
АЛЕКСАНДР СИНАМАТИ

***КАК СОЗДАТЬ
СВОЙ
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ
БРЕНД***

Путеводитель дистрибьютора — 8

Москва
2009

УДК 658.8
С38

С38 **Синамати А.** Путеводитель дистрибьютора — 8. Как создать свой персональный бренд. — М. : МИПЛ, 2009. — 44 с.

ISBN 978-5-903531-13-4

Книга посвящена теме создания и формирования персонального бренда, наличие которого является неременным условием для достижения успехов в сетевом маркетинге. Предназначена для консультантов сетевых компаний.

УДК 658.8

© Александр Синамати, 2009

ISBN 978-5-903531-13-4

От автора

Каждый сетевик является президентом собственной компании. Вы — яркая и неповторимая личность, обладающая уникальными рыночными характеристиками. Вы — есть бренд!

Д. Смакотин

Как-то после моего семинара подошла одна женщина и стала жаловаться, что никак не продвигаются у нее дела в сетевом маркетинге: вроде бы, ей и нравится это занятие, и делает она все, что говорит спонсор и пишут в умных книгах, а все равно успехов нет — продажи не идут и структура не строится.

Слушал я ее и все никак не мог понять, кого же она мне напоминает: что-то неуловимо знакомое было в ее образе, но что — я понять не мог. «Работаю, работаю, — продолжала говорить женщина, — но все никак не могу проявиться. А ведь мне так нравится наш бизнес».

И я вдруг вспомнил, как много лет назад, увлекался проявкой и печатью фотографий. Сейчас, в век цифровой фотосъемки, когда после нажатия кнопки изображение мгновенно появляется на дисплее сотового телефона или на мониторе компьютера, сложно представить себе, что тридцать лет назад процесс печати фотографий был достаточно долгим и сложным. Тогда фотографии печатали с помощью громоздкого аппарата на особой фотобумаге,

которую помещали в ванночку со специальным раствором — проявителем, причем фотобумагу в проявителе нужно было выдерживать строго определенное время: если недодержать, то изображение получалось бледным, человек на снимке выглядел неярким и расплывчатым. Если же фотография передерживалась, то изображение чернело и становилось неестественно ярким.

И я понял, что моя собеседница напомнила мне недопроявленную фотографию. Ее образ был незакончен, недопроявлен, и это чувствовалось во всем — в выражении лица, в жестах, в словах. «Никак не могу проявиться», — опять повторила она.

К сожалению, эта проблема характерна для многих людей, которые работают в сетевом маркетинге. Они, вроде, много знают о продукции и бизнесе, у них есть цель и есть желание ее добиваться, они совершают много движений, но... безрезультатно. У этих людей нет цельного образа, они непроявлены, расплывчаты и неотчетливы, а следовательно, неотчетливы и сигналы, которые они посылают во внешний мир. Поэтому то, что они хотят донести до других людей о сетевом маркетинге, остается не понятым и не принятым.

Кстати, существуют и «перепроявленные» люди, у которых всего слишком много, всего «чересчур» — жестов, громкости голоса и проч. Такие люди заполняют собой все жизненное пространство, в котором оказываются, и не оставляют места для других людей. Они в любой ситуации ведут себя как лидеры, даже тогда, когда в этом нет необходимости. Порой этим людям хочется сказать: расслабьтесь, наконец, и отдохните. И дайте отдохнуть от себя другим. Эти люди тоже зачастую не достигают желаемого результата в бизнесе, так как их гиперактивность пугает и не вызывает желания присоединиться, а порой и отталкивает от сетевого маркетинга.

Сетевой маркетинг подразумевает постоянное взаимодействие с другими людьми, и чаще всего наши действия носят неосознанный характер, а связь между нашими действиями, словами и полученным результатом не осознается и не анализируется.

Вместе с тем нам очень важно знать, какое впечатление мы хотим произвести на других людей и какое впечатление произво-

Как создать свой персональный бренд

дим на самом деле. Это поможет оптимизировать наши действия для того, чтобы добиться в сетевом маркетинге желаемого результата в кратчайшие сроки.

Для достижения постоянного, стабильного успеха, нужно научиться осознанно пользоваться своей личностью как бизнес-инструментом, целенаправленно продвигать свой профессиональный образ, который создаст правильное представление о нас у окружающих и позволит добиваться своих целей в сетевом маркетинге.

Поэтому я решил написать небольшую брошюру, в которой изложил самые простые правила создания собственного бренда. А в качестве примеров я использовал цитаты из самопрезентаций участников конкурса «Бренд Лидера», который проводился на сайте журнала «SINAMATI. Сетевой маркетинг и прямые продажи».

Желаю удачи.

Александр Синамати,
генеральный директор Международного института
психологии лидерства, издатель журнала
«SINAMATI. Сетевой маркетинг и прямые продажи»

Контакты: sinamatia@gmail.com
www.mlm-gazeta.ru

Что такое бренд

Начнем с определения. В специализированной литературе их существует великое множество, я выбрал наиболее короткие и емкие.

Бренд — это наш образ, который мы формируем в сознании других людей и который создает правильное представление о нас у окружающих и позволяет добиваться своих целей.

Бренд — это образ товара (продукта, услуги, человека) в головах целевой аудитории, доносящий выгоды предложения и отличающий его от конкурирующих.

Бренд — это совокупность представлений, ассоциаций, образов, идей и обещаний, которые складываются в умах людей о конкретном продукте или компании.

Бренд — это набор восприятий в воображении потребителя.

Бренд — это уникальный образ, вызывающий эмоциональный отклик у целевой аудитории.

Из всех этих определений ясно следующее.

Бренд — это нечто нематериальное и, тем не менее, это стоит подчас миллионы (и миллиарды) долларов.

Бренд — нечто неуловимое, что возникает в нашем сознании, когда мы встречаемся с каким-то товаром, компанией или человеком.

Бренд — это то, что выделяет компанию (человека) из общего фона, что делает заметным и привлекательным, что позволяет выделиться на фоне других людей, занятых аналогичным бизнесом.

Бренд — это обещание, которое обязательно должно сбыться при встрече с носителем бренда. Перед встречей с носителем бренда мы можем испытывать предвкушение — от приятных минут, которые мы проведем, пользуясь товаром или услугой.

А после встречи мы можем испытать приятное впечатление от того, что наши ожидания оправдались.

Для чего сетевому нужен бренд

Для чего нужен бренд сетевой компании — понятно. А вот для чего нужен собственный бренд лидеру сетевой компании? Ведь он работает под брендом компании.

Как известно, сетевых компаний в России несколько сотен, и количество их увеличивается с каждым годом. Современные условия развития российского сетевого бизнеса отличает жесткая конкуренция. Десятки и сотни тысяч консультантов различных сетевых компаний предлагают продукцию и возможности бизнеса, при этом каждый консультант искренне считает, что его компания самая лучшая, продукция — самая уникальная, а маркетинг-план — самый выгодный.

И у людей, которым сетевик предлагает продукцию или возможность бизнес-партнерства, возникает мысль — а почему они должны сотрудничать именно с этим человеком?

Для потенциальных клиентов и партнеров название компаний чаще всего ничего не говорит. Поэтому решение о покупке (вступлении в бизнес) они принимают чаще всего на основании впечатления, которое произвел на них консультант компании.

В этих условиях конкурентное преимущество получает тот консультант, который сумеет выделиться из общего фона, вызвать к себе доверие и выстроить долгосрочные отношения с партнерами. И наличие своего бренда помогает это сделать.

По утверждению Дмитрия Смакотина, «сетевик, создавший персональный бренд, получает огромное рыночное преимущество на фоне армии коллег, позиционирующих себя, как „дистрибьюторы компании X”, продвигающих на рынке не свою уникальность, а уникальность компании, с которой они сотрудничают. Такой сетевик:

- точно знает рыночную нишу, к которой он обращается, он знает **потребности** своей аудитории;
- отчетливо представляет уникальный набор **навыков**, которыми он обладает и с помощью которых он сможет решить проблемы своей целевой аудитории;

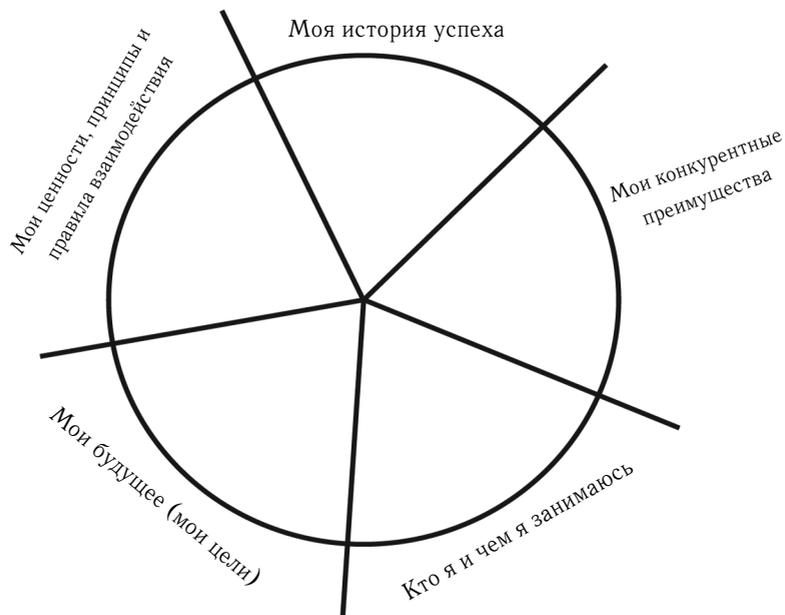
Александр Синамати

– опирается на неповторимую комбинацию **личностных качеств**, благодаря которым он будет выделяться на фоне огромной армии коллег для своей аудитории;

– умеет кратко и лаконично заявить о той **ценности**, которую он способен принести людям, входящим в его целевую аудиторию.

Личный бренд — это та самая аура, которая окружает вас и которая заставляет покупателей сделать выбор в вашу пользу».

Составляющие бренда



Персональный бренд — как пазл — состоит из множества кусочков. Давайте посмотрим на каждый из них.

1. Кто я и чем я занимаюсь

Первая и самая важная составляющая персонального бренда, можно сказать, его «ядро» — это четкое позиционирование себя. Иными словами, создавать свой бренд следует с ответа на вопрос **«Кто я и чем я занимаюсь?»**. Если вы четко знаете, кто вы в вашем бизнесе и в чем заключается ваша деятельность, то вы обозначите себя в том пространстве, в котором находитесь, — ставите на карте точку и подписываете «Это я».

Если попросить консультантов сетевых компаний ответить на вопрос «Кто вы и чем вы занимаетесь?», то ответы будут очень разными.

«Я продаю продукцию компании. Кто я? Я продавец».

«Я строю структуру из людей, которые пользуются продукцией компании и распространяют ее. Кто я? Я бизнес-организатор, руководитель сбытовой структуры компании».

«Я несу людям здоровье и красоту и помогаю им вырваться из нищеты. Кто я? Я добрая фея».

Почему важно четко позиционировать себя?

Во-первых, это важно для вас самих, так как ваши действия являются следствием вашего позиционирования. Если вы продавец, вы совершаете одни действия, если организатор структуры, — другие, если добрая фея, — третьи.

Во-вторых, когда вы приглашаете человека в свой бизнес, вам нужно четко обозначить, что вы делаете в этом бизнесе и убедить, что ваш собеседник готов совершать эти же действия.

Если потенциальный консультант мечтает быть «доброй феей», а вы ему предлагаете «покупать по одной цене, а продавать с 30 %-ной наценкой», то вряд ли ему понравится ваше предложение. И наоборот, если потенциальный партнер настроен на зарабатывание денег, то ваш рассказ о том, что вы занимаетесь «оздоровлением нации», не вызовет у него энтузиазма.

Пример: *Меня зовут Виктор Иванов, я консультант компании N. Я занимаюсь распространением косметических средств и биологически активных добавок к пище.*

При этом, как пишет Д. Смакотин, «создавая персональный бренд, следует придумать себе уникальное заявление, которое вы будете предъявлять рынку. Назовем его Посланием Личного

Бренда (ПЛБ). Ваше ПЛБ должно кратко и лаконично отражать вашу уникальность на рынке. Например, если вы занимаетесь распространением пищевых добавок, то, просто представляясь как дистрибьютор компании „Х” (консультант по здоровью и т. п.), вы ничем не будете отличаться от тысяч своих коллег, занимающихся тем же (и похожим образом позиционирующих себя). Но если, к примеру, вы представитесь как „специалист по оздоровлению семей”, то вы, тем самым, выделяете себя среди толпы конкурентов. Суть вашей деятельности на рынке остается той же самой. Но восприятие вас вашей целевой аудиторией (семьи, заботящиеся о своем здоровье) будет уже совершенно другим».

Иными словами, называние себя должно не просто отражать то, чем вы занимаетесь, но и содержать в себе некое глубокое послание, идею.

Например:

Светлана Остапенко — *мотиватор более совершенной и осмысленной жизни.*

Ольга Павликовская — *мастер по открыванию талантов в людях.*

Виктор Славин — *человек, который показывает другим людям возможность достойной жизни.*

Людмила Иванова — *путник и проводник для многих на пути эффективности жизни.*

Оксана Беляева — *специалист по улучшению качества жизни.*

Юлия Данько — *эксперт эффективного использования позитивного мышления и необузданного трудоголизма, неизбежно ведущих к успеху ☺.*

Андрей Полухин — *гид для своих партнеров на их пути к себе.*

Меня зовут Виталий Гуменников! *Я бизнесмен, помогаю людям осуществлять мечты, обрести здоровье, финансовую свободу и независимость.*

2. Моя история успеха

Практически на любом мероприятии сетевой компании (структуры), будь то корпоративный юбилей или рядовая презентация

тация, можно услышать от людей, добившихся успеха, их историю. Такие истории обычно строятся по единому сценарию, в соответствии с которым жизнь героя истории делится на две части: ДО и ПОСЛЕ определенного события, которое является поворотным моментом и поводом для изменений.

Для чего нужна история успеха? История успеха транслирует очень важный сигнал людям, для которых она рассказывается: «если я смог, сможете и вы».

История — это очень важный компонент бренда, и ее созданию нужно посвятить время и следовать определенным правилам.

Правило 1. *История должна быть краткой.*

Как показывает практика, многие рассказчики слишком затягивают свои истории, наполняя их ненужными подробностями, которые мешают услышать главное. Не стоит слишком увлекаться и излишне подробно описывать свой жизненный и трудовой путь и подробно перечислять биографические данные — где, кем, когда вы работали, учились и так далее. Подробная биография интересует только одного человека — начальника отдела кадров при приеме нас на работу. Именно он будет подробно исследовать каждый пункт и с интересом задавать уточняющие вопросы. Для незнакомых же людей, на которых мы хотим произвести впечатление, детали нашей биографии не представляют особого интереса.

А вот что для них интересно — это как особенности вашей биографии помогли (и помогают) вам в вашем бизнесе и как они могут пригодиться им, если они будут работать вместе с вами, возможные фактические совпадения с их биографией, ассоциации, которые у них могут возникнуть.

Например: *«Я 18 лет прослужил в морской пехоте. Закончил службу в должности командира отдельной части. И мои методы отработки новых навыков проверены, как в морской пехоте, когда хорошо подготовленная команда выполняет поставленные боевые задачи с наименьшими потерями и наибольшим количеством орденов и медалей, так и в МЛМ» (Юрий Цереня).*

А подробное упоминание о каком-то эпизоде своей биографии оправдано лишь в том случае, если этот эпизод является **ПОВОРОТНЫМ** в вашей жизни. И описание этого эпизода является «мостиком» к рассказу о вашей нынешней успешной карьере.

Правило 2. *В минимальное количество слов должно быть вложено максимальное количество информации о себе, и эта информация должна вызывать у слушателей интерес к вам и позитивные эмоции.*

Например:

*Здравствуйте! Меня зовут **Андрей Шаталов**. Я прожил в своем теле на Земле 45 лет. Когда я отвечал на вопросы теста на соответствие желаний и образа жизни, я написал, что хочу прожить 150 лет. Роботы ответили мне, что в РФ люди столько не живут. Я решил изменить эту ситуацию.*

Кто я? Это, наверное, самый сложный вопрос ☺

*Я — женщина, человек, мама, дочь, а бывает, ощущаю себя потерянным в этом мире ребенком, а иногда равной Богу... Если по простому, по паспорту — **Надежда Романова**, на данный момент 34-х лет от роду. Имею счастье быть матерью троих детей и женой классного мужчины.*

Давно замечена связь между именем человека и его характером и судьбой. Мое имя — Елена — досталось мне, видимо, неслучайно: ведь в переводе с греческого оно означает «свет», правда, мне больше нравится, что Елена — спутник Сатурна. Я — маяк, солнце — освещаю и согреваю. Я — муза. Люди вдохновляются моей персоной и хотят за мной следовать. Легко могу сделать невозможное, если это будет мне интересно. Там, где я, всегда удача, всегда найду выход из любого положения, самое выгодное предложение. Обожаю радовать людей, делать их жизнь более комфортной и приятной.

Елена Сухинина

Меня зовут **Катерина Тимощенко**. Каждый из нас хотя бы раз в жизни задумывается — для чего я живу, что я хочу получить от жизни и оставить после себя... Не раз этот вопрос задавала и я себе. Не так давно я смогла на него ответить — я поняла, что я хочу сделать и чему не жаль посвятить свою жизнь.

Когда я родился, меня назвали *Константин*. А фамилия уже была. Поэтому разрешите представиться — **Константин Гарнага**. По профессии я бизнес-тренер. И по призванию тоже.

Здравствуй, меня зовут **Юлия Данько**, мой возраст принято называть «средним» (мне 37 лет), родилась, выросла и живу в городе Бийске Алтайского края. Всегда занималась спортом: шахматы, фигурное катание, фитнес, горные лыжи и туризм, автотуризм. Окончила художественную школу с отличием. Два образования — торговое и высшее юридическое.

Меня зовут **Анна Жижина**. Я родилась в городе Томске Западной Сибири, очень красивом и живописном месте, где есть белый снег, мороз, ели, прекрасные люди, прекрасный мир.

Меня зовут *Алина*. Я — с Дальнего Востока, из города Благовещенска, и запах сосновой хвои, багульника и брусники не променяю ни на один тропический аромат (разве что не надолго). У меня замечательная семья — муж и четырехлетний сынишка. По образованию я врач, а по состоянию души и убеждениям нахожусь там, где есть возможность личностного роста, творчества, свободы выбора, реализации своей мечты и помощи людям, — в сетевом маркетинге.

Алина Ивченко

Мое имя с греческого переводится как «постоянный». И я понял, в чем мое постоянство: я постоянен в своем желании двигаться вперед и познавать себя и этот Мир!

Константин Харченко

Александр Синамати

*Я — **Юрий Цереня**. Директор партнерской программы «Будь здоров». Цереня Юрий — это надежное достижение ваших сетевых целей, более коротким путем!*

*Меня зовут **Альфия Вагапова**. По образованию я юрист, но, проработав юристом всего 3 месяца, поняла — не мое. С 14 лет пыталась сама заработать. Много перепробовала, но никак не могла найти то дело, которое приносило бы мне не только материальные блага, но и истинное удовольствие.*

*Кто я? В сущности, **Евгений Колмаков** — обычный человек за исключением одного моего качества. Активность. Благодаря активности я притягиваю все то, что мне нужно.*

*Здравствуйтесь, меня зовут **Елена Личагина**. Если с отчеством — Елена Викторовна, и мне нравится мое полное имя, потому что Елена означает «луч света, факел» (греч.), а Виктор — «победа» (тоже греч.), если сложить вместе, то как-то сразу ясно, что с таким-то именем и осознанно-необходимо не вырастить в себе лидера значило бы не оправдать доверия предков (родителей).*

*Меня зовут **Андрей Литвин!** От моего папы мне досталось уникальное отчество — Грегорович. Все мои занятия, привязанности, привычки и взгляды, выдержавшие испытания временем, — это уже навсегда. Меня тянет к людям, а людей — ко мне. Я пришел в этот счастливый и прекрасный мир 13 февраля 1951 года. У меня великолепные предки, замечательные родственники, удивительные жена, трое детей и четверо внуков, теща, тесть, зятья, сестра, дяди, тети, племянники и племянницы — всех перечислить просто невероятно.*

Правило 3. История должна быть четко структурированной и иметь сюжет.

Очень часто в исполнении многих рассказчиков их истории представляют собой «поток сознания», в котором факты перемежаются с эмоциями, отсутствуют четкие выводы.

Структура, как мы уже говорили, должна быть следующей: жизнь рассказчика ДО поворотного момента, описание поворотного момента, жизнь ПОСЛЕ поворотного момента и ВЫВОДЫ, которые рассказчик извлек из определенных событий своей жизни и которые он хочет донести до слушателей.

Например:

*Меня зовут **Валерий Варава**. Я расскажу вам о своей жизни. Сначала — о первой жизни, а потом — о второй. Вернее, я расскажу вам о моей одной жизни, но состоящей из двух частей. И вторая ее часть так разительно отличается от первой, что мне кажется, будто это не две части одной жизни, а две совершенно разные жизни.*

Я все время искала себя. Искала, где можно проявить себя как личность, где нужно подходить к делу творчески, с душой. Поэтому увлекалась вязанием, шитьем, вышивкой, училась на курсах английского языка, попробовала себя в страховании. Мне все это нравилось, но денег не приносило. И однажды... это был 1995 год, когда экономика страны стала рушиться и надо было искать для себя, как жить дальше, я попала на презентацию одной компании. Ничего не поняла. При этом стало очень интересно. Увидела, что здесь все другое — люди, отношения, жизнь. Интуиция подсказала — ЭТО ТВОЕ. Так началась моя новая жизнь — жизнь в сетевом маркетинге. Так я занялась бизнесом, ничего в нем не понимая и не имея абсолютно никаких навыков. Было ОДНО ЛИШЬ ЖГУЧЕЕ ЖЕЛАНИЕ — СДЕЛАТЬ ДОСТОЙНОЙ ЖИЗНЬ СВОЮ И ДОЧЕРИ. Это была моя МЕЧТА на тот момент.

Надежда Андреева

Пришло время, и я осознал — в моей жизни что-то неправильно. Но то, как я живу сейчас, является следствием моих решений, принятых 7 лет назад, и только я несу за это ответственность. Значит, моя жизнь через 7 лет будет зависеть от того, какие решения я приму сейчас, и снова только я несу за это ответственность.

Я решил быть свободным. Свободным от других людей и от обстоятельств. Свободным, чтобы жить. Интерес к жизни просыпается, когда есть ВЫБОР! Выбор есть всегда, если ты свободен его сделать. Я начал искать другой вид деятельности, который в перспективе мог бы мне дать финансовую независимость и защищенность, свободу распоряжаться своим временем и при этом доставлял мне удовольствие и приносил пользу другим.

Сергей Бабич

3. Мои конкурентные преимущества

Для меня всегда было загадкой — как великие актеры могли играть с артистами, от которых нечем заразиться, даже насморком. Как растолковать бездари: никто к вам не придет, потому что от вас нечего взять.

Фаина Раневская

Одной их составляющих бренда является описание того, чем носитель бренда отличается от других людей, предлагающих аналогичные услуги (продукцию или бизнес-возможности).

У многих людей вызывает затруднение — четко обозначить свои конкурентные преимущества. Как сказал один из участников тренинга «Бренд Лидера», «мне неловко писать о своих отличиях, получается, что я ставлю себя выше других людей, в том числе и своих партнеров по бизнесу». Интересно, что люди, которые с блеском доказывают преимущества продукции своей компании и в два счета могут рассказать, чем их компания отличается от других (в лучшую сторону), становятся в тупик, когда им нужно описать свои отличия.

Такая проблема действительно существует — нам с детства внушали, что мы не должны выделяться, дескать «знай, сверчок, свой шесток», «не „якай”, я — это последняя буква алфавита», «скромность украшает человека». Эти и им подобные утверждения, адресованные нам со стороны наших близких, друзей, родственников, привели к тому, что мы не ощущаем се-

бя уникальными созданиями. А на самом-то деле у каждого из нас есть что-то, чего нет у других людей.

Особенно это касается профессиональных знаний, умений и навыков. Кто-то блестяще ведет презентации, кто-то мастерски проводит индивидуальные беседы, кто-то умеет очень хорошо продавать и так далее. И эти знания, умения и навыки являются конкурентными преимуществами в бизнесе. Поэтому необходимо осознать наличие у себя этих конкурентных преимуществ и уметь о них заявить. Для чего? А чтобы те люди, которые обдумывают ваше предложение, четко понимали, какие преимущества получат они в результате сотрудничества с вами. Ведь не только вы делаете им предложения заняться сетевым маркетингом.

Как пишет **Виктор Славин**: *«почему в сетевом маркетинге (да и не только в нем) люди идут за лидерами? Да потому, что лидеры всегда в чем-то превосходят других людей — они умнее, смелее, расторопнее, решительнее, интереснее, они знают что-то, что не знают другие люди. Иными словами, они в чем-то ЛУЧШЕ других людей. Именно поэтому они создают громадные структуры в сетевом маркетинге и зарабатывают высокие чеки. А тот, кто не лучше других, такой же, как все, как правило, теряется в общей массе и не вызывает интерес. И у людей, которых такой человек зовет за собой (в сетевой маркетинг, например), естественно, возникает вопрос — почему мы должны идти за ним, а не, наоборот, он за нами?*

И еще, на мой взгляд, необходимо отличать ничем не обоснованное хвастовство, дескать, я лучше и круче всех, от спокойной констатации своих сильных сторон — как человека и профессионала в сетевом маркетинге».

В чем мое отличие от других сетевиков, которые встречались мне? Один мой знакомый сказал, что со мной приятно общаться, потому что я не «упертая», как другие женщины. Я никогда ни на кого не «давлю», а позволяю людям самим определиться в выгодах сетевого маркетинга и решить, стоит ли им этим заниматься.

Алма Аубакирова

Александр Синамати

С детства и на протяжении всей моей жизни окружающие люди отмечали мое спокойствие и невозмутимость. Эта отличительная черта моего характера служит мне на пользу. Я спокойно, невозмутимо и уверенно делаю свой бизнес. И готов помочь в этом своим новым партнерам.

Сергей Бабич

Яркая личность! Умение расположить к себе людей, выслушать, профессионально порекомендовать человеку то, в чем он нуждается, яркая, ухоженная внешность, спортивная фигура — все это позволяет мне выстраивать практически пожизненные отношения с ними. Да, это так, я ничуть не преувеличиваю. Многолетний труд над собой позволил мне достичь таких результатов, плюс продукция, которую использую. Все это дает мне полное право влиять на выбор людей и формировать их отношение к самим себе, помогать им взглянуть на себя с другой стороны, понять, что они такие же, как и я, и у них те же возможности, просто необходимо полюбить себя, приложить усилия, вложить средства и оправдать эти вложения. В этом я и вижу свое предназначение. Однажды мой наставник сказала такие слова: «Юля, пойми, они же без тебя просто сдохнут от уныния...». Они врезались в мое сознание.

Когда я провожу мастер-класс по применению косметики, ни одна дама не покидает зал без покупки. Это такой кайф — видеть, как преображается человек, как улыбка женщины начинает сиять так ослепительно.

В этом и есть мое отличие и мое преимущество от других партнеров. Мне легко продавать, предлагать продукцию, приглашать в бизнес, так как любая хочет быть похожей на меня! Как внешне, так и внутренне.

Юлия Данько

Есть мнение, что Лидер должен идти впереди, так, чтобы консультанты видели его спину. Мое четкое убеждение — Лидер должен быть рядом, чтобы консультанты могли видеть его лицо.

Я рада тому, что мой путь не всегда усыпан розами. Что некоторые шаги растягивались на дни, недели, месяцы. Именно благодаря своим страхам, своей неуверенности я хорошо понимаю, что чувствуют большинство новичков в сетевом бизнесе. Когда «и хочется, и колется». У меня есть свой опыт преодоления трудностей, и я смогу передать его другим.

Наталья Фризен

Чем я отличаюсь от других? Я отличаюсь от других тем, что я очень позитивная, я несу людям любовь и свет. Тем, что я сначала хочу изменить себя, а на моем примере изменятся 100000000 людей. Я энергичная, я всегда помогаю людям, когда нужна моя помощь, даю советы.

Почему люди должны последовать за мной? Да потому что я не обманываю людей, я всегда отвечаю за свои поступки. Я развиваю в себе личность и многие тоже хотят развить, только не знают как, и я им в этом помогу.

Аня Фещукова

Самое главное — я четко знаю, чего хочу. Я могу и другим людям помочь понять, чего они хотят. Я готов поддержать, научить, подбодрить людей, которые идут за мной. Я готов все время рассказывать им что-то, чего они не знают. Я щедрый (во всех смыслах) человек, если я что-то узнаю новое, меня просто начинает «распирать» от желания поделиться с другими людьми.

Виктор Славин

4. Мои жизненные принципы, правила и ценности

Известно, что общие ценности, принципы и правила взаимодействия — это тот «цемент», который скрепляет людей крепче всего. Сетевая структура состоит из множества очень разных людей. У каждого свой жизненный опыт, свои взгляды на жизнь, и если они противоположны, то конфликтов не избежать. А часто так случается, что различие в принципах и ценностях может сыграть разрушительную роль и развалить организацию.

Неслучайно в крупных компаниях (не сетевых), в которых существует отбор на работу, тестируют не только профессиональные знания, умения и навыки претендентов, но и их ценностные установки. Цель — проверить, совпадают ли ценности кандидата на должность с ценностями компании и ценностями коллектива.

В сетевом маркетинге, как известно, отдела кадров не существует, и «отбор» в свою организацию ведет сам консультант. И очень важно, чтобы, беседуя с новичком, он убедился, что помимо общего желания зарабатывать деньги их объединяет еще что-то.

Приглашая в свой бизнес партнеров, необходимо поставить их в известность о своих жизненных ценностях и принципах, в соответствии с которыми вы идете по жизни и строите свои отношения с другими людьми.

Предположим, вы искренне верите в то, что в жизни хороших людей больше, чем плохих, и что надо относиться к людям так, как хотите, чтобы они относились к вам. А ваш новый консультант, напротив, убежден, что все вокруг обманщики и воры, которые норовят обдурить его. Вряд ли при таких разных жизненных позициях ваше сотрудничество будет успешным.

Поэтому для лидера важно осознать свои жизненные ценности и принципы, а затем транслировать их во внешний мир. Таким образом он получает возможность «притянуть» в свою организацию людей с близкими ему ценностями и убеждениями, и, наоборот, оттолкнуть «разнозарядных». Если на презентацию приходит человек, идущий по жизни с девизом — «кругом одни лохи», то, услышав о таких ценностях лидера, как честность и порядочность, он, пожалуй, и не пойдет к вам в структуру. И при этом избавит вас от возможных неприятностей в дальнейшем.

Мои некоторые принципы, которых я придерживаюсь в бизнесе:

- каждый человек имеет 100 %-ную СВОБОДУ ВОЛИ, и никто не имеет право ее нарушать;*
- каждый имеет право на свои ошибки и опыт (на свои «грабли»);*

- давать информацию всем, но тратить время на тех, кто действует и ищет возможности;
- человек должен быть богат и материально, и духовно!

Константин Харченко

В результате многолетней и кропотливой работы над собой и с людьми у меня сформировалось несколько жизненных принципов, которых я всегда придерживаюсь. Не люблю вранья в любом виде. Я против какого-либо манипулирования людьми (человек сам строит свою жизнь, сам принимает решения и сам выполняет свои задачи). Искренность в отношении с людьми. Помогать людям в реализации их мечты, если они этого хотят. Говорить свое мнение по любым вопросам, даже если другие не согласны с ним. Доводить начатое до конца. Вселять в людей веру в себя. Давать больше, чем получаешь (нам все равно все возвращается). Я стараюсь жить по истине, по библейским правилам.

Приходя ко мне, люди чувствуют все это и с удовольствием общаются, работают и дружат со мной.

Надежда Андреева

Предпочитаю ответственные, открытые отношения с партнерами и клиентами. Сама, как человек ответственный, стараюсь не давать пустых обещаний. Иногда из меня очень трудно «вытянуть» обещание, но если обещала — выполняю обязательно! В людях ценю честность, открытость, точность. Не успеваешь — предупреди! Умей ценить время — и свое, и чужое. Не люблю предательство. Абсолютно не выношу тех, кто в лицо с улыбкой говорит одно, а за твоей спиной тут же говорит и делает совсем другое. Любые неумение, незнание, необразованность можно исправить. Гниль и подлость — никогда!

Ирина Бызалова

Каковы мои ценности? Свобода, целеустремленность, творчество, честность, желание работать в команде. Не люблю людей необязательных, не терплю предательства. В биз-

Александр Синамати

несе для меня важны не только деловые отношения, но и личные. Мне нравится то, что наши партнеры становятся для нас близкими людьми, что нас связывает гораздо больше, чем общий бизнес.

Елена Даданова

Главное для меня в общении с людьми — быть искренней. Когда ты предлагаешь сотрудничество, ты открываешься, отдаешь часть себя, вкладываешь душу, — при таком подходе невозможно существование лжи и фальши. Ведь, подписав соглашение, человек становится «твоим», ты берешь его за руку и проводишь в музей — сначала для поверхностного обзора, затем обучения, анализа действий, поступков. Ты постоянно работаешь с этим человеком, он может обратиться к тебе с любым вопросом. Ответственность — очень важный элемент, который связывает между собой многие вещи. Взяв на себя ответственность за свои поступки, мысли, действия, становится легче жить. Не нужно искать виноватых, ведь ты знаешь, что свою судьбу строишь ты сама!

Я знаю, что дружба между людьми строится на доверии друг к другу.

Я считаю, что каждому по силам найти свою дорогу к счастью.

Я верю, что ясные, светлые мысли помогают нам добиваться самых высоких целей!

Анна Жижина

Никого ничему нельзя научить, только сам человек может научиться чему-то, если захочет. Поэтому я предпочитаю сначала узнать, что интересует моего собеседника, а потом дать ему ту информацию, которую он запрашивает.

Никого никуда нельзя вовлечь, только сам человек может вовлечься во что-то по собственной воле. Я против манипуляции и программирования и всегда даю право выбора собеседнику.

Человека нельзя изменить, ему можно показать возможность выбора, которую он может принять для себя и начать использовать.

В общении с партнерами по бизнесу ценю честность и порядочность, открытость, уважение личного достоинства.

Андрей Полухин

Мои принципы — рекомендовать только то, что продал самому себе и получил положительный результат.

Репутация важнее денег. Мой девиз (их несколько) — «Лучше сделать и пожалеть, чем не сделать и сожалеть», «Расслабься и получай от жизни удовольствие».

Татьяна Адамова

Ценности, которые для меня важны: здоровье, богатство, свобода, семья, друзья, возможность путешествовать. Я ценю в бизнес-партнерах открытость, честность, юмор, оптимизм, мудрость. Мое жизненное кредо: помогая другим стать успешнее, прийти к успеху самой.

Алма Аубакирова

Я действую подобно маяку: не уговариваю корабли менять курс, а просто свечу, даю выбор прислушаться к моему сигналу.

Юлия Дудникова

По отзывам людей, хорошо со мной знакомых, меня отличает позитивный настрой, искреннее отношение и любовь к людям. Я действительно получаю большое удовольствие от взаимодействия с людьми, но исключительно на основе доверия друг к другу, без которого невозможно никакое сотрудничество и долгосрочные отношения.

Наталья Ямщикова

В отношениях я прежде всего ценю порядочность и верность данному слову. Я считаю, что потерять деньги не страшно — всегда можно заработать еще. А вот подмоченную репутацию «высушить» очень сложно.

Виктор Славин

5. Мое будущее (мои цели и перспективы)

Известно, что для того, чтобы успешно идти вперед, нужно четко представлять себе, куда вы идете. А после того как вы это представили, — нужно различными способами сообщить о своих целях людям, которых вы приглашаете идти вместе с вами. Почему это важно? Эти люди должны сравнить свои цели с вашими и понять — по пути ли им с вами, стоит ли им идти вместе с вами и до какого пункта назначения. Это, как в метро: если пассажиру нужно доехать до конечной станции, а проходящий поезд следует только до предпоследней, то пассажир пропустит этот поезд и поедет на следующем.

Моя ближайшая цель — стать сетевым директором крупной отечественной компании прямых продаж, в которой рост финансового благополучия гармонично сочетается с личностным ростом и заботой о здоровье и благополучии семьи. Путь к успеху, как и любой другой путь, «начинается с одного шага». Приглашаю сделать этот шаг вместе! Пусть каждый день приносит новые знания, новые открытия и новые деньги!

Оксана Беляева

Как-то меня спросили: «Как ты думаешь, в чем цель твоей жизни?». И я ответила не задумываясь: «Помогать людям!». Тогда я еще не понимала, как, чем, каким образом. Это потрясающее чувство — видеть «загорающиеся ярким пламенем» глаза людей, которым я показываю возможности, открывающиеся в сетевом маркетинге. И я счастлива помогать этим людям. Счастлива быть в команде успешных людей. Я хочу, чтобы таких успешных, счастливых, богатых людей было все больше и больше, чтобы каждый чувствовал себя нужным в этом мире, чтобы каждый жил в достатке, бывал там, где хочет, имел то, что хочет, и занимался своим любимым делом!!!

Альфия Вагапова

Решила через 5 лет стать бриллиантовым директором — значит буду!

А прелесть в том, что все, что нужно для этого сделать, — это помочь лидерам моей группы достичь их целей! Чем я с удовольствием сейчас и занимаюсь. Я хочу, чтобы лидеры моей группы отдыхали за границей в лучших отелях несколько раз в год, чтобы они получали, как минимум, 5000 долларов ежемесячно, чтобы жизнь их была легка и приятна, а успех следовал за нами по пятам! Хотите ли вы того же? Милости прошу к нашему шалашу!

Надежда Романова

Мечтаю, что через 10–15 лет в нашей стране будут достойно жить счастливые люди и гордиться тем, что эта страна — Россия! А где же здесь мое место? К тому времени я уже стану бабушкой. Будем с лидерами из разных городов и стран ездить друг к другу в гости, передавать свой богатейший опыт. А когда мне будет 80, — буду общаться по Интернету, лежа в гамаке на Ямайке, и писать мемуары о том, как мы, сетевики, поднимали из разрухи Россию в конце XX и в начале XXI века. Присоединяйтесь...

Елена Даданова

В настоящее время я встал на путь самоулучшения во всех сферах своей жизни, и в этом деле мой бизнес играет одну из главных ролей. Основной моей целью на данный момент является создание своей динамичной, интересной, многонациональной, энергичной команды. И как следствие — создание своего источника дохода и помощь другим людям в создании такового. Планирую к 30-ти годам стать полностью финансово свободным и помочь наибольшему количеству людей последовать за мной. Особенно это касается молодежи... Одним из моих приоритетов является направление их энергии в правильное и перспективное русло, вместо бесцельного проматывания времени. Естественно, не последнее место в списке целей занимает помощь моим родителям. Выраженная цифрами, моя цель выглядит примерно так: 10000 евро в месяц... Так что если вы молоды душой, энергичны, амбициозны и наши с вами цели совпадают, то я буду безгранично рад

А л е к с а н д р С и н а м а т и

помочь вам в достижении ваших объективов! Саморазвитие — это основной мой интерес. Каждый год я пытаюсь научиться делать что-то, что не умел раньше, стать успешнее, интеллектуально более развитым, здоровей, одним словом — ЛУЧШЕ!

Алан Джелиев

Моя цель — показать людям, что есть успешная жизнь, достойный доход, счастливый отдых и что наша жизнь ограничена только нашим сознанием!

Цель в бизнесе — поиск заинтересованных людей, которые готовы к изменениям в жизни, создание сильной лидерской структуры!

Анна Жижина

И сейчас я знаю, что через 5, 10, 15 лет я буду успешной бизнес-леди, счастливой женой и прекрасной матерью. Моя цель — построение своего бизнеса и помощь людям: раскрыть в человеке потенциал, помочь осознать свои силы и возможности. Наш бизнес дал мне уверенность: уверенность в себе, уверенность в будущем!

Юлия Кошина

Моя цель в бизнесе — создание огромной, дружной, самостоятельной, молодежной структуры из позитивно настроенных людей, ищущих новые возможности! Все больше таких людей сами находят меня, я с огромным энтузиазмом делюсь с ними своим опытом и знаниями и в то же время постоянно учусь у каждого из них. В свою команду я беру только близких по духу людей, потому что с ними мы становимся не просто партнерами, а настоящими друзьями!

Ирина Мартынова

Каждое утро я понимаю, что могу нести добро и свет в наш мир. Я могу помочь людям! С помощью сетевого маркетинга я могу дать им возможность изменить и устроить

свою жизнь так, как они этого достойны! Я могу изменить их мнение об окружающих, помочь быть в гармонии с собой и окружающими. Ведь что может быть лучше, чем помочь ближнему!

Моя цель в бизнесе — создание огромной структуры из талантливых и просто хороших людей. Общение с умными людьми всегда приносит свои благотворные плоды.

Моя жизненная цель — помочь всем дорогим мне людям стать счастливыми!

Дмитрий Михайлов

Своей миссией считаю объединение людей, и я выполняю ее, помогая другим находить пути для реализации своих талантов, осуществлять свое предназначение, жить СВОЮ жизнь, открывая сердца для Любви и Радости. Знаю точно, что каждый человек талантлив, и у меня есть огромное желание помогать людям, открывать их таланты, чтобы Любовь и Радость исцелили нашу планету. Чтобы дети росли в любящих семьях, чтобы всюду слышался смех, а глаза излучали свет. А я точно знаю, что мечты сбываются!

И через 10 лет я вижу себя молодой, счастливой и богатой. Я лидер огромной международной команды, провожу обучение в разных странах мира. В нашей команде счастливые, уверенные в себе люди, которые многого достигли в жизни, это лидеры, несущие по миру знание о том, как стать талантливыми хозяевами своей жизни.

Ольга Павликовская

Свои мечты, которые я реализую в ближайшие пять лет в бизнесе, я вижу в двух картинах.

Первая. Я стою на сцене большого зала, рассчитанного на тысячи человек. Это именно семинар. Я стала Бриллиантовым директором! В моих глазах слезы, потому что я осознаю, что сделала свою ближайшую цель реальностью. Перед глазами проносятся эти годы, как один миг, в груди щемит. Меня поздравляют родители, наставники,

Александр Синамати

мои многочисленные директора. Мы празднуем нашу общую победу! Это не просто праздник, это семинар, где я и мои друзья делятся секретами успеха. Приехали директора из других городов, привезли свои команды, чтобы перенять опыт друг друга. Я — в высшей степени воодушевления!

Вторая. Я написала книгу, которая выйдет огромным тиражом в издательском доме Александра Синамати. К этому моменту мы будем сотрудничать, я буду автором многих статей его газеты. Книга будет затрагивать самые актуальные темы в вопросах становления бизнеса МЛМ в провинции, подводные камни и реальные истории из жизни. Ее держит в руках мой сынишка, читает название и улыбается моей фотографии, а по моей спине бегут мурашки.

А через десять лет я буду поздравлять очередных бриллиантовых директоров своей структуры с победами как их наставник где-нибудь в ресторанчике в Каннах и быть безмерно счастливой от того, что мы вместе!

Марина Петрова

2018 год. У меня юбилей — 55 лет. Это по паспорту. Хотя, какие паспорта, их в прошлом году отменили. Тело чувствует себя не более чем на тридцать.

Прогресс достиг такого уровня, что с помощью современных средств коммуникации и голографического способа представления информации можно общаться с виртуальными собеседниками как с живыми. Уже давно вошло в моду приходить в гости через Глобалнет и даже собирать огромные глобальные конференции, не выходя из дома.

Это необычный юбилей, на который приглашены только мировые миллионеры моей команды. В этом году их стало как раз 55 человек. Хороший подарок ко дню рождения.

Еще пять лет назад все миллионеры были разными, в зависимости от валюты страны, где они проживали. Сегодня же все просто, весь мир — как одна страна с единой мировой валютой.

Юбилей необычен еще тем, что гости собрались не виртуально, а по-старинке, «вживую». Используя современ-

ные средства передвижения, они собрались из разных уголков мира практически за 15 минут.

Люблю я эти вечеринки, когда мы можем вспомнить, как все начиналось 10–12 лет назад. А некоторые присоединились к нашей компании гораздо позже и буквально за несколько лет стали миллионерами. Я люблю всех этих людей. Председатель нашего Фонда миллионеров рассказал о том, куда были потрачены деньги Фонда в прошедшем году. Мы сделали много хорошего и полезного для других людей. Мир стал еще чуточку лучше.

Итак, я приглашаю вас в путешествие к самому себе и финансовой независимости.

Андрей Полухин

Наша миссия. Мы хотим зажечь огонь в сердцах как можно большего числа людей, огонь любви к себе и к окружающим людям, огонь веры в себя, в свои собственные силы, в возможность все в своей жизни изменить к лучшему! Мы хотим подготовить людей к этому лучшему, ведь любое событие свершается только тогда, когда мы к нему готовы. Пусть даже кому-то не повезет это сделать с первого раза, не расстраивайтесь — вы же знаете, кому везет. Мы хотим, чтобы у каждого в жизни было свое море здоровья и успеха!

Григорий и Марина Студенковы

Юмор — дополнительный кусочек бренда ☺

Еще одним компонентом вашего бренда может быть юмор. Наличие юмора, умение человека посмеяться, в первую очередь над собой, привлекает очень многих людей.

Здравствуйте! Меня зовут Павел Ивашура. Так случилось, что я являюсь предком Александра Македонского: воюя

Александр Синамати

на украинской земле, он встретил мою прапрапра... бабушку по имени Ива. Александр — кратко Шура, вот так и появилась наша фамилия.

Павел Ивашура

Вы когда-нибудь видели, чтобы человек томился ожиданием прихода в сетевой бизнес? Я, например, нет.

Алексей Жирухин

Нет толка в знаниях, которые просто таскаешь с собой и не употребляешь в жизни. Люди покупают кипами книжки, аудиозаписи, DVD, кладут на полки и медитируют... в надежде, что случится чудо без их участия. У меня самой полка что надо, но могу признаться, как на духу: с некоторыми авторами сплю. Не очень регулярно, но все-таки они рядом.

Ингуна Жургина

Мои друзья говорят про меня, что я — батарейка «Энерджайзер» — самая глупая батарейка, потому что «работает даже тогда, когда все другие батарейки отдыхают».

Елена Даданова

И тут в объявлении о работе в местной газете читаю: «Работа. „Орифлейм“. Свободный график». Звоню, назначена встреча. Иду и думаю, какой же мне дадут оклад? Если предложат 200 долларов, то соглашусь (тогда еще все в долларах считали — 2004 год). А если предложат 100 долларов?.. Тоже соглашусь (в тот год сильно подняли налог на имущество, думаю, хоть на налог заработаю...).

А если 50 долларов скажут, то что я сделаю?... Блин, все равно пойду...

Не предложили нисколько, но с тех пор я здесь.

Евгения Киянова

Хорошо тем лидерам, чьи истории потрясают залы. Тем, кто был владельцем заводов, газет, пароходов, но променял опасную жизнь магната на душевспасительный бизнес МЛМ.

Или тем, кто занимал деньги на регистрацию, спал на скамейках в парках и был по уши в долгах. А если у тебя не то что долговой ямы, но даже более-менее осязаемой финансовой дыры в хозяйстве не имеется?

Елена Модестова

Помните: все великие люди потому и были великими, что им не приходилось каждое утро тащиться на работу. На их домах так и написано: «В этом доме ЖИЛ и РАБОТАЛ...»

Григорий и Марина Студенковы

Каковы перспективы моего личного роста? Каким я буду через 10 лет? Я вижу себя всемирно известным тренером по личностному росту. Джон Кехо, Брайан Трейси, Стивен Кови звонят мне каждый день, чтобы спросить моего совета. Я им не отказываю.

Андрей Шаталов

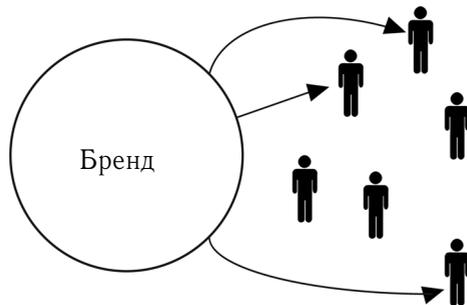
Я вам так скажу: бывают собаки большие, уличные и громко лающие. А бывают такие маленькие комнатные собачки — свернутся себе на диване и лают очень редко и тихо. Не потому, что не умеют громко лаять, а потому, что умные. И получают от жизни то же самое или даже больше, но без лишнего шума. Вот и я, наверное, такой «комнатный» лидер.

Просто Мария

Все было бы здорово, но мое счастливое лицо уперлось лбом в каменные стены казенного дома (нет, с соблюдением закона все в порядке, просто я на работу устроилась). А там так: подходишь по формату в квадратуру учреждения — «ценный работник», а если чего-то где-то выпирает, не вписывается, наружу рвется, тогда — работай над собой, подгоняй под общечеловеческий формат и не высовывайся. И узнала я тогда, что есть потолок, и если высоко прыгнешь, то можно больно удариться! Головой. А это как раз то место, которым мне больше всего нравится работать.

Алина Ивченко

Ваша целевая аудитория



Создавая свой бренд, необходимо четко представлять, каким людям будут адресованы послания вашего бренда, особенности целевой аудитории, на которую вы хотите воздействовать. Целевая аудитория — это те люди, которым вы хотите предложить продукцию своей компании или которых хотите пригласить заниматься совместным бизнесом. Это очень разные люди — разного пола, возраста, социального положения. У каждого из них свои потребности, ценности, желания, цели. А у вас, естественно, — свои, и очень важно, во-первых, сформулировать то, что вы можете предложить этим людям, а во-вторых, то, что вы от них ожидаете.

Если послания, заложенные в ваш бренд, недостаточно четко сформулированы, то на ваш бренд, как мотыльки на зажженную ночью лампу, могут слететься люди, которые не подходят вам для достижения ваших целей. Например, вы хотите, что ваша структура состояла из сильных, независимых, целеустремленных лидеров, а к вам, как назло, приходят инфантильные и безынициативные субъекты, которые шагу ступить не могут без вашей помощи.

Поэтому вам необходимо составить максимально точный и подробный собирательный образ людей, на которых рассчитан ваш

бренд. Вы должны четко понимать, каких людей вы хотите привлечь в свой бизнес, какие у вас с ними общие интересы (цели, ценности) и какую выгоду они получат, взаимодействуя с вами.

*Я — не для всех, и в том моя «вина», —
Я лучше дам немногим, но сполна.
И всяк пришедший пусть меня простит, —
Даю я не плоды, а семена,
Ну, а плоды он сам уже растит.
Я, мысли в слово, как в конверт, вложив,
С надеждой доверяю их тому,
В ком дух Любви и дух Свободы жив,
В ком тесно ненасытному Уму,
И кто мне этим близок потому.*

Эти люди — люди успеха и одновременно моя рыночная ниша в бизнесе и целевая аудитория моей поэзии.

Валерий Варавя

Я готова помочь всем, кто решит изменить свою жизнь: поменять зарплату на свободу, начать строить свое светлое будущее. Скажете — красивые слова, пусть так, но эти слова идут от моего сердца. Ведь я это сделала, я смогла! Я не собираюсь никого уговаривать и агитировать, моя цель и задача — дать людям информацию. Мое предложение — открытая дверь, и каждый решает сам, сделать ли шаг в эту дверь.

Ольга Семуткина

В свою команду я приглашаю всех, кому небезразлично, как и зачем жить. Людей, в которых горит огонь желания ДЕЙСТВОВАТЬ! Я знаю, что делать, как делать, и могу этому научить других — взять за руку и вывести к УСПЕХУ!

Юлия Данько

Я ищу людей с определенными качествами и предпринимательским взглядом на жизнь:

- ◆ людей с позитивным отношением к жизни;
- ◆ людей, желающих большего от жизни;

Александр Синамати

- ◆ людей, делающих все возможное для достижения цели;
- ◆ людей, настойчивых, не сдающихся при первом же препятствии;
- ◆ людей, с которыми хочется путешествовать по миру;
- ◆ людей, которых не нужно контролировать — которые сами будут звонить;
- ◆ людей, способных возглавить организацию.

Дмитрий Климович

Особенно ценю людей с активной жизненной позицией, которые, как и я, предпочтут доход на многие следующие годы или даже на всю оставшуюся жизнь, а не просто деньги на сегодня. К этому мы и будем стремиться. В Интернете и за его пределами.

Евгений Колмаков

Я не нянька. Мне не нужны в команде плачущие «жертвы». Я готов сотрудничать со взрослыми зрелыми самостоятельными людьми, авторами собственной жизни. Мое кредо — быть безупречным. То есть действовать так, чтобы потом не было причин самого себя упрекнуть. Хочу видеть в своей команде таких же целеустремленных и амбициозных людей.

Сергей Бабич

Методы продвижения персонального бренда

Как справедливо отмечает Дмитрий Смакотин, крупные корпорации ежегодно тратят на раскрутку своих брэндов сотни миллионов долларов. Конечно, ни один из нас не может позволить себе подобный рекламный бюджет. Но, тем не менее, личный брэнд, как и любой другой брэнд, нуждается в интенсивном маркетинге. И вам необходимо ежедневно продвигать его на рынок. Для этого можно использовать множество приемов достаточно эффективного и низкозатратного маркетинга.

1. *Создайте свою личную историю, в которой отразите свои ведущие ценности и принципы. Рассказывайте свою историю людям. Разместите ее на своем личном сайте или блоге.*

2. *Используйте Послание Личного Бренда во всех материалах, которые вы раздаете своим потенциальным клиентам. Это могут быть ваши визитные карточки, буклеты, брошюры, сайт в Интернете, электронная подпись в e-mail сообщениях.*

3. *Проводите регулярные семинары, лекции, тренинги. Становитесь публичными.*

4. *Пишите. Пишите как можно чаще и больше. Для целевых газет и журналов. Откройте в Интернете свою собственную почтовую рассылку и с ее помощью устанавливайте доверительные отношения со своими читателями.*

Примеры личных брендов

Бренд «Александр Синамати»

По образованию я учитель + психолог + бизнес-тренер + коуч (факультет иностранных языков педагогического института + психологический факультет МГУ + Институт тренинга + Академия коучинга).

За свою жизнь я перепробовал множество занятий: работал дворником и журналистом, ночным сторожем и учителем, торговал на вещевом рынке и переводил с английского, занимался «извозом» и руководил собственной компанией.

Последние 15 лет я реализую себя в сетевом маркетинге — самой интересной и перспективной области современной жизни.

Чем конкретно я сейчас занимаюсь:

- ◆ провожу семинары и тренинги;
- ◆ пишу книги о сетевом маркетинге;
- ◆ издаю книги, как свои, так и других авторов — лидеров сетевых компаний;
- ◆ выпускаю журнал «SINAMATI. Сетевой маркетинг и прямые продажи»;
- ◆ сотрудничаю с сетевыми компаниями и помогаю им выстраивать систему обучения;
- ◆ сотрудничаю с лидерами сетевых компаний и помогаю им работать с их структурами.

То есть по профессии я бизнес-тренер, коуч, писатель, издатель, консультант.

А по сути — человек, который профессионально помогает другим людям найти свой путь в жизни.

Что это значит? Известно, что у каждого человека есть свое предназначение, то, ради чего он появился на свет. К сожалению, по разным причинам многие люди живут не в своей судьбе: они

потерялись в этом мире, бродят в растерянности, без карты и компаса, и никак не могут найти свой путь в жизни.

Я знаю, как помочь этим людям, и умею это делать. Я сам очень долго жил не своей жизнью: бродил окольными тропами и занимался не своими делами, примерял чужие судьбы и потратил много времени, сил, нервов и здоровья, пока не понял, в чем мое предназначение и чем я должен заниматься в жизни. Я благодарен людям, которые помогли мне вернуться в свою судьбу, и считаю своим долгом сделать для других людей то, что когда-то сделали для меня. И с помощью своих книг, тренингов, индивидуальных бесед я помогаю людям узнать себя и выстроить гармоничные отношения с собой и с окружающим миром.

Почему я занимаюсь этим в сетевом маркетинге? Дело в том, что в этой области, как ни в одной другой, человек получает реальную возможность начать жить СВОЕЙ жизнью. Когда-то я увлекался полетами на дельтаплане и до сих пор помню ощущение ужаса в тот момент, когда земля уходила из-под ног, и чувство восторга от полета высоко над землей. Такие же чувства, я думаю, испытывают люди, когда начинают менять свою жизнь в сетевом маркетинге.

То, что я делаю, — это мой бизнес, который приносит мне доход и позволяет жить так, как хочется и нравится. И если говорить обо мне как о профессионале, то очень важно подчеркнуть то, что является моим конкурентным преимуществом в этой сфере бизнеса.

По отзывам людей, читавших мои книги и участвовавших в моих семинарах и тренингах, меня отличает безупречная логика суждений, легкая живая подача материала и доступный стиль изложения. Я умею говорить о сложных вещах простым языком, и после моего обучения люди всегда уходят с «сухим остатком» — четким пониманием того, что им надо делать дальше, и с конкретными инструментами для работы. Я даю не просто информацию, а стройную систему знаний, разложенных по полочкам. Мои книги — **«Женщина, которая живет»** и **«Путь к успеху»** служат прекрасным инструментом для «подписания» новых консультантов, а книги серии **«Путеводитель**

Приложение 1

дистрибьютора» содержат четкие методические разработки для проведения школ по сетевому маркетингу.

Мой бизнес успешен — общий тираж всех моих книг за последние 10 лет перевалил за полмиллиона (сколько точно — не знаю, давно перестал считать), а количество людей, прошедших мое обучение, исчисляется десятками тысяч. И мне очень приятно, когда лидеры высокого ранга с солидными чеками признаются мне, что когда-то начинали свою карьеру в сетевом маркетинге с чтения моих книг и посещения моих семинаров. А многие говорят, что именно после моих книг они приняли решение серьезно заниматься сетевым бизнесом.

При этом мне не грозит опасность «забронзоветь» и превратиться в самодовольный памятник себе: я отношусь к своей персоне с легкой иронией и не придаю избыточного значения деньгам и славе. Безусловно, это приятно, но, честно говоря, то, что делаю, я делаю не для славы и не из-за денег.

Просто я не могу этого не делать. Ведь я в своей судьбе.

Бренд «Екатерина Бокитько»

Я сетевик и бизнес-тренер. Моя задача — помочь людям выявить их цели и показать пути к их достижению, используя систему бизнеса и технологии XXI века: сетевой маркетинг и Интернет.

Немного истории.

С детства я увлекалась фотографией и поэтому, закончив школу, поступила в техникум и получила специальность «фототехник».

Но поработать по этой специальности мне почти не удалось, так как в стране началась перестройка и пришлось искать новые пути для профессиональной деятельности. Занималась продажей книг, а затем — продажей радиодеталей и компьютеров на Митинском радиорынке в Москве. Зимой я была одета в телогрейку, шапку-ушанку и войлочные сапоги, летом же от дождя и солнца меня укрывала маленькая полиэтиленовая па-

Приложение 1

латка. Время шло, а мне хотелось заниматься чем-то более творческим, путешествовать, общаться с интересными людьми, учиться.

Кто ищет — тот находит. И в 1993 году я познакомилась с сетевым маркетингом, который очаровал и увлек меня. Сетевой маркетинг стал моим любимым делом, моим хобби, и, как ни удивительно, это хобби еще и приносит деньги!

Если человек чем-то увлечен, ему нравится его дело, он обязательно преуспеет. За годы работы в сетевом маркетинге я изменилась — стала увереннее в себе и своих силах, стала лучше находить общий язык с людьми, у меня появилось много друзей. В последние годы я активно налаживаю связи с людьми из других регионов и стран через Интернет, и мне это тоже очень нравится!

На мою интернет-рассылку «Школа сетевого маркетинга» подписано около 11000 сетевиков из разных компаний, и около 400 посетителей заходят ежедневно на мой сайт и блог.

Мой бизнес сейчас. В 2004 году я начала сотрудничать с компанией *Edelstar*. Благодаря работе через Интернет я создала большую и дружную команду, лидеры которой живут по всей России, на Украине, в Казахстане. У меня новый автомобиль, я путешествую по нашей стране и по экзотическим странам, у меня есть постоянный доход и свободное время на творчество, чтение; я продолжаю увлекаться фотографией.

Точно знаю, что независимо от вашего возраста, пола, места жительства и профессии вы тоже можете добиться успеха в нашем бизнесе, реализовать себя, все будет зависеть только от ваших намерений.

Я знаю на практике, как продавать товары, и могу обучать продажам, помогаю людям выявить цели и наметить пути для их осуществления, знаю, как вдохновить новичка и заставить поверить в свои силы. Обучаю консультантов своей структуры вести эффективный бизнес, при меньших затратах времени добиваться лучших результатов.

Ведь я не раздаю листовки долгими зимними вечерами, не расклеиваю «лапшу» на заборах, не провожу сотни встреч и презентаций, отсеивая незаинтересованных, не делаю нудную и

Приложение 1

скучную работу по собиранию отказов. Это делает за меня мой сайт! Рада, что все больше консультантов учатся у меня новым методам работы через Интернет.

Своим опытом сетевого бизнеса я поделилась в книгах «Школа сетевого маркетинга» и «Как продавать и рекрутировать в Интернете», а также в учебном видеокурсе «Как за 3 года построить сеть в 10000 человек, используя Интернет».

Мне интересно общаться с единомышленниками, разделяющими мои ценности и принципы: уважение к мнению других людей; умение держать слово; способность изменить точку зрения, если она оказалась ошибочной; позитивный настрой; стремление к обоюдной выгоде для себя, партнеров и покупателей, стремление к росту.

Что для меня важно. К сожалению, большинство людей все еще живут в условиях нехватки элементарных вещей — качественного питания, достойного жилья, но главное — у большинства нет времени, чтобы просто жить, потому что они вынуждены продавать свое время за деньги!

Они вынуждены вставать рано утром, чтобы умыться, наспех позавтракать, затем сесть в набитый автобус, приехать на нелюбимую работу, заниматься там делом, которое они терпеть не могут или, в лучшем случае, выносят с трудом, а вечером ехать обратно. Дома ужин, а дальше наркотик, который позволяет хоть немного пожить чужой, более интересной, яркой, увлекательной жизнью, — телевизор.

Знаю, что с помощью сетевого маркетинга я не смогу изменить жизнь большинства людей, просто потому, что, к сожалению, основная масса не захочет ничего менять в своей жизни. Ведь для изменения жизни придется сделать серьезные усилия — отказаться от телевизора, начать читать, посещать школы и семинары, прикладывать дополнительные усилия. И все же люди, готовые к переменам, есть.

Самая большая радость для меня — видеть, как в их жизни появляется интересное, новое, захватывающее дело, они видят первые финансовые результаты, они растут! Расправляют плечи, появляется уверенность в голосе, они становятся совершенно другими — красивыми, успешными, счастливыми!

Моя основная цель в бизнесе — это развитие людей, появление новых лидеров, гармоничных личностей, у которых есть время для жизни — для своей семьи, для любимой работы, для творчества, и которые имеют финансовые возможности воплотить свои мечты в реальность.

Кого я приглашаю в свою команду. Умных и амбициозных, ответственных и ценящих юмор, горячих и чуть-чуть сумасшедших, готовых заняться сетевым маркетингом, увлеченных и жаждущих увидеть мир, готовых учиться и меняться и при этом делать практические шаги. Узнали себя? Тогда присоединяйтесь!

Приложение 2

Список людей, которые упоминались в книге

Адамова Татьяна	http://www.adamovatyana.com
Андреева Надежда	www.go2dream.ru
Аубакирова Алма	www.tilak.narod.ru
Бабич Сергей	http://www.life-active.ru
Беляева Оксана	
Бокитько Екатерина	http://pro-mlm.ru
Бызалова Ирина	edstar-uspex.blogspot.com
Вагапова Альфия	http://avagapova.intwayblog.com/
Варава Валерий	
Гарнага Константин	www.garnaga.ru
Гуменников Виталий	
Даданова Елена	http://mlm-pravda.com/blog/
Данько Юлия	www.juliadanko.blogspot.com
Джелиев Алан	
Дудникова Юлия	www.nonimlm.ru
Жижина Анна	life-diamond.blogspot.com
Жирухин Алексей	http://emlm.ru http://samaratrening.ru
Жургина Ингуна	volnamlm.blogspot.com
Иванова Людмила	blogs.mail.ru/mail/kreativ55/
Ивашура Павел	ivashura.blogspot.com
Ивченко Алина	amurchanka.blogspot.com
Киянова Евгения	
Климович Дмитрий	www.klimovich.ru
Колмаков Евгений	www.gloryonteam.ru/blog/
Кошина Юлия	
Литвин Андрей	http://tentorium-perm.blogspot.com
Личагина Елена	
Мартьянова Ирина	http://www.lider-mlm.ru
Михайлов Дмитрий	http://dimamix.blogspot.com/
Модестова Елена	my.oriflame.ru/alllenka
Остапенко Светлана	http://margocw.narod.ru/
Павликовская Ольга	
Петрова Марина	http://lady-in-biz.livejournal.com/
Полухин Андрей	http://MasterMLM.ru
Просто Мария	www.maria.newage.ru
Романова Надежда	www.myoriflame.spb.ru
Семуткина Ольга	www.edelstar-mlm.ru www.mlm-ru.blogspot.com
Славин Виктор	www.aromatmlm.ru
Студенковы Григорий и Марина	studenkov.blogspot.com
Смакотин Дмитрий	http://mlmblog.ru
Сухинина Елена	nanovit-business.blogspot.com/
Тимошенко Катерина	
Фещукова Аня	http://ann-es.blogspot.com/
Фризен Наталия	eka-es.blogspot.com
Харченко Константин	http://www.mlm-lider.ru/
Череня Юрий	www.bud-zdorow.com
Шаталов Андрей	my-active.blogspot.com
Ямщикова Наталья	mlmrekrut.blogspot.com



Международный Институт Психологии Лидерства

**Международный институт психологии
лидерства** Александра Синамати предлагает:

- 1 . Журнал «SINAMATI. Сетевой маркетинг и
прямые продажи»
- 2 . Книги, аудио- и видеоматериалы по
сетевому бизнесу
- 3 . Обучающие программы для сетевиков

Приглашаем региональных распространителей

Контактные телефоны: (495) 645-6344; 432-1835

Электронная почта: ***sinamatia@gmail.com***

Страница в Интернете: ***www.mlm-gazeta.ru***

Александр Синамати

КАК СОЗДАТЬ СВОЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Корректор:

Шафранская Е.

*Дизайн и
компьютерная
верстка:*

Яковлева А.

Формат 60x90 1/16

Усл. печ. л. 2,75

Бумага офсетная №1, 65 г/м²

Тираж 1 000 экз.