждых пяти человек, которым я звонил, я получал 45 долларов комиссионных, а значит, каждый звонок приносил мне 9 долларов.

Это означало, что каждый полученный мною положительный ответ стоил 15 долларов вне зависимости от того, соглашался ли человек сделать покупку или нет. Результат не зависел от того, что мне говорили! Грандиозно! Настоящая фантастика!

Я написал на листке бумаги большую цифру 9 и приклеил листок возле своего телефона. На каждом, кто поднимал трубку, я зарабатывал 9 долларов. Каждый, кто соглашался назначить встречу, приносил мне 15 долларов. Это означало, что я становился полным хозяином собственной судьбы! Остальные продавцы огорчались из-за каждого полученного отказа. Очень скоро я стал самым успешным продавцом в своей компании.

Моя статистика 5: 3: 2: 1 расшифровывалась следующим образом.

Телефонный звонок – 9 долларов.

Назначенная встреча – 15 долларов.

Презентация – 22,5 доллара.

Продажа – 45 долларов.

Я никогда не искал тех, кто может совершить покупку. Моя основная задача состояла в том, чтобы обзвонить как можно больше людей.

В этом-то и кроется секрет успеха. Не ищите новых дистрибьюторов – обращайтесь к тем, кто готов выслушать ваше предложение. Закон среднего сам позаботится о вас.

Пользуйся моментом

Когда мне исполнилось 20 лет, я поступил на работу в компанию, занимающуюся страхованием жизни. В 21 год я стал самым молодым агентом, которому удалось за первый год работы оформить страховых полисов больше чем на миллион долларов. Мои показатели были таковы:

10: 5: 4: 3: 1.

Из каждых десяти клиентов, поднявших трубку, пятеро соглашались на встречу, но один из них встречу по каким-то причинам отменял, поэтому мне удавалось встретиться только с четырьмя. Во время встреч с четырьмя клиентами завершал презентацию я в трех случаях, а покупку совершал один клиент. И я получал 300 долларов. Моя задача заключалась в том, чтобы убедить пятерых клиентов встретиться со мной. Я никогда не сосредоточивался на тех, кто не соглашался на беседу, кто не выслушивал мои предложения и не совершал покупок. Эти люди являлись неотъемлемой частью процесса поиска покупателя. Если клиент не соглашался на встречу, я не расстраивался, поскольку все было запланировано.

Я знал, что если десять человек ответят на мой звонок, то пять согласятся встретиться со мной и я обязательно получу свои 300 долларов комиссионных. Таким образом, любой звонок приносил мне 30 долларов.

Вы работаете в цифровом бизнесе.

Моя статистика 10: 5: 4: 3: 1 расшифровывалась следующим образом.

Телефонный звонок – 30 долларов.

Назначенная встреча – 60 долларов.

Презентация – 75 долларов.

Завершенная презентация – 100 долларов.

Продажа – 300 долларов.

К двадцати одному году я уже имел собственный дом и «Мерседес» последней модели и вел достаточно комфортный образ жизни. Главная моя задача

заключалась в том, чтобы назначить встречу пятерым клиентам.

## Правило № 5: улучшай свои средние показатели

Работая в страховом бизнесе, я понимал, что каждый раз, снимая трубку и разговаривая с любым клиентом, зарабатываю 30 долларов. Однако пятеро клиентов на каждые десять звонков казались мне не самым лучшим показателем, поскольку слишком высок был процент отказов. Мне нужно было разработать такую систему, которая позволила бы назначить хотя бы 8 встреч на каждые 10 звонков. Тогда бы мне не пришлось обрабатывать каждого клиента с такой настойчивостью. То, что из пяти назначенных встреч мне удавалось провести только четыре презентации, означало, что 20 % потенциальных клиентов отказывались от сделки. Этот пробел можно было бы восполнить, если бы я звонил более квалифицированным клиентам. Соотношение между презентациями и продажами 3: 1 также можно было улучшить. Но я знал, что даже если ничего не сделаю, все равно буду зарабатывать по 30 долларов на каждом звонке.

Закон среднего работает на вас всегда.

Поддержание среднего соотношения обеспечивает мотивацию, показывает, где необходимы и возможны улучшения, а также демонстрирует вам степень успеха. Соотношение позволяет вам сосредоточиться на действиях, а не на их результатах.

## Закон среднего в сетевом бизнесе

В 70-е годы я консультировал множество людей, занятых в сетевом бизнесе. За это время я собрал статистику, показывающую результаты отдельных людей и целых организаций, добившихся успеха.

Типичный средний показатель в сетевом маркетинге составляет:

10: 6: 3: 1.

Из каждых десяти клиентов, пришедших на вашу презентацию, шестеро согласятся начать работать в сетевом бизнесе. Начнет работать из них только половина, а успеха добьется всего лишь один. Один из клиентов быстро бросит, а остальные продолжат покупать предлагаемые продукты. Для того чтобы найти одного перспективного, долгосрочного дистрибьютора, вы должны поработать с десятью клиентами.

А теперь главный вопрос:

Сколько времени у меня уйдет на то, чтобы рассказать десяти клиентам о своем бизнесе?

Ответ на этот вопрос и определит скорость развития вашего бизнеса. В страховом бизнесе каждый может продать полисов на миллион долларов – только у некоторых на это уходит больше времени, чем у других. Кто-то делает это за 3–5 лет, другим же удается достичь тех же показателей за год и получить всеобщее признание. Я настолько хорошо научился общаться с людьми, что мог продавать полисов на миллион долларов за три месяца!

Вы должны представлять себе клиентов будущего года уже в этом году.

Вся проблема заключается в планировании, а не в продажах! Сетевой маркетинг – это практически то же самое. Причина, по которой успеха в сетевом маркетинге добиваются не все, вовсе не в том, что покупателей трудно убедить. Просто люди не видят перспективных клиентов! Если вы хотите немедленно удвоить свои результаты, вот ответ:

В будущем году вы будете звонить новым клиентам, чтобы рассказать им о своем бизнесе, не так ли? Ну так позвоните им пораньше! Позвоните им в этом году! Позвоните им прямо сейчас! Ваша проблема заключается вовсе не в продажах. Ключ к успеху кроется в отличной организации и мотивации. Вы должны общаться с как можно большим количеством людей. Обращайтесь ко всем и как можно быстрее! Секрет успеха в сетевом маркетинге кроется не в умении убеждать людей, а в организации и дисциплине. Вы должны обратиться к как можно большему количеству людей и как можно быстрее. Улучшение средних показателей – это процесс обучения.

## Раздел 2

## Как добиться положительного ответа

### Прием «Четырех ключей»

Верят ли вам клиенты, когда вы рассказываете им о бизнесе?

Одним словом на этот вопрос можно ответить – «нет». Они ожидают, что вы начнете заставлять их принять на себя обязательства. Они ждут, когда вы начнете что-то продавать, поэтому пребывают в оборонительном и настороженном состоянии. И такое состояние не зависит от того, насколько хорошо вы их знаете. Вы сталкиваетесь с серьезной проблемой.

У клиентов есть возражения на все, что бы вы им ни предложили.

Речь идет вовсе не о смысле и ценности ваших слов. Все дело в том, что это говорите вы. Если это говорите вы, значит, это ваша идея, поэтому клиент считает себя вправе выдвигать возражения. С другой стороны – и это легко понять. Сказанное клиентом – это его идея, а не ваша. Эта идея для клиента вполне приемлема, поэтому он не ищет возражений.

Все, что клиент говорит вам, чистая правда.

Прием, которому я собираюсь вас научить, поможет вам заставить клиентов говорить вам о том, чего они хотят по-настоящему, вам же останется только слушать.

Когда вы говорите клиенту: «Вы сможете вести такой образ жизни, при котором будете получать все, что захотите», – он может вам возразить: «Но меня вполне устраивает то, как я живу!»

Когда вы используете прием «Четырех ключей», клиент сам расскажет вам о том, чего он по-настоящему хочет.

Скорее всего, это возражение не будет до конца искренним. Клиент возражает только потому, что предложение выдвинули вы.

Не существует незаинтересованных клиентов. Есть только неинтересные презентации.

Но если абсолютно то же самое скажет ваш клиент, это будет чистой правдой. Например, если клиент говорит: «Я бы хотел изменить свой образ жизни и добиться большего», – против этого нечего будет возразить, поскольку это сказано клиентом. Это его идея, а не ваша.

Почему люди возражают

Однажды я спросил у человека, работающего в сфере сетевого маркетинга, добился ли он успеха на последней презентации. «Не совсем, – ответил он. – Клиентка не заинтересовалась предложением». Я спросил, что он имеет в виду, и он повторил: «Сам не знаю. Почему-то ей было совсем неинтересно».

Этот человек в действительности должен был бы сказать, что ему не очень интересна его собственная работа.

Когда вы заинтересованы сами, ваши клиенты обязательно заинтересуются.

«Четыре ключа» от волшебной шкатулки сокровищ сетевого маркетинга

Эти «Четыре ключа» позволяют получить положительный ответ за рекордно короткое время.

Задача вступительного этапа заключается в том, чтобы добиться взаимопонимания с клиентами. Расскажите им о себе, узнайте что-то о них. Ваша цель – продать себя. Если вы понравитесь клиенту, то ему, скорее всего, понравится и то, что вы можете предложить. Нет смысла рассказывать о своих планах людям, которым вы не нравитесь и которые вам не доверяют.

Как долго может длиться этот этап?

Когда вы внушили клиенту доверие, то можете рассчитывать на непредубежденное отношение и готовность вас выслушать. Это именно то, что

вам необходимо.

Ровно столько, сколько нужно для того, чтобы удачно продать себя и внушить доверие.

С некоторыми клиентами первый этап занимает три-четыре минуты, с другими на него может уйти тридцать-сорок минут.

Давайте будем абсолютно честны в отношении этого этапа. Ваши клиенты могут быть чем-то встревожены, возбуждены, подавлены, обеспокоены и даже раздражены. Они сердятся не на вас, а на самих себя. На этом этапе презентации нет места безмятежности! Когда люди безмятежно относятся к своим целям и амбициям, они столь же безмятежны и в отношении работы. Вам не нужны такие люди в вашей сети. Люди, присоединившиеся к проекту под влиянием серьезной эмоциональной мотивации, смогут добиться успеха. На этом этапе вы должны научиться определять Первичный Мотивационный Фактор клиента (ПМФ).

Именно ПМФ и является основной причиной, по которой человек решает присоединиться к вашему бизнесу.

С помощью этого ключа вы сможете вскрыть Первичный Мотивационный Фактор клиента, а затем использовать его в целях вовлечения клиента в свой бизнес.

Все мотивы можно условно разбить на две группы: Стремление получить прибыль или Стремление избежать боли.

Именно на этом этапе клиенты должны рассказать вам о том, какую прибыль они хотят получить и какой боли стремятся избежать. Это самый важный из всех «Четырех ключей», потому что только с его помощью клиенты могут высказать

вам свои надежды, мечты и страхи.

Почему люди покупают

Наши исследования показывают, что Первичные Мотивационные Факторы, влияющие на присоединение к организации сетевого маркетинга, у большинства людей следующие:

Изучив этот список, вы заметите, что сами присоединились к организации сетевого маркетинга по одной из этих причин. Возможно, здесь есть и вторичные причины, но одна из них всегда доминирует над остальными. Это и есть ваш Первичный Мотивационный Фактор.

Хотя Первичный Мотивационный Фактор играет очень важную роль, не менее важно понимать, что не все клиенты присоединяются к организации сетевого маркетинга под влиянием того же Первичного Мотивационного Фактора, что и вы.

Например, вы любите шоколадное мороженое. Это не означает, что все вокруг тоже обожают шоколадное мороженое. Некоторые предпочитают клубничное или ванильное. Но если вы любите шоколад, вам не просто легко говорить о нем, но еще и хочется поделиться своей любовью с другими. Вам трудно понять, почему не все разделяют вашу любовь. Большинство людей действительно любят шоколадное мороженое, но далеко не все. У кого-то на него настоящая аллергия.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию (http://www.litres.ru/allan-piz/iskusstvo-prodavat-samye-effektivnye-priemy-i-tehniki-17195118/?lfrom=201227127) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.

notes

Примечания

1

Ответ: Исполняйте свои мечты.

---

Купить: https://tellnovel.com/allan-piz/iskusstvo-prodavat-samye-effektivnye-priemy-i-tehniki-kupit

надано
Прочитайте цю книгу цілком, купивши повну легальну версію: Купити