

УЗНАЙТЕ, КАК В МЛМ СОЗДАЮТСЯ НАСТОЯЩИЕ МИЛЛИОНЕРЫ

Если в настоящий момент Ваш сетевой бизнес идет не так, как Вам хотелось бы, или Вы потерпели неудачу в прошлом, Вас может удивить то, что в этом не обязательно была Ваша вина. Сама программа, с которой Вы работали или к которой присоединились сейчас, оказывает огромное влияние на потенциал Вашего заработка и шанс добиться успеха. Даже те люди, которые десятилетиями работали в этом бизнесе, часто не понимают, насколько важны описанные ниже факторы для их успеха.

"Копатели" в сетевом маркетинге...

Многие люди, которые не понимают этого, становятся "МЛМ-копателями". Они вынуждены постоянно спонсировать новых людей, потому что их дистрибьюторы уходят из бизнеса. Они самостоятельно делают все презентации, проводят все встречи и, фактически, весь бизнес лежит на них. Если они остановятся хотя бы на минуту, их организация начнет распадаться. Им приходится постоянно "копать", и даже признание, большие бонусные чеки, бесплатные машины и путешествия становятся слабым утешением.

Помните сказку о голом короле?

"Копатели" находятся в похожей ситуации. Они постоянно говорят о свободном стиле жизни и остаточном доходе, но не имеют ни того, ни другого. Они работают день и ночь, потому что боятся все потерять. Если они прекратят работать хотя бы на пару месяцев, их доход упадет или вообще прекратится.

Рок-звезды в сетевом маркетинге...

К счастью, есть лучший путь. Это путь "рок-звезд сетевого маркетинга" – небольшой группы людей, которые на самом деле живут в своей мечте. Эти лидеры создали для себя стиль жизни рок-звезд: они зарабатывают миллионы, живут в роскошных домах, водят дорогие машины, путешествуют по экзотическим местам и проводят время так, как сами этого хотят.

Даже люди, которые десятилетиями работают в бизнесе, часто не понимают, что попали в "ловушку для копателей" без надежды оттуда выбраться. Они продолжают "копать", думая, что спасение ждет их за углом.

Но они не осознают, что ситуация, в которой они находятся, никогда не изменится...

Они продолжают тратить деньги на неэффективные маркетинговые материалы, расточать усилия на проведение бесполезных презентаций, а оставшееся время пытаются воскресить "умерших" дистрибьюторов. Они все время говорят о дубликации, но единственное, что у них получается дублировать – это кредитные долги!

Если все это кажется Вам знакомым, тогда данная информация может изменить Вашу жизнь навсегда. У Вас есть шанс узнать, что отличает "МЛМ-копателей" от "рок-звезд сетевого маркетинга", и как Вы можете добиться того успеха, которого заслуживаете.

УЗНАЙТЕ, КАК В МЛМ СОЗДАЮТСЯ НАСТОЯЩИЕ МИЛЛИОНЕРЫ

- Если Вы пробовали себя в сетевом маркетинге, но не добились успеха...
- Если Вы занимаетесь этим бизнесом, но у Вас ничего не получается...
- Если Вы спонсируете много людей, но они Вас не дублируют...
- Если Вы не зарабатываете столько, сколько заслуживаете...

То, возможно, это не Ваша вина!



Ренди Гейдж, легенда сетевого маркетинга, создал больше МЛМ-миллионеров и МЛМ-мультимиллионеров, чем кто-либо другой. Теперь он готов поделиться с Вами секретами, благодаря которым это произошло. Из этого аудио Вы узнаете, как вырваться из "ловушки для копателей", создать настоящую дубликацию и стиль жизни рок-звезды. *Будьте внимательны, потому что Вам откроется формула создания богатства и финансовой независимости в сетевом маркетинге...*

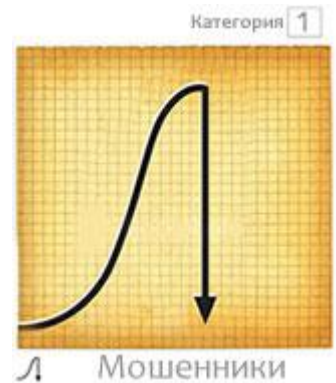
Как объясняет Ренди в этом тренинге, настоящее богатство в сетевом маркетинге создается только при наличии всех необходимых факторов. Вы должны присоединиться к правильной программе в правильное время, если хотите создать стиль жизни рок-звезды. Очень важно, чтобы Вы уже были в системе, когда происходит экспоненциальный рост.

Конечно, практически каждый дистрибьютор думает, что его программа подходит к моменту экспоненциального роста. Но исследования индустрии и различных бизнес-возможностей показывают, что это не правда. Здесь мы приведем обзор пяти категорий, о которых рассказывает Ренди Гейдж на своих тренингах.

Категория 1 – "Мошенники"

Эти компании очень часто испытывают экспоненциальный рост. Но, конечно, траектория их роста резко обрывается, когда к ним наведываются с проверкой исполнительные органы, что неизбежно происходит при деятельности подобных "бизнес-схем".

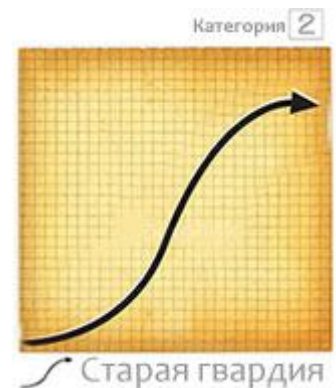
Очень важно понимать, что бизнес-возможности из этой категории не являются сетевым маркетингом, даже если они утверждают обратное. Это могут быть письма по цепочке, финансовые пирамиды и другие схемы, которые создаются только для того, чтобы деньги двигались к верхушке структуры и перекадывались из одного кармана в другой. Подобные организации нелегальны и причиняют людям страдания.



Категория 2 – "Старая гвардия"

Эти компании уже выходили на экспоненциальный рост и удерживали его в течение значительного периода времени. Это компании с миллиардными товарооборотами, и те люди, которые вошли на ранних этапах и стали причиной роста этих компаний, создали для себя привилегированные позиции. Это хорошие компании, предлагающие стабильность и шанс для создания устойчивого дохода.

Однако большинство экспертов этой индустрии согласятся с Ренди, что шанс создать большое богатство в таких компаниях уже упущен. Они уже достигли стадии зрелости, что будет сильно препятствовать новичкам, которые захотят создать в таких компаниях большие бонусные чеки.

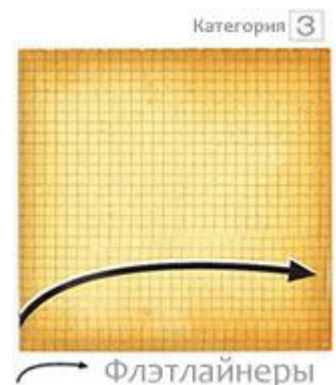


Категория 3 – "Флэтлайнеры"

Компании из этой категории можно сравнить с подружкой невесты, которая сама никогда не выйдет замуж. Они могут работать долгое время, но никогда не выходят на кривую экспоненциального роста. Единственный рост, который они испытывают (если он есть), – это рост в арифметической прогрессии, обычно происходящий при открытии новых рынков. На тех рынках, где они работают уже долгое время, эти компании больше не могут удерживать внимание публики.

Существует множество причин, из-за которых эти компании не выходят на экспоненциальный рост. Часто это происходит потому, что их продукт нежизнеспособный, компенсационный план не способствует правильному поведению дистрибьюторов или у компании плохой менеджмент.

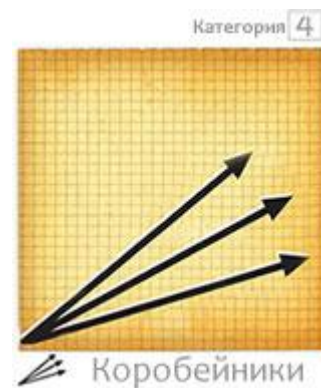
Дистрибьюторы из этих компаний часто думают, что экспоненциальный рост неминуем и вот-вот должен наступить. Но история показывает, что компании, испытавшие экспоненциальный рост, сделали это в первые годы существования. Практически невозможно создать надежное богатство в "компании-флэтлайнере", если Вы не готовы пожертвовать ради этого десятилетия своей жизни.



Категория 4 – "Коробейники"

Эти компании, возможно, вызывают больше непонимания, чем какие-либо другие компании, так как большинство людей не понимают разницы между моделью малого бизнеса (с упором на розничные продажи) и моделью большого бизнеса (построением дубликации и большой команды дистрибьюторов, которые создают большой товарооборот).

Эти программы предлагают телекоммуникационные услуги и дисконтные карточки, кондиционеры и фильтры для воды, страховые полисы и другие товары, которые требуют навыков продаж. Но проблема заключается в том, что они не соблюдают формулу построения богатства в сетевом маркетинге:



"Создание большой группы людей, которые делают несколько простых действий на протяжении длительного периода времени"

На самом деле только 10% всего населения являются прирожденными продавцами. У них есть наработанные навыки продаж, отсутствует страх отказов и они находятся в постоянном поиске новых клиентов. Они разъезжают по городу на своих машинах, днями напролет слушая мотивационные записи, и говорят себе: *"Я обожаю слышать отказы, потому что каждое следующее "Нет" приближает меня к ответу "Да!"*

Это означает, что 90% всего населения не являются продавцами. Они не знают, как нужно продавать, они не любят это делать, и они до смерти боятся отказов. Они не хотят вешать на свою одежду бэйджики с призывными лозунгами, делать холодные звонки и приставать к незнакомцам в торговых центрах. Они любят покупать продукцию для себя и чувствуют себя комфортно, рекомендуя ее своим друзьям. Они с трудом видят себя в роли продавца.

В результате, эти 90% людей не добиваются успеха в подобных компаниях. Они могут присоединиться к подобной компании, если получат хороший результат по продукции, но как только им приходится выйти из зоны комфорта, они сразу уходят из бизнеса или опять становятся обычными клиентами.

Если мы хотим следовать первой части формулы – создать большую группу людей, делающих несколько простых действий – то имеет смысл работать с 90% населения, а не с 10%. Огромный недостаток подобных "компаний-коробейников" заключается в том, что их подход нацелен только на 10% населения – на продавцов.

Хороший продавец способен создать большой доход в подобной компании. Однако этот доход будет зависеть от постоянных ежемесячных усилий по замещению новыми людьми тех, кто уходит из бизнеса. Это означает, что у них нет настоящего пассивного дохода, и они обречены быть "копателями" все время, пока работают в этой компании.

Категория 5 – "Святой Грааль"

Настоящее богатство в сетевом маркетинге создается в компании из этой категории. Это новая компания, которая обладает всем необходимым, чтобы добиться устойчивого экспоненциального роста и стать следующей многомиллиардной историей успеха. Именно в таких компаниях создаются привилегированные позиции и надежное богатство.

Конечно, каждая новая компания хочет верить в то, что она – "та самая". И дистрибьюторы из этих компаний не умышленно говорят Вам неправду. Они свято верят в то, что говорят. Но, к несчастью, большинство из них не имеет достаточно опыта, знаний и видения, чтобы действительно понять, какие факторы необходимы, чтобы компания испытала экспоненциальный рост.

Как Вы уже, наверное, знаете, Ренди Гейдж, Эрик Уорри, Ата Мамедов и другие опытные лидеры индустрии верят в то, что Agel Enterprises обладает всеми необходимыми факторами, чтобы стать следующей компанией из пятой категории. Важно понимать, что все эти люди – лидеры с огромным опытом, которые заработали миллионы долларов в сетевом бизнесе и помогли тысячам дистрибьюторов добиться высочайшего уровня успеха.

Мы можем взглянуть на успешные компании, которые в прошлом достигли и смогли удержать экспоненциальный рост, и увидеть, какие факторы их объединяют. Все эти факторы есть у Agel. Вот некоторые из них:

1) Привлекательная продуктовая линия.

В мире есть множество замечательных продуктов, однако не все они хороши для продвижения через сетевой маркетинг. Для этого бизнеса лучше всего подходят уникальные, эксклюзивные, часто потребляемые и быстро расходуемые продукты. Вот еще некоторые необходимые критерии...

Обычный человек должен понять Ваш продукт за 30 секунд. Если Вам нужно 10 лабораторных отчетов и пять дисков с выступлениями докторов, чтобы люди поняли Ваш продукт, то это не соответствует формуле создания богатства. Это одна из причин, почему "компании-флэтлайнеры" не выходят на экспоненциальный рост.

История наглядно показывает, что такие непотребительские и медленно расходуемые товары, как фильтры для воды или кондиционеры, не способны поддерживать стабильный товарооборот длительное время. Компании с подобной продукцией способны создать некоторое первоначальное воодушевление за счет фронтальной загрузки продукцией и спешки, но обычно это не затягивается на долгий период.

Еще один шокирующий факт заключается в том, что компании с одним продуктом не способны удержать стабильный товарооборот долгое время. Как компании с непотребительскими товарами, они могут создать некоторое первоначальное воодушевление, но этого просто недостаточно для создания приличного товарооборота, который смог бы поддержать компенсационный план и достойно вознаградить лидеров. В какой-то момент эти лидеры осознают, что дистрибьюторы из других компаний с такой же по размеру организацией зарабатывают значительно больше денег. Поэтому, даже если им нравится их продукт и компания, они, в конце концов, принимают решение делать бизнес в другом месте. За последнее десятилетие это происходило много раз в различных "соковых" компаниях.



Продуктовая линия Agel – это первая свежая продуктовая идея за последние 15 лет в этой индустрии. Люди быстро понимают идею технологии суспензионных гелей, а небольшие пакетики с гелем являются, вероятно, самыми привлекательными образцами продукции в нашем бизнесе. Кроме того, четыре четких продуктовых линии обеспечивают бесконечные возможности для расширения ассортимента, что гарантирует стабильный остаточный доход.

2) Надежное инвестирование.

Это очень простой и одновременно важный пункт, однако большинство начинающих предприятий не имеют достаточного количества денег, чтобы выжить при возникновении неизбежных препятствий. Руководители Agel с самого начала планировали реализовать такую широкомасштабную экспансию, которую еще никто и никогда в этой индустрии не видел. И они понимали, что для этого им потребуются миллионы долларов.

Они заручились партнерской поддержкой венчурной фирмы, которая была основана миллиардером, и получили такое количество денег, которое позволило Agel превратиться в международный феномен.

3) Опытный менеджмент.

Компания Agel была мечтой ее основателя **Глена Дженсена**. Глен – страстный предприниматель, и он способствовал успеху в сетевом маркетинге десятков тысяч людей по всему миру.

В начале своей карьеры Глен работал руководителем отдела обслуживания клиентов компании **Nu Skin International**. В его обязанности входил контроль работы представителей, работавших с Кореей, Японией, Канадой и испаноязычными странами.

Позже он добился того, что компания **Enrich International** получила лицензию на свою продукцию, и уже через 2 года ее объем продаж вырос до 5 миллионов долларов в месяц. Он также работал директором по международному развитию в **Neways Inc.**, открыв рынки России и Японии, и вывел эту компанию на рекордные результаты по товарообороту за все время ее существования.

Потом Глен основал компанию **Synergy WorldWide**, где занимал должность президента. Под его руководством компания достигла такого успеха, что журнал **INC. Magazine** занес ее в список самых быстрорастущих компаний. Как видите, его успешный опыт работы в индустрии сетевого маркетинга не имеет себе равных.

Свой первый телефонный звонок Глен Дженсен сделал человеку, которого все знают как одного из самых уважаемых руководителей в этой индустрии – своему старому другу **Крейгу Брэдли**.

Крейг обладает обширным и впечатляющим послужным списком. В течение трех лет он занимал пост вице-президента по продажам в Северной Америке в многомиллионной компании **USANA**. Кроме того, он в течение восьми лет работал вице-президентом по продажам в другой крупной компании сетевого маркетинга – **Melaleuca**. И, конечно, его впечатляющая карьера также включает в себя работу в качестве соучредителя и президента еще одной успешной и могущественной компании сетевого маркетинга – **ViaViente**.

Страстью Крейга является создание возможностей, которые развивают в людях стремление к успеху. И он в этом преуспевает. Высшей наградой для него является работа с теми людьми, которые считают своим долгом изменить к лучшему свою собственную жизнь и жизни всех тех, с кем они встречаются. Официально Крейг является президентом компании, но фактически его обязанности включают работу в качестве наставника, учителя и друга тех людей, которые хотят осуществить свои мечты. Поэтому, когда Крейг получил звонок от Глена, он был абсолютно готов вложить все свои знания в создание новой компании, получившей название Agel.

Вместе Глен и Крейг создали инфраструктуру, которая предлагает лучший шанс осуществления Вашей мечты. Они собрали вместе наиболее сильную команду менеджеров, когда-либо работавших в начинающей компании сетевого маркетинга.

4) Компенсационный план, вознаграждающий за правильное поведение.

С тех пор, как в конце 1950-х годов зародилась индустрия сетевого маркетинга, компенсационные планы постоянно развивались, чтобы соответствовать велениям рынка. Планы, которые хорошо работали в 70-х годах, не обязательно работали в 80-х. А планы, которые были хороши в 90-х годах, часто не соответствуют требованиям нашего времени.

Осознавая это, руководители Agel совершили инновационный прорыв в компенсационных планах, создав новый план вознаграждений – Квадра-план.

Квадра-план включил в себя лучшие элементы из четырех основных типов компенсационных планов, убрав все лишнее, что их сопровождало. Ваши дистрибьюторы никогда не отрываются от Вас, Ваш товарооборот не обнуляется каждую неделю, и большая часть Вашей группы находится в пределах получения с нее комиссионных. Это один из наиболее выгодных и справедливых планов вознаграждений, которые когда-либо были созданы, и если Вы ищете возможность создания надежного и солидного остаточного дохода, компания Agel должна быть вверху Вашего списка.

Компания предлагает 8 различных способов заработка. Большинство из них являются остаточным доходом, особенно кумулятивный бонус – самая большая инновация в системе вознаграждений за последние 15-20 лет.

Что еще более важно, Квадра-план разработан таким образом, чтобы вознаграждать людей за правильное поведение! В отличие от планов с отрывом, вознаграждающие спонсирование в "ширину", которое заставляет игнорировать работу с "глубиной" организации, Квадра-план вознаграждает Вас за работу с "глубиной" организации и развитие новых лидеров.

Квадра-план Agel предлагает Вам возможность высоких заработков на каждой стадии Вашего бизнеса: быстрые стартовые комиссионные, когда Вы только начинаете; солидный доход по мере развития сети; и надежный остаточный доход, когда Ваша организация уже построена. Этот план один из немногих, которые вознаграждают Вас так, как Вы того заслуживаете!

Итак, мы подошли к пятому и, возможно, наиболее важному фактору...

5) Команда лидеров.

По правде говоря, ни одна компания не может самостоятельно выйти на экспоненциальный рост. Он происходит благодаря усилиям лидеров – это люди, которые непосредственно занимаются спонсированием, обучением и поддержкой команды. Компания Agel привлекла большое число одних из самых успешных мультимиллионеров из этой индустрии. Они создали структуру поддержки, которая поможет Вам осуществить Ваши мечты с компанией Agel Enterprises. Эта структура состоит из трех компонентов, которые позволят Вам избежать менталитета "копателя" и стать настоящей рок-звездой сетевого маркетинга:

* Система

Есть трехступенчатая система, которой Вы можете следовать. Неважно, какое у Вас образование, опыт или возраст, – Вы можете добиться успеха, если будете следовать проверенной стратегии построения бизнеса. Эти лидеры знают лучшие способы построения организаций и создали систему, благодаря которой у любого человека есть шансы на успех.

* Инфраструктура

Важным элементом системы является правильная инфраструктура. У нас есть мощные рекрутинговые материалы: журналы, DVD- и CD-диски, сайты и многие другие инструменты для работы. Эти ресурсы позволяют Вам начать быстро, даже если Вы никогда прежде не занимались бизнесом.

* Тренинги

Другим важным элементом являются тренинги, которые обучат Вас правильному использованию системы и инфраструктуры. Вы сможете посещать еженедельные тренинговые телеконференции для лидеров, веб-трансляции, местные, региональные и международные тренинговые события. Такие ежегодные события, как Agel World и Leadership Retreat, предлагают Вам тренинги высокого уровня по построению Вашей команды и созданию остаточного дохода.

Итак, следующий шаг за Вами:

- Если Вы устали терпеть неудачи в МЛМ...
- Если Вы усердно работаете, но не получаете никакой отдачи...
- Если Вы спонсируете много человек, но они Вас не дублицируют...
- Если не получаете столько, сколько по-настоящему заслуживаете...
- Если Вы готовы стать настоящей рок-звездой сетевого маркетинга...

Тогда Agel – это то, что Вам нужно!