



MILM

Multi Level Marketing

Piotr Idzik

MLMmultilevelmarketing.pl

MLM

MultiLevelMarketing

Wydanie I

Copyright ©2015 Piotr Idzik

Tytuł

MLM MultiLevelMarketing

Autor

Piotr Idzik

Nieautoryzowane rozpowszechnianie (rozdawanie, sprzedawanie) całości lub fragmentów niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentów niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Modyfikowanie niniejszego pliku jest naruszeniem praw autorskich niniejszej publikacji.

Autor dołożył wszelkich starań, by zawarte w tej publikacji informacje były kompletne i rzetelne. Nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw autorskich, patentowych lub innych. Autor nie ponosi żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody i straty wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w tej publikacji.

Życzę przyjemnej lektury

www.mlmmultilevelmarketing.pl

Wydanie: I

Skład i łamanie: key.waw.pl

© Copyright Piotr Idzik

Spis treści

Spis treści	4
Wprowadzenie	6
Trudne początki	7
Zaczynamy	8
System czy produkt?	9
To wszystko wina produktu?	10
Polecenie	11
Jeden metr i entuzjazm	11
Sprzedaż	12
Wiara w siebie	14
Twoje narzędzia	15
Dlaczego Internet?	15
Marketing dla Twojego biznesu	16
Przede wszystkim – ludzie	17
Tacy są Twoi klienci	18
Wiarygodność	18
Brak zaufania	19
Błędy dystrybutorów	20
Twój system od dziś	21
Ty i firma	22
Przyciągaj zamiast gonić	23
Ta technika nie działa	24
Kogo szukasz?	25
Prawo uniwersalne	26
Co kupujesz?	26
Marketing edukacyjny	28
Informacja w marketingu	30
Ciężka praca i poświęcenie	31
Wzajemność	32
Przedstaw ofertę	33
Dlaczego warto	34
Zautomatyzuj swój biznes	35

Elementy dobrego systemu	36
Własna strona w internecie	36
Lista adresowa	39
Wielokrotny autoresponder	39
Dobra strona	43
Jakie robisz wrażenie?	43
Jaka struktura strony?	44
Nagłówek.....	45
Copywriting	46
Opinie i recenzje	47
Jakiś problem?	48
Pokaż korzyści.....	49
Utrzymaj zainteresowanie	50
Okładka	51
Twoja domena	51
Masz stronę i... co dalej?	52
Jak to ogarnąć?.....	53
Bądź sobą	55
Duplikacja.....	56
Jeszcze raz o systemie	56
Twoje możliwości	58
Stara szkoła MLM	60
Ekspert	61
Serwisy Web 2.0	62
Blog	63
Portal społecznościowy	64
Więcej o Facebook'u.....	66
Tania i szybka reklama w Internecie	68
Linkbaiting	70
Stopka	70
Na koniec.....	71
Konsekwentnie	71
Po kolei.....	73
Twoja sprzedaż – Twój marketing.....	74
Motywacja do działania	74
Kilka słów o mnie.....	77

Wprowadzenie

Dziękuję Ci za to, że zdecydowałeś/łaś się zakupić tą książkę. Dołożyłem wszelkich starań, by jej przeczytanie przeniosło Twój biznes na wyższy poziom. Z tego względu znajdziesz tutaj przydatne, choć czasem zadziwiające informacje. Wszystko po to, abyś najlepiej potrafił/a rozwinąć swój biznes MLM.

Dzisiejszy MLM różni się od tego sprzed kilku lat. Właśnie z tego względu postanowiłem napisać niniejszą publikację. Ma ona wprowadzić powiew świeżości w dotychczasowe postrzeganie MLM. A dlaczego MLM ekspercki? Gdyż uważam, że obecnie bez pewnej wiedzy i opinii eksperta, trudno jest osiągnąć duży sukces w MLM. Nie ma co kryć – ta książka ma sprawić, że staniesz się ekspertem i będziesz w stanie uczyć innych, w jaki sposób zarabiać w MLM.

Truizmem jest stwierdzenie, że bez obecności w Internecie, nie może obecnie istnieć żaden biznes. Odnosi się to w taki sam sposób do biznesu MLM. Internet jest niemal w każdym domu, codziennie przed komputerem zasiada wiele milionów Polaków i to właśnie w Internecie szuka informacji i rozrywki. Aby dotrzeć do tak ogromnej ilości osób, musisz wykorzystywać Internet.

Niewiele osób w Polsce potrafi docenić prawdziwą potęgę, jaka tkwi w Internecie. Jeszcze mniejsza ilość wie, jak dokładnie w sposób maksymalny wykorzystać ten potencjał. Wiedza ta jest dostępna za granicą i kosztowało mnie wiele czasu, wysiłku i pieniędzy, by trafić na wartościowe materiały, książki i szkolenia, które mnie tego nauczyły. Teraz podzielę się z Tobą najbardziej wartościową wiedzą, jaką dzięki tym poszukiwaniom zdobyłem.

Trudne początki

Wcześniej działałem w tzw. starej szkole marketingu sieciowego. Pomijam czas, jaki straciłem i pieniądze. Jednak, gdy wspominam ten czas czuję złość, na myśl o tym, jak bardzo nieefektywne było moje działanie. A wystarczyło poznać tylko jedną ważną strategię. Gdy trafi się na tą wskazówkę, wtedy wszystko inne zaczyna się układać w jedną, logiczną całość. Całość, dzięki której jesteś w stanie osiągnąć sukces w MLM.

Pierwszy podręcznik, który przeczytałem i który miał mnie wprowadzić na drogę sukcesów w marketingu sieciowym był zdecydowanie napisany w duchu starej szkoły. Pełen zapału i wiary, że znam wszystkie tajniki MLM: spisałem listę znajomych i... (jak to się tradycyjnie w MLM robi) zacząłem dzwonić. Byłem w szoku, gdy okazało się, że niemal wszyscy chcieli się ze mną umówić na spotkanie. Taki sukces! Jednak spotkania pokazały, że Ci ludzie mieli gdzieś mój biznes i moją ofertę. Chcieli po prostu spotkać się ze mną i pogadać o dawnych czasach. Tym samym – straciłem mnóstwo czasu na telefony i spotkania, a moja struktura MLM nadal się nie rozwijała.

Po jakimś miesiącu skończyła mi się lista znajomych, do których mogę zadzwonić. Niemal na siłę udało mi się zrekrutować kilka osób, po których widziałem, że za bardzo to nie chcą w taki sposób pracować. Musiałem w końcu to sobie powiedzieć: tak dalej być nie może.

Postanowiłem, że za wszelką cenę muszę znaleźć sposób na to, by znaleźć do współpracy osoby, które faktycznie są zainteresowane zarabianiem w MLM. Osób, których jeszcze nie znam, ale które staną się moimi najlepszymi partnerami biznesowymi. Jak to zrobić? Ogłoszenie w gazecie nie zadziała (próbowałem...).

Przez cały czas przewijała mi się w głowie myśl, by zacząć robić biznes MLM w sposób automatyczny. Jednak za każdym razem, gdy próbowałem z kimś o tym porozmawiać to słyszałem, że to nie ma szans. Dla wszystkich tych osób MLM był równoznaczny ze sprzedażą bezpośrednią, a więc wymagał stałych kontaktów (bezpośrednich) z ludźmi. Oni wciąż mi mówili, że nie jest to możliwe przez Internet.

Nie byłbym uczciwy, gdybym jednak nie przyznał, że czasem pojawił się ktoś, kto mówił, że może faktycznie Internet byłby bardzo pomocny. Jednak zawsze wtedy dodawali, że to nie jest dla każdego i że Internet nigdy nie zastąpi bezpośrednich rozmów z ludźmi.

Zaczynamy

Jeszcze zanim przejdiesz do dalszej części tej książki, chcę Ci wyjaśnić, czego NIE możesz się po niej spodziewać. To nie jest podręcznik motywacji, czy też pozytywnego myślenia. Nie będę też pisał o rozwoju osobistym i podobnej tematyce. Owszem – to jest ważne, jednak chcę abyś w końcu zrozumiał/a, że to nie są jedyne (a nawet najważniejsze) czynniki, które stanowią o Twoim przyszłym sukcesie. Na ten temat napisano już wystarczająco dużo, więc myślę, że najwyższy czas, by na MLM spojrzeć z innej perspektywy.

Pewnie już nie raz słyszałeś/łaś, jak bardzo liczy się konsekwencja i upór w działaniu. Mogę tylko to potwierdzić. Sam nie byłbym w tym miejscu, w którym jestem, gdybym nie był tak strasznie uparty i zdecydowany osiągać sukces. Tych cech brakuje osobom, które po 3 miesiącach rezygnują, bo nie widzą efektów, których nawet nie ma prawa być po tak krótkim okresie.

Jednak sam zapał nie wystarczy, żeby wszystko się udało. Musisz jeszcze zdobyć wiedzę, w jaki sposób działać skutecznie. I właśnie dostarczeniem takiej wiedzy zająłem się w tej książce. Jeśli już masz zapał i energię do działania – to wspaniale. Teraz ode mnie dostaniesz kilka wskazówek, jak tą energię prawidłowo wykorzystać. Pamiętaj jednak, że zawsze, każdą wiedzę, każde marzenie musisz wprawić w ruch. Nie wystarczy o czymś mówić, trzeba działać.

System czy produkt?

Zawsze gdy rozmawiam o MLM z osobami, które już w tej branży działają – pojawia się kwestia produktu. Przeważnie przekonuje się mnie, jak niezwykle ważny jest produkt w MLM. Wiele osób działających w MLM zaczyna rozmowę o swojej firmie od wychwalania produktu, jaki ona oferuje. Oczywiście produkt jest jedyny w swoim rodzaju, wyjątkowy, przebadany, nagradzany i ma właściwości magiczne. Nie będę w tym miejscu z tym dyskutował. Faktycznie wiele firm MLM oferuje dobre produkty. Jednak, czy faktycznie ma to oznaczać, że produkt „sam się będzie sprzedawał”?

Gwarantuję Ci, że nie ma takiego produktu, który sam się zaczął sprzedawać i sam się sprzedaje. A jeśli kiedykolwiek taki powstanie to jego wynalazca nie będzie pewnie potrzebował Twojej pomocy, bo przecież produkt sprzedaje się i bez Ciebie.

Pomyśl o tych najbardziej znanych na świecie produktach (np. Coca-Cola i McDonald's) – jest sporo dużo lepszych jakościowo (lub dorównujących jakością) produktów. Jednak to te marki są najbardziej popularne i najchętniej kupowane. Dlaczego? Dlatego, że producenci zainwestowali w rewelacyjną dystrybucję i marketing tych produktów. Sam produkt okazał się drugorzędny.

Sam wybór produktu przez kupujących jest czasem bardzo irracjonalny. Pewnie też nieraz słyszałeś/aś o tym, jak marnej jakości są półprodukty, z których się je tworzy i jak bardzo niezdrowe to jest. Nic jednak nie wskazuje na to, by wpłynęło to na wybory kupujących. Nadal wybierają oni markę, która wiedziała jak się sprzedać i utrwalić w pamięci.

Wiesz już chyba doskonale, co mam na myśli. W tym wszystkim to nie produkt jest najważniejszy, ale sposób w jaki jest on przedstawiany (sama jego idea). Tak więc przeważnie decydując się na zakup, wybieramy po prostu tego, kto najlepiej go nam przedstawił. A niestety w MLM bardzo często się zapomina o tej prostej zasadzie.

To wszystko wina produktu?

Przyglądam się czasem poczynaniom osób, które potrafią zmienić firmę MLM kilka razy w ciągu jednego roku. Przeważnie takie osoby doszukują się wad w produktach i uważają, że to z tego powodu im się nie powodzi. A dzieje się tak dlatego, że to właśnie tylko sam produkt ich przyciągnął, a nie przemyślany i dobry plan marketingowy.

Szukają oni tylko i wyłącznie wymówek i usprawiedliwień, bo skoro produkt się sam nie sprzedaje to znaczy, że jednak nie jest dobry. Wolą zmienić firmę i uwierzyć w kolejny cudowny i samosprzedający się produkt niż dojść do wniosku, że jedyne czego im brakuje to odpowiedniego działania. Żaden nowy produkt, ani plan marketingowy nie będą im w stanie pomóc, jeśli nie zdobędą odpowiedniej wiedzy marketingowej i... nie zaczną jej wykorzystywać w praktyce.

Ja też gdy zacząłem działać w marketingu sieciowym nie miałem dużego doświadczenia ani wiedzy, które pozwoliłyby mi osiągać takie wyniki, o jakich marzyłem. Dopiero, gdy zacząłem zdobywać wiedzę i wykorzystywać ją w praktyce zauważyłem, że nie ma sensu koncentrować się tak mocno na produkcie. Zdecydowanie lepiej jest postawić na marketing. I właśnie to przesunięcie środka ciężkości sprawiło, że w końcu zacząłem odnosić sukcesy.

Droga jest niezwykle prosta, choć nadal ogromna ilość osób woli ją ignorować. Aby odnieść sukces w marketingu sieciowym, trzeba nauczyć się marketingu jako takiego. A jak nauczyć się marketingu? Najlepiej poprzez zostanie świetnym sprzedawcą. I tu pojawia się opór. Ludzie z natury nie lubią sprzedawać, dlatego wolą by im wmawiano, że bez sprzedaży można zarobić w MLM.

Z tego właśnie względu niemożliwe chyba jest, żeby ktoś w MLM wprost powiedział Ci, że musisz coś sprzedać. Jedyne co masz zrobić to „polecić” to kilku osobom. A czym jest w sumie takie polecenie, jeśli nie sprzedażą? No czym?

A przecież, jeśli firma MLM postawiłaby na zwiększenie umiejętności sprzedażowych u swoich partnerów to wszystkim wyszłoby to na dobre. Wtedy wszyscy w danym MLM rozumieliby, w jaki sposób inni podejmują decyzje o zakupie, jakie emocje nimi powodują i dzięki temu, osiągaliby lepsze wyniki w MLM. Wg mnie każda nowa osoba powinna zacząć od zgromadzenia tej właśnie wiedzy.

Zawsze, w każdej dziedzinie – sukces odniosą tylko Ci, którzy wiedzą, w jaki sposób sprzedawać. Niezależnie od tego, co sprzedają: produkt, siebie czy swoje pomysły. Aby móc myśleć o jakimkolwiek sukcesie – też musisz nauczyć się sprzedawać. Z tą umiejętnością poradysz sobie już zawsze w życiu, bez względu na firmę, z którą współpracujesz i w co się zaangażujesz. Jest to uniwersalna wiedza, którą będziesz mieć możliwość wykorzystać w różnych aspektach swojego życia (nie tylko zawodowego).

Polecenie

Kolejną sprawą, którą często powtarzają specjaliści od MLM jest potęga polecenia. Zawsze szcycą się tym, że sukces MLM uzyskuje się właśnie dzięki poleceniu. Owo polecenie jest uważane za najpotężniejszą formę reklamy, która jest w stanie otworzyć wszystkie drzwi.

Zdecydowanie polecenie jest niesamowicie skuteczną reklamą. Tym bardziej skuteczną, jeśli owo polecenie jest wypowiedziane przez znaną nam osobę, z której zdaniem się liczymy. Przypomnij sobie, ile razy zdarzyło Ci się pójść do restauracji, albo kupić jakiś produkt tylko dlatego, że ktoś znajomy wcześniej Ci właśnie o tym opowiadał i mówił, że naprawdę warto. Tak właśnie działa polecenie.

Jednak w przypadku biznesu MLM trudno jest mówić o poleceniu. Ty przecież nie polecasz swoich produktów. Nie robisz tego bezinteresownie, a rozmowa którą prowadzisz nie jest przyjacielską pogawędką. Będziesz mieć przecież korzyści z takiego „polecenia”, a to nie mieści się w definicji rekomendacji. To co robisz jest sprzedażą.

Jeden metr i entuzjazm

Kiedyś usłyszałem o zasadzie jednego metra: „każdy kto jest w zasięgu jednego metra jest Twoim potencjalnym klientem”. Osoby, które wyznają tą zasadę uważają, że zawsze i wszędzie jest czas na sprzedaż.

Z tego właśnie względu narzucają się ze swoim produktem i usługami. Nagabują wszystkich, bez względu na to, czy taka osoba ma czas i ochotę, by ich wysłuchać. Totalny nonsens. To właśnie przez takie osoby w niektórych

środowiskach jest bardzo negatywne nastawienie do marketingu sieciowego. Przez takie osoby MLM kojarzy się innym z nagabywaniem i „wciskaniem” czegoś na siłę.

Jednak jeśli spytasz osobę, która wyznaje zasadę jednego metra, będzie pewna, że robi wszystko, jak należy. Co więcej – taka osoba często nie da sobie wytłumaczyć, że robi coś nie tak. Będzie się broniła mówiąc, że właśnie w taki sposób okazuje swój entuzjazm, a przecież on jest taki ważny.

Faktycznie – entuzjazm jest ważny. Coraz częściej można spotkać się z opinią, że często o wiele bardziej ważne jest w jaki sposób mówimy (ton głosu, gestykulacja, tempo) niż co dokładnie mówimy. Jednak entuzjazmu nie można mylić ze zwyczajnym „pieniem się”.

Entuzjazm nie wyklucza spójnej i logicznej wypowiedzi. Nie można też nigdy uzasadniać natręctwa entuzjazmem. Rozmówcy zawsze należy się szacunek, a Ty nie zbudujesz swojego MLM jeśli postawisz na chaotyczną wypowiedź, która „skołuje” tak słuchacza, że w końcu powie tak. MLM to biznes na lata, a w taki sposób nie uzyskasz stałego partnera biznesowego. Natomiast opinia natręta i manipulanta może Ci bardzo zaszkodzić.

Z tego właśnie względu postaw na solidną naukę marketingu. Dzięki temu uzyskasz odpowiednie sukcesy w swoim MLM, a na dodatek ludzie będą Cię szanować za Twój profesjonalizm.

Sprzedaż

Myślę, że już odpowiednio oswoiłem Cię z myślą, że w MLM będziesz sprzedawał/a. Przyjrzyjmy się zatem temu, jak ta sprzedaż ma wyglądać i jakie jest Twoje zadanie.

Jeśli spojrzymy na sprawę sprzedaży czysto technicznie, to zobaczysz, że sprzedaż to wymiana: towaru lub usługi na jakiś towar lub usługę o podobnej wartości. Przeważnie wymienia się po prostu na pieniądze.

Jednak gdyby spojrzeć na sprzedaż od strony psychologicznej to zauważysz, że sprzedaż jest sztuką przekonywania (perswazji).

Każdy codziennie coś sprzedaje. I wcale nie dotyczy to tylko i wyłącznie biznesu. Sprzedajesz swoją wiedzę, swoje wykształcenie i swoje umiejętności. Czym jest rozmowa kwalifikacyjna jeśli nie sprzedażą? Nawet wybór filmu do wspólnego oglądania jest momentem, w którym sprzedajesz swoje pomysły. Sprzedaż dotyczy każdej dziedziny naszego życia.

Do tego właśnie potrzebujemy mieć jak najlepiej opanowaną sztukę perswazji. Uczysz się jej nieświadomie od najmłodszych lat i równie nieświadomie wykorzystujesz w codziennym życiu. Wszyscy jesteśmy sprzedawcami, jednak bardzo niewielka grupa ludzi zdaje sobie z tego sprawę.

Jeśli komuś powiesz, że może zarobić duże pieniądze w sprzedaży, pewnie stwierdzi, że sprzedaż nie jest dla niego. A przecież zajmuje się nią na co dzień. Tylko woli nie nazywać tego w taki sposób. Tym samym zamyka przed sobą możliwości.

Mimo tego większość osób boi się sprzedawać. Samo to słowo budzi w nich negatywne emocje. Sprzedaż dla nich to sytuacja, kiedy ktoś próbuje ich na siłę przekonać do rzeczy która ich nie interesuje. Nie zdają sobie sprawy, że w taki sposób sprzedają tylko najgorsi sprzedawcy, którzy sami nie do końca rozumieją, na czym sprzedaż powinna polegać.

Doprowadza to do sytuacji, kiedy sprzedaż bardziej przypomina przeciąganie liny, a nie rozmowę z klientem. Każda ze stron sprawdza, która ma lepsze i silniejsze argumenty. Bardzo często właśnie w taki sposób wygląda prowadzenie marketingu sieciowego w tradycyjny sposób. Sprzedawca jest wtedy naprzeciw klienta (jak na ringu) a nie przy nim. Tworzy to złą atmosferę, w której ktoś musi przegrać.

Zdecydowanie nie jest to sprzedaż, która może przynieść komukolwiek sukces (a nawet satysfakcji z niej nie ma). W takiej formie sprzedaży spotykają się po dwóch stronach barykady osoby, które uważają, że za wszelką cenę muszą przekonać rozmówcę do swoich racji. Jeśli właśnie w taki sposób sprzedajesz swój biznes to nic dziwnego, że Twoi rozmówcy się tego boją. Sami nie chcą skończyć prowadząc z innymi takie rozmowy. Sprzedaż w takiej formie ich przeraża i ja doskonale rozumiem, dlaczego.

Wiara w siebie

Kolejnym „słowem kluczem”, na które firmy MLM zwracają uwagę to wiara w siebie. Trzeba wierzyć w siebie i sukces. Nie można też przejmować się odmową i niepowodzeniami. Jednak nie każdy tak może. A nawet początkowy optymizm i wiara zmaleją, jeśli spotka się z wieloma odmowami: jedna po drugiej.

Odmowy zdarzają się bardzo często w tradycyjnym marketingu sieciowym. I nie rozumiem, dlaczego wcześniej nikt nie pomyślał, w jaki sposób to zmienić. Zamiast popracować nad wyeliminowaniem odmów – tradycyjny MLM uczy hartu ducha i wiary w siebie. Zdecydowanie nie podoba mi się ten kierunek i postanowiłem działać w inną stronę.

I właśnie o tym będę pisał na następnych stronach tej publikacji. Poznasz techniki, które pokażą w jaki sposób to ludzie będą za Tobą się uganiać, a nie Ty za ludźmi. Techniki, które sprawią, że będziesz przyciągać ludzi do siebie i swojego biznesu. Tym samym będziesz mógł/mogła zapomnieć raz na zawsze o widmie odmowy. Wprowadzając moje wskazówki w życie, niemal całkowicie wyeliminujesz możliwość odmowy.

To jest banalna zasada. Niby subtelna różnica, ale sprawia, że sprzedaż przebiega zupełnie inaczej. Sam pomyśl: jeśli chcesz sprzedać i sam wychodzisz z prośbą do innych, to pokazujesz, że od tych innych jesteś zależny/a. Prosząc jest niemal pewne, że spotkasz się z odmową. Zupełnie inaczej jest, gdy klient wie, że Ty masz to, czego on chce – wtedy to on do Ciebie się zgłasza i sprzedaż jest niemal w 100% pewna. Co zatem trzeba zrobić? Przekonać klienta, że masz to, czego potrzebuje. O tym, jak to zrobić dowiesz się z dalszej lektury.

Twoja rola ograniczy się do podania klientowi na tacy tego, czego sobie życzy. Nie, nie znaczy to, że produkt zacznie się sam sprzedawać, bo klient go szuka i sam się do Ciebie zgłosi. Musisz włożyć swój czas i energię w odpowiednią akcję promocyjną, by ten klient wiedział, że ma się do Ciebie po to zgłosić. Na tym od dziś będzie polegała Twoja rola w marketingu sieciowym.

Twoje narzędzia

Żeby powyższy plan zrealizować, musisz odpowiednio dobrać i wykorzystać narzędzia, jakie są dla Ciebie dostępne. Jest ich naprawdę dużo i postaram się wymienić je wszystkie. Nie znaczy to, że Ty musisz korzystać ze wszystkich, ale zdecydowanie potrzebne będzie Ci kilka z nich. To one ułatwią Ci (jeśli nie umożliwią w ogóle) osiągnięcie sukcesu w marketingu sieciowym.

Narzędzia w Internecie:

- strona www (np. blog ekspercki);
- reklama kontekstowa (np. Google AdWords);
- forum;
- autoresponder (np. do kursu e-mail);
- media społecznościowe;
- publikowanie artykułów;

Oczywiście – możesz wykorzystywać też narzędzia spoza Internetu, czyli np. tradycyjną reklamę, ulotki itp. Jednak w tej książce skupię się przede wszystkim na tym, w jaki sposób wykorzystać możliwości, jakie można czerpać z Internetu. Szczególnie, że są one w wykorzystaniu zdecydowanie tańsze od metod tradycyjnych.

Jeżeli chcesz dowiedzieć się więcej o technikach, jakie możesz wykorzystać w MLM – zapraszam Cię na mój kurs na stronie: www.skuteczneteknikimlm.pl. Jeśli natomiast chcesz się dowiedzieć, jak kierować masowy ruch na swoje strony, to na moim blogu <http://piotridzik.pl/> przygotowałem dla moich subskrybentów kurs „Metody pozyskiwania ruchu na witrynach internetowych”.

Dlaczego Internet?

Czym będzie dla Ciebie marketing sieciowy w Internecie? Przede wszystkim skupisz się na sprzedaży wartościowych informacji. O tym, czy one są wartościowe będzie świadczyć ilość osób, które szukają takich informacji w Internecie i którym Ty swoimi radami będziesz w stanie pomóc.

Żyjemy w erze informacji. To właśnie informacja jest najwyższym i najdroższym dobrem. Osoba, która ma informacje i potrafi się nimi dzielić – bez

wątpienia zostanie za to doceniona, a przez to ma szansę osiągnąć sukces finansowy. W dobie Internetu informacja jest przekazywana jeszcze łatwiej i szybciej. Cała sztuka polega na tym, abyś to Ty był/a postrzegany/a jako osoba, która potrafi dostarczyć cennych informacji.

Jeśli chcesz odnieść prawdziwy sukces w MLM – nie ignoruj siły, jaką ma w sobie Internet. Niektórzy budują swoje biznesy zupełnie ignorując potęgę Internetu. Nie znaczy, że wcale jej nie dostrzegają. Jednak wychodzą z założenia, że ich biznes jest zbyt mały, jak na działanie w Internecie. Tym samym zamykają sobie drogę do tego, by szybciej i łatwiej rozwinąć swój biznes. Zawsze takim osobom będę powtarzał, że w Internecie jest miejsce na każdy biznes: zarówno dla wielkich firm, jak i małych przedsiębiorstw. Trzeba tylko chcieć.

Czasem jest tak, że sama firma MLM dostarcza strony internetowe, na których są informacje o ich produktach, możliwości zarabiania i budowania własnego biznesu. Często dystrybutorzy takiej firmy uważają, że więcej nie trzeba i tym samym rozpoczynają promocję tych właśnie stron. Wysyłają linki do tych stron swoim znajomym, zamieszczają w Internecie informacje promujące strony firmowe i... dziwią się, że nadal im nie wychodzi. A jak ma wychodzić, skoro nadal to nie oni są widoczni?

Marketing dla Twojego biznesu

Pamiętaj też, że żadnym wytłumaczeniem nie jest kierunek studiów, jaki skończyłeś/łaś bądź nie. Żeby być dobrym marketerem wcale nie jest potrzebna ukończona uczelnia wyższa na odpowiednim kierunku.

Jeśli dotychczas w taki sposób na to patrzyłeś/łaś – najwyższy czas zmienić sposób myślenia. Jest to tylko wymówka, a nie przeszkoda, która uniemożliwiłaby Ci sukces w marketingu. Tak długo, jak nie nauczysz się skutecznego marketingu – sprzedaż będzie dla Ciebie drogą przez mękę.

Twoim głównym celem w tym momencie musi być zdobycie wysoko wykwalifikowanych partnerów biznesowych do Twojego MLM. Najlepszą drogą do tego jest sprzedaż materiałów szkoleniowych. Dzięki temu uzyskasz opinię eksperta, ale przede wszystkim uda Ci się zbudować relacje z klientami. Takie relacje to prawdziwy skarb, gdyż z pewnością część z nich będzie chciała dołączyć do Twojego biznesu.

Pamiętaj jednak, że MLM (także ten w internecie) nadal opiera się przede wszystkim na relacjach między ludzkich. Nie ma szans, aby całkowicie zautomatyzować proces rekrutacji partnerów. Twoi partnerzy potrzebują kontaktu z Tobą i indywidualnego podejścia. Tego nigdy nie będziesz w stanie zautomatyzować (i nawet nie próbuj – nikt nie chce robić biznesu z maszyną).

Przede wszystkim – ludzie

Ludzie lubią czuć się ważni. Lubią wiedzieć, że ich słuchasz. Zawsze stawiaj ludzi na pierwszym planie. Taka strategia sprawia, że zarówno Ty, jak i Twoi współpracownicy macie większą satysfakcję z pracy. Dodatkowo – takie działanie przyniesie Ci także większe korzyści majątkowe.

Pamiętaj, że o wiele większy szacunek zyskasz w oczach innych w momencie, gdy będziesz ich słuchać, a nie mówić. Także słuchanie innych pozwoli Ci odkryć, czego oni tak naprawdę pragną i jak możesz im w tym pomóc. Jeśli nauczysz się słuchać, ludzie będą czuć się przy Tobie dobrze. Zupełnie inny skutek spowoduje brak Twojej uwagi – wtedy poczują się lekceważeni.

Zainteresowanie jest niesamowitą sprawą. W momencie, gdy okażesz zainteresowanie (szczerze) innym osobom – one odwdzięczą Ci się tym samym, a więc dadzą Ci swoje zainteresowanie, a także bardzo często lojalność.

O wiele łatwiejsze jest to w tradycyjnym marketingu sieciowym – po prostu zadajesz pytania i z zainteresowaniem słuchasz udzielanych przez rozmówcę odpowiedzi. W internecie jest to nieco trudniejsze, ale nadal wykonalne. Polega na udzielaniu pomocy Twoim klientom oraz zamieszczaniu (bezpłatnie) porad (np. w formie artykułów), które dotyczą ich problemów i pomogą im je rozwiązać. Zamieszczając taki artykuł, staraj się zawsze spojrzeć na zagadnienie z punktu widzenia odbiorcy, a nie swojego – eksperta.

Pewnie znasz takich sprzedawców, którzy każdą sprzedaż prowadzą dokładnie w taki sam sposób. Ich metoda na sprzedaż to wyuczona na pamięć regułka, wypowiedziana beznamiętnym tonem tak szybko, że rozmówca nie ma szans, by zadać jakiegokolwiek pytanie. Są tak skoncentrowani na sobie, że nawet nie zauważają, jeśli klient uśnie podczas ich monologu. Tak jakby nie znali podstawowej zasady: „klient nasz pan”. Aby móc zaspokoić oczekiwania klienta i sprawić, by chciał z Tobą współpracować – musisz go najpierw poznać.

Tacy są Twoi klienci

Niezwykle ważną wiedzą jest dla Ciebie informacja, że ludzie przy zakupach kierują się zawsze emocjami. Mogą temu zaprzeczać, mogą udowadniać, że wcale tak nie jest, ale zawsze u każdego – zakupom towarzyszą emocje. Nawet jeśli ktoś stara się to ukryć, to jeśli dobrze się przyjrzyysz całemu procesowi kupna, na pewno zawsze znajdziesz emocje. To one sprawiają, że podejmujemy decyzję o zakupie.

Taka już jest natura ludzka, a Ty jako dobry sprzedawca musisz zawsze o tym pamiętać. Zawsze, wszystko wywołuje jakieś emocje w nas. Nie możesz tak zrobić, by nagle wyłączyć emocje swoje i klienta i przeprowadzić w pełni merytoryczną, pozbawioną uczuć dyskusję. Nawet Twój brak emocji będzie wywoływał w innych emocje. Tak już jest i nie ma sposobu, aby to zmienić. Należy więc nauczyć się panować nad tym.

W żadnym bądź razie nie namawiam w tym momencie do manipulowania tymi emocjami. Nie należy przeginać w żadną ze stron. Tworzenie sztucznej atmosfery, naładowanej nieprawdziwymi emocjami nie może Ci wyjść na dobre. Próba manipulowania uczuciami klientów prędzej czy później skończy się dla Ciebie źle.

Chodzi mi przede wszystkim o pewną świadomość emocji i pilne się im przyglądanie. Sprawdzaj, jakie emocje wywołujesz Ty i Twój produkt oraz czy jest to dla Ciebie korzystne. Pamiętaj, że zawsze możesz nieświadomie wywołać emocje, których nie chcesz. Zwracaj więc uwagę na sygnały, jakie dają Ci klienci i jeśli potrzeba – zmiany wprowadzaj u siebie, ale bez manipulowania innymi.

Wiarygodność

Zasada jest niezwykle prosta: jeśli nie jesteś dla innych wiarygodną osobą, klienci nie będą skłonni dokonywać u Ciebie kupna. W końcu chodzi tutaj o ich pieniądze: muszą wiedzieć, że można Ci je powierzyć.

Skąd może się brać mała wiarygodność? Problem ten dotyka przede wszystkim nowe osoby w biznesie, których klienci jeszcze nie mieli okazji poznać. Można ten problem zniwelować pokazując się z jak najlepszej strony i czynnie uczestnicząc w najważniejszych wydarzeniach, na których mogą być Twoi potencjalni klienci.

Brak wiarygodności może jednak wynikać także z tego, że dane osoby nie potrzebują tego, co im oferujesz. Jeśli zaczynasz robić to nachalnie – tracisz w ich oczach na wiarygodności. A to może w prosty sposób doprowadzić do braku zaufania (choć może ono pojawić się nawet u tych osób, które są zainteresowane Twoim produktem).

W następnych rozdziałach opiszę dokładnie, w jaki sposób możesz wyeliminować te trzy bariery, które utrudniają Ci sprzedaż. Jest to niezwykle istotne, gdyż marketing sieciowy nadal ma złą opinię w społeczeństwie. Najnowsze badania wskazują, że ta opinia ulega powolnej poprawie (szczególnie u osób, które bezpośrednio zetknęły się z MLM), jednak brak zaufania do marketingu sieciowego jest nadal w naszym kraju bardzo duży. Żeby osiągnąć sukces, musisz działać wbrew panującym stereotypom, a czasem nie jest to takie łatwe, jakbyśmy chcieli.

Brak zaufania

Dlaczego tak się dzieje? W Polsce bardzo głośno było jeszcze tak niedawno o piramidach finansowych. Laicy nie odróżniają jednak piramidy finansowej od uczciwie działającego MLM. Na dodatek jest na rynku kilka nieuczciwych osób, które naciągają swoich klientów, a łotka naciągaczy jest niestety często naklejana na całą branżę MLM.

Jest też inna sprawa – niektóre osoby przystąpiły do MLM wierząc, że można tu zarobić miliony, a jednocześnie nic nie robić. I faktycznie – te osoby wstępowały do firmy i nic nie robiły. W momencie, kiedy się orientują, że tych milionów nie ma – rezygnują ze współpracy i informują całe swoje otoczenie, że MLM nie jest uczciwy i nie można tutaj zarobić. Niestety taka opinia ma dużo większą moc rażenia niż jakiegokolwiek pozytywne opinie osób, które w MLM działają.

Wszystko to wpływa na sytuację, że osoby, które pierwszy raz mają kontakt z marketingiem sieciowym, są na ogół nieufne i niepewne. Takie nastawienie niestety nam nie pomaga. Brak zaufania sprawia, że niemal niemożliwe jest zamknięcie sprzedaży, czy też rekrutacja nowej osoby. Z tego właśnie względu na początku trzeba się skupić właśnie na wiarygodności i zaufaniu.

Złe doświadczenia Twoich klientów też będą miały wpływ na Waszą współpracę. I wcale nie zmniejszy problemu fakt, że to nie Ty zafundowałeś/łaś im te złe wspomnienia. Wystarczy, że sprawa dotyczyła podobnej firmy lub podobnego produktu. Klient dokona generalizacji. Tak samo będzie w przypadku, kiedy Twoi klienci słyszeli negatywną opinię o podobnej firmie, czy też podobnym produkcie.

Jeśli próbowałeś/łaś przekonać do MLM choć jedną osobę to pewnie już słyszałeś/łaś sakramentalne „ale to nie dla mnie”. Zła opinia o całej branży MLM sprawia, że nasz rozmówca tylko słysząc „marketing sieciowy” od razu nastawia się do całej sprawy sceptycznie.

Błędy dystrybutorów

Niestety – zła opinia o MLM jest bardzo często wynikiem błędów popełnianych przez dystrybutorów. Często są oni tak zdesperowani, by zrekrutować „kogokolwiek”, że zaczynają obiecywać złote góry swoim rozmówcom, które będą ich, jeśli tylko wejdą w biznes MLM – bez żadnego wysiłku. I nowe osoby w to wierzą – zapisują się i... nic nie robią. Później mają (bardziej lub mniej) uzasadniony żal do osoby, która na ten MLM ich namówiła.

Jeśli mamy polepszyć wizerunek MLM dystrybutorzy muszą być uczciwi wobec rekrutowanych osób. MLM jak każdy biznes – wymaga pracy i zaangażowania, aby osiągnąć sukces. Różnicę stanowi jedynie to, że można go rozpocząć z minimalnym kapitałem początkowym.

Dystrybutor, który w taki sposób działa – sprawia, że tak zrekrutowane osoby będą w przyszłości źle mówiły o całej branży MLM, jako o oszustwie i biznesie, na którym nie można zarobić. Dodatkowo dystrybutorzy zyskają miano manipulatorów, którzy chcą zarobić na naiwnych osobach. Niestety wiele osób ma opinię, że MLM jest tylko dla jeleni, na których grupa manipulatorów żeruje.

Z tego właśnie względu przestrzegam Cię przed byciem dystrybutorem, który obiecuje nowym osobom wielkie bogactwo przy minimalnym (lub wręcz zerowym) wysiłku. Jest to szkodliwe i powinno być surowo karane.

Przede wszystkim – odstraszyć od siebie osoby, które faktycznie chciałyby i mogły dobrze działać w MLM. Taka osoba nie uwierzy Ci i zacznie być coraz bardziej sceptyczna. Stwierdzi, że nie można Ci ufać, gdyż Twoje deklaracje nie są uczciwe. Oczywiście znajdziesz i takie osoby, które skusisz obietnicą szybkich i łatwych pieniędzy. Takie osoby wstąpią do Twojego MLM i (zgodnie z Twoimi wcześniejszymi deklaracjami) nie będą nic robić. Po paru miesiącach (co oczywiste) nie będą miały żadnych efektów i odejdą rozgoryczone.

Twój system od dziś

Z tego właśnie względu namawiam Cię do bycia szczerym i bezpośrednim. Nie rozumiem, dlaczego tyle osób z tego biznesu nie docenia szczerości i uważa, że więcej zyska bez szczerości. Jeśli chcesz mieć dobrych i stałych partnerów w MLM – musisz być z nimi szczerzy. Już na samym początku powiedz, że biznes MLM faktycznie daje możliwość uzyskania bardzo dużych zarobków. Jednak są one dostępne tylko, jeśli będzie pracowało się wytrwale i zaangażowaniem. Nic za darmo. Aby osiągnąć jakikolwiek sukces potrzebna jest wytrwała praca, wytrwałość i cierpliwość. MLM wymaga dokładnie tego samego. Ogromną różnicą jest jednak to, że swoich sił w MLM może spróbować każdy, bez większej inwestycji finansowej. Tak samo – każdy w MLM może osiągnąć sukces, jeśli faktycznie będzie tego chciał.

I wcale nie jest ważne, czy stawiasz na MLM budowany tradycyjnie, czy też przez Internet. Zawsze zanim kogoś zrekrutujesz – musisz zacząć od przedstawienia realnych korzyści. Nowa osoba będzie pracowała w taki sposób, na jaki ją przygotujesz. Musi wiedzieć, co może mieć za swoją pracę, ale musi też mieć pewność, że jesteś z nią szczerzy/a.

Pomyśl, dlaczego Ty się zdecydowałeś/łaś na MLM. Też pewnie zastanawiało Cię, co z tego będziesz mieć i w czym może Ci pomóc. Twój rozmówca pewnie sobie zadaje takie same pytania. Odpowiedz mu/jej na nie szczerze.

Pamiętaj, że to Twój rozmówca i jego potrzeby muszą być podczas rozmowy na pierwszym miejscu. Nie zaczynaj więc rozmowy od wychwalania swojej firmy MLM. Z pewnością nie zyskasz takiego zainteresowania, na jakim by Ci zależało.

Ty i firma

Często widzę, że nowe osoby w MLM zabierają się do promowania firmy MLM, z którą współpracują. Dużo o niej mówią i reklamują ją tak bardzo, jak tylko się da. Według mnie nie jest to dobra strategia.

Pamiętaj, że to Ty jesteś wielką wartością swojego biznesu. Promuj przede wszystkim siebie i współpracę z Tobą. Nowe osoby mniej chcą wiedzieć, co będą miały z konkretnej firmy MLM, zaś bardziej co zyskają współpracując z Tobą. Przecież w Twojej firmie MLM jest wielu dystrybutorów. Twoim zadaniem jest sprawienie, by nowe osoby chciały współpracować z Tobą. Jeśli decydują się na współpracę, to chcą pracować z żywym człowiekiem a nie firmą.

Z tego właśnie względu to Ty musisz wzbudzać zaufanie. I to Ty musisz przedstawiać swoją osobą wartość. Właśnie z tego względu tak bardzo namawiam Cię na prowadzenie bloga eksperckiego, abyś zaczął/zaczęła być rozpoznawany/a. Tylko w taki sposób sprawisz, że nowe osoby będą wiedziały, że jesteś warty/a ich zaangażowania i pieniędzy. Opinia eksperta, którą z czasem dzięki prowadzeniu bloga zyskasz – tylko Ci w tym pomoże.

Oczywiście – musisz prowadzić tego bloga z wprawą i zamieszczać tam przydatne informacje. Jeśli tak będziesz postępować – w krótkim czasie możesz zyskać sporą grupę czytelników, a wręcz „zwolenników”. A to właśnie oni będą pierwszą (i najważniejszą) grupą, której będziesz mieć okazję przedstawić swój biznes/swoje produkty.

To właśnie dlatego warto zarejestrować domenę, która składa się z Twojego imienia i nazwiska. Przeważnie takie domeny są dostępne. Chyba, że masz naprawdę bardzo popularne imię i nazwisko. Dzięki temu już sam adres będzie zawierał „czynnik ludzki”, który czasem jest w Internecie niemal niedostrzegalny. A szkoda – zawsze milej jest czytać wiadomości od kogoś „ludzkiego”. A dzięki temu Ty zaczynasz być rozpoznawalny przez innych – stajesz się ekspertem, wzmacniasz swoją markę.

Przyciągaj zamiast gonić

Czy patrząc na niektóre osoby działające w MLM też masz wrażenie, że cała ich „praca” w MLM polega na uganianiu się za ludźmi i nakłanianiu ich do MLM. Też Cię to przeraża? Mnie też – dlatego postanowiłem, że będę działał inaczej. A żeby to osiągnąć – musiałem dowiedzieć się, w jaki sposób przyciągnąć do siebie ludzi. Tobie też to radzę.

Dzięki tej metodzie nie tylko oszczędzisz pieniądze, które musiałbyś/łabyś wydać na zorganizowanie spotkań z ludźmi. Oszczędzisz też swój czas na mało efektowne spotkania. Jednak przede wszystkim – oszczędzisz sobie wielu nieprzyjemnych rozmów, niezadowolenia i rozgoryczenia. A uwierz mi – jeśli kolejna osoba, z którą spotykasz się, mówi Ci „nie” – bardzo trudno nadal wierzyć w to, co się robi.

Nie twierdzę tutaj, że w przypadku prowadzenia strony internetowej każda osoba, która na nią wejdzie, zostanie entuzjastą współpracy z Tobą. Zdecydowanie nie będzie to tak wyglądać. Jednak mogę Ci zagwarantować, że będziesz mieć możliwość współpracy z zupełnie inną kategorią osób, niż te, za którymi musisz się „uganiać”.

Dzieje się to tak dlatego, że te osoby same musiały włożyć wysiłek w „odnalezienie” Cię i skontaktowanie się z Tobą. Będą one zatem wiedziały, czego chcą i w jaki sposób chcą z Tobą współpracować. Przeważnie (choć nie zawsze) takie osoby będą już miały większe bądź mniejsze doświadczenie w tej branży, co ułatwi Tobie pracę, a im start w Twoim MLM. Takie osoby wiedzą też, dlaczego chcą podjąć współpracę. Unikasz więc sytuacji, gdy ktoś, za kim gonisz, wpisuje się tylko dla „świętego spokoju”, by później po okresie nic-nie-robienia oznajmić, że „to nie działa” albo „to nie dla nich”. I właśnie ta różnica określa, czy nowo zrekrutowana osoba będzie dobrym współpracownikiem, czy też nie.

A przecież najważniejsza dla Ciebie powinna być efektywność. Tworzysz biznes MLM po to by zarabiać, a żeby zarabiać musisz działać skutecznie. Stratą czasu jest uganianie się za ludźmi, którzy nie wiedzą, czego chcą i których musisz prosić, by chcieli zarabiać pieniądze. Aby być efektywnym musisz postawić na ludzi, którzy są zainteresowani współpracą z Tobą.

Szanuj swój czas (a czas to pieniądz) i zdecyduj się na współpracę tylko z osobami, które wiedzą, dlaczego się z Tobą kontaktują. Właśnie dlatego uważam, że opisana wcześniej technika jednego metra nie może się sprawdzić, jeśli chcesz zbudować poważny biznes. Są osoby, które twierdzą, że im ta technika odpowiada, dla mnie to jednak strata czasu – nigdy nie znajdziesz tak dobrych partnerów, jakimi będą Ci, którzy sami się do Ciebie zgłoszą.

Mimo wszystko nadal są osoby, które desperacko poszerzają swoją grupę kontaktów (bo znajomi mają ich już dość) i zapisują się do wszelkiej maści kółek, klubów, stowarzyszeń i innych zorganizowanych grup, w których mogą poznać nowe osoby, by im przedstawić swój biznes.

Ta technika nie działa

Dlaczego twierdzę, że to jest desperackie? Ponieważ im bardziej oni biegają za nowymi partnerami, tym gorszej jakości są Ci partnerzy. Może ta technika sprawdzała się wcześniej, jednak teraz trzeba dostosować środki do wymagań czasów, w jakich żyjemy.

Rozejrzyj się dookoła i zobacz, jak wygląda dzisiejszy świat. Dookoła wszędzie pełno reklam różnych produktów. Każdego dnia wchodzi na rynek nowe produkty, firm MLM jest teraz też o wiele więcej niż było kiedyś. A do tego wszystkiego (o tym już pisałem) – branża MLM nie ma najlepszej opinii w społeczeństwie.

Temu wszystkiemu przygląda się (mniej lub bardziej świadomie) zabiegany człowiek, który ciągle ma jakieś obowiązki (albo zawodowe albo rodzinne). Stare techniki marketingu nie są w stanie przebić się do takiej osoby. Należy działać zatem inaczej. A co innego w dzisiejszych czasach jest lepiej dostosowane do potrzeb dzisiejszego człowieka niż Internet?

Owszem – nie zmieni się w MLM to, że jest to biznes tworzony w oparciu o współpracę z innymi ludźmi. Relacje biznesowe zawsze pozostaną w MLM interpersonalne. Jednak można Internet wykorzystać do swego rodzaju selekcjonowania potencjalnych kandydatów na partnerów biznesowych. I właśnie jako taki środek Internet sprawdza się bezbłędnie. To dzięki niemu możesz kontaktować się tylko z tymi osobami, które spełniają kryteria najlepszych partnerów. A przy tym oszczędzisz swój czas i pieniądze, jakie (jeśli nie wykorzystasz Internetu) musiałbyś/łabyś wydać.

Kogo szukasz?

MLM zawsze powiązany jest z jakimś produktem bądź usługą. Abyś zarabiał/a w swoim biznesie musisz znaleźć partnerów, których będzie stać na zakup tego towaru. W innym przypadku będzie Ci bardzo trudno przekonać osobę, by weszła w biznes, na który jej nie stać. Tak samo rzecz się ma do zainteresowania danej osoby produktem. Jeśli dana osoba jest przekonana, że nie potrzebuje tego produktu (np. grzebień dla łysego) – namówienie jej na wejście w ten biznes będzie karkołomne.

Potrzebujesz zatem sprawić, by osoby, które mogą być zainteresowane produktem i które stać na wejście do Twojego MLM – mogły Cię znaleźć. Chodzi o znalezienie odpowiedniego miejsca, z którego będziesz widoczny/a dla osób chętnych na współpracę z Tobą.

Pomyśl o tym logicznie: czy opłaca się wchodzić w dyskusje z osobą, która nie jest do czegoś przekonana, która ma jedynie ochotę na to, byś dał/a jej święty spokój i przestał/a mówić o czymś, co ją irytuje? Według mnie nie ma to sensu. Zdecydowanie lepiej jest rozmawiać z osobą, w której są już pewne potrzeby, a Ty możesz je tylko umiejętnie podsycić i wskazać drogę do realizacji tych pragnień. Brzmi dużo lepiej, prawda?

Pewnie teraz myślisz, że to tylko tak łatwo napisać, a dużo trudniej znaleźć taką osobę. Jeśli tak pomyślałeś/łaś – jesteś w błędzie. Pomyśl o sytuacji, kiedy coś Cię zainteresowało. Co wtedy zrobiłeś/łaś? Pewnie zacząłeś/łaś poszukiwać na ten temat informacji. I to z jaką intensywnością! Muszę Cię teraz poinformować, że zdecydowana większość ludzi właśnie w taki sposób postępuje. Kiedyś tych informacji musieli szukać w książkach i gazetach. Wiesz do czego zmierzam? Tak – teraz informacji szuka się w Internecie. I właśnie dlatego ciągle Ci powtarzam, że musisz być tam widoczny/a.

A najlepsze w tym wszystkim jest to, że w Internecie jest nadal wiele do zrobienia i wiele wolnego miejsca, a więc będzie i miejsce dla Ciebie. Czas zatem zadbać, by to miejsce dobrze zagospodarować w taki sposób, by osoby szukające informacji związanych z Twoim MLM/produktem – znalazły Ciebie. Jeśli tak będzie się działo – masz niemal pewność, że każda osoba, która się do Ciebie zgłosi – będzie posiadała cechy dobrego partnera biznesowego.

Tu właśnie tkwi największa różnica między starą szkołą MLM, a tą nową. Myślę, że wraz z rozwojem Internetu i przejścia coraz większej ilości firm MLM do Internetu – stara szkoła niedługo zostanie zepchnięta na margines MLM. W końcu lepiej jest przyciągać niczym magnes nowe osoby, zamiast nachodzić je.

Prawo uniwersalne

Pewnie na szkoleniach w Twojej firmie MLM ciągle słyszysz o tym, że najpierw musisz coś od siebie dać, zanim coś dostaniesz. Nie inaczej będzie i w tej książce. Jest to prawda nie tylko biznesowa, ale i życiowa.

Zawsze – jeśli chcesz komuś coś zaoferować, musisz dać coś od siebie. Chodzi o bezinteresowną pomoc, czy też bezpłatnie udzielane informacje. Owszem – dzięki temu kiedyś może Ci się to zwrócić z nawiązką, niech lepiej jednak wizja przyszłych profitów nie zaślepi Cię za bardzo.

Zawsze najlepiej pasuje w tym miejscu metafora: musisz zasiać, by coś później zebrać. Jednak samo zasianie nie wystarczy, trzeba troszczyć się o swoją „uprawę” i doglądać efektów. Tylko wtedy plony będą obfite.

Co kupujesz?

Pamiętasz, jak pisałem o tym, że ludzie kupują zawsze pod wpływem emocji? Nie wspomniałem jednak wtedy o tym, co ludzie kupują. Może wydawać Ci się to dziwne pytanie, bo przecież za swoje pieniądze klient dostaje towar. Jednak to nie za towar on płaci. Ludzie kupują korzyści, jakie im ten towar daje. Nigdy nie kupują samego towaru. Można jeszcze inaczej to nazwać: ludzie kupują rozwiązania swoich problemów.

Wystarczy, że pomyślisz o swoich zakupach. Kupujesz chleb, żeby nie być głodnym, a gazetę, gdy chcesz zdobyć jakąś informację. Nawet osoby, które nałogowo kupują niepotrzebne im rzeczy – kupują, bo chcą poczuć się lepiej. Zawsze, za każdym zakupem kryje się ukryta potrzeba. To właśnie z tego powodu najbardziej w naszych czasach rozwija się sektor usług i to właśnie w nim można najwięcej zarobić. To właśnie ten sektor przede wszystkim rozwiązuje problemy współczesnych ludzi. Obecnie wzbogaci się ten,

kto znajdzie rozwiązanie na problemy, których jeszcze nie potrafimy rozwiązać (albo rozwiąże je lepiej), jak np. w 100% skuteczna metoda rzucania palenia.

Rozwiązanie problemu jest wyceniane zgodnie ze stopniem jego skomplikowania: ile osób/produktów jest w stanie ten problem rozwiązać, ile zajmuje to czasu i jakich zdolności wymaga.

Czytasz w tym momencie moje słowa. To znaczy, że borykałeś/łaś się z pewnym problemem – potrzebowałeś/łaś informacji na temat skutecznego działania w MLM. Z tego właśnie powodu zacząłeś/łaś ich szukać w Internecie, znalazłeś/łaś moją książkę i kupiłeś/łaś ją tylko dlatego, że wierzysz, że jest ona w stanie pomóc Ci rozwiązać ten problem. Zgadza się?

Wiesz jaki ja miałem niedawno problem? Bardzo podobny: szukałem informacji odnośnie tego, w jaki sposób przez Internet rozwinąć biznes MLM. Jednak ja swoje rozwiązanie znalazłem dopiero poza granicami Polski (o ile pisząc o Internecie, mogę użyć słowa „granica”). Innowacje znalazłem (jakby inaczej) w Stanach Zjednoczonych. W końcu dowiedziałem się, jak wykorzystać fakt, że tyle osób poszukuje rozwiązania swoich problemów w Internecie. Przecież oni mogą trafić na informacje o mnie i o tym, co robię.

W końcu: jest tyle niezadowolonych ze swojej pracy osób, które ciągle marzą o tym, by zacząć robić coś innego. Są też takie osoby, które chcą cieszyć się wolnością. Natomiast inne osoby są kuszone możliwościami zarabiania. Wystarczy tylko, by te osoby dowiedziały się o MLM.

Jednak zanim taka osoba zdecyduje się na MLM – pewnie (gdy opadnie pierwszy zachwyty i hurraoptymizm) zacznie szukać informacji na ten temat. I to najprawdopodobniej tych informacji będzie szukać w Internecie. To dla Ciebie wielki plus: osoba która znajdzie Cię w sieci będzie już zainteresowana tematem i najprawdopodobniej będzie już miała pewnie informacje na temat MLM.

Twoim zadaniem jest zatem pokazanie osobom, które odwiedzają Twoją stronę, że posiadasz rozwiązanie ich problemów. No i co tu dużo pisać – musisz sprzedać siebie. W taki sposób, by inni chcieli z Tobą współpracować. Daj się poznać nie tylko jako ekspert, ale także (albo: przede wszystkim) człowiek. Taki człowiek, który też ma takie same problemy, jak oni. Dopiero wtedy będziesz miał/a możliwość uzyskania zaufania takiej osoby. I to właśnie dopiero wtedy możesz sprzedać im swój biznes.

Marketing edukacyjny

Najlepszą formą, by uzyskać to, o czym powyżej pisałem jest właśnie marketing edukacyjny. Zamiast dołączyć do tłumu osób, które oferują milionowe zarobki i wielki sukces za niezrobienie niczego – dołącz do tej nielicznej grupy, która pokazuje, w jaki sposób można uzyskać dochód w MLM. Wiele osób poszukuje przewodnika i nauczyciela – możesz nim zostać Ty.

Jest cały tłum, który krzyczy „przyjdź do mnie” i który między sobą targuje się, ile nowa osoba może u nich uzyskać. Mało jest jednak wiarygodnych osób, które faktycznie uczą nowe osoby, jak mają się poruszać w świecie MLM. A to właśnie taka wiedza jest prawdziwą wartością dla nowych osób w marketingu sieciowym. Na puste obietnice można nabrać się tylko raz. Jeśli jednak Ty będziesz oferował edukację – szybko odnajdą Cię chętni do współpracy.

Jednak żeby faktycznie tak się stało musisz wyrobić sobie odpowiednią markę, przedstawić się innym z jak najlepszej strony. Dopiero wtedy możesz zaproponować komuś współpracę. Pamiętaj o tym, o czym pisałem – trzeba więcej dawać niż brać. Dawaj z siebie jak najwięcej, a inni sami zapytają Cię o współpracę.

Powtórzę to jeszcze raz, abyś na pewno dobrze zapamiętał/a – jeśli dana osoba sama Cię odnajdzie i będzie chciała z Tobą współpracować – będzie o wiele lepszym kandydatem na współpracownika niż osoba, którą to Ty musiałbyś/łabyś nakłaniać na współpracę. A to właśnie z tą pierwszą kategorią osób masz większe szanse na sukces.

Warto też poświęcić czas i energię na to, by zapoznać się z nowymi osobami w Twoim biznesie. Daj się poznać, opowiedz coś o sobie i swoim doświadczeniu w MLM. Spraw, by Wasze relacje były bardziej ludzkie, a znajomość nie była tylko i wyłącznie czysto zawodowa. Stworzy to dobrą atmosferę w Twoim zespole. Z drugiej strony – Twoja otwartość ułatwi nowym osobom otworzenie się na nowe znajomości. Będą oni też bardziej skłonni do dzielenia się z Tobą (i zespołem) swoimi problemami, a więc wspólnie będziecie mogli je rozwiązać. Taki zespół będzie niesamowicie silny dzięki temu.

Ludzie chętniej współpracują z ludźmi, których lubią. To właśnie na sympatii opiera się sukces w marketingu sieciowym. Pokaż zatem, że jesteś człowiekiem, który potrafi śmiać się i żartować, a nie tylko rozmawiać o biznesie.

Jeśli pokażesz, że jesteś człowiekiem, który też kiedyś miał problemy takie same, jak wszyscy inni – zyskasz nie tylko sympatię. Pokażesz ludziom, że z tymi problemami można sobie poradzić, a Ty już wiesz jak. Tym samym dajesz innym nadzieję i szansę (realną) na poprawienie swojej sytuacji i rozwiązanie problemów.

Oczywiście – nie trać z oczu najważniejszego aspektu sprzedaży. Ludzie kupują korzyści (pisałem już o tym), a więc i Ty musisz pokazać innym, co będą mieli dzięki współpracy z Tobą. Sama sympatia do Ciebie nie sprawi, że osoby, które się do Ciebie zgłaszają, przestaną myśleć o własnych korzyściach.

W sieci już jest sporo ogłoszeń, które przekrzykują się oferowanymi korzyściami, jakie są w stanie zagwarantować nowym osobom. Zwykle pojawiają się one jako ogłoszenia i według mnie nie są zbyt przekonujące. Właśnie dlatego stoję na stanowisku, że niezwykle ważne jest zdobycie opinii eksperta. W taki sposób pokażesz, że jesteś konkretną i solidną osobą, która posiada sporą wiedzę i jest skłonna się nią dzielić. Wtedy Twoja oferta współpracy będzie miała niesamowitą siłę rażenia.

W taki też sposób uniezależniasz się od firmy, z którą współpracujesz. To Ty będziesz „generatorem” nowych partnerów w MLM i będziesz stanowił dla swojej firmy naprawdę dużą wartość. Jednak to wszystko będzie możliwe dopiero, gdy dasz coś od siebie, gdy pokażesz, że masz wiedzę i sprawdzony system pozyskiwania nowych partnerów do MLM. To, jak faktycznie działasz i jakie odnosisz efekty będzie Twoją najlepszą wizytówką i odróżni Cię od tych, którzy sami jeszcze nic nie zrobili, a swoją wiedzę opierają tylko na przeczytanych książkach.

Informacja w marketingu

Pewnie nie jest dla Ciebie odkrywczym stwierdzeniem, że żyjemy w dobie informacji. Informacja jest potęgą i daje władzę i pieniądze tym, którzy w odpowiednim czasie mają odpowiednie informacje.

Aby nie zostawać w tyle Ty też musisz cały czas inwestować w swoją wiedzę (czyli inwestować w siebie). Cały świat gna naprzód i wszyscy naokoło rozwijają się – jeśli Ty tego nie będziesz robić, zostaniesz w tyle, a posiadana przez Ciebie wiedza będzie bezużyteczna, gdyż nie będzie dostosowana do zmieniających się warunków.

Wyrób w sobie nawyk czytania książek oraz gazet (minimum godzinę dziennie). Przeglądaj też informacje z Twojej branży. Sam postępuję właśnie w taki sposób i mogę zaświadczyć, że on działa. Aż sam nie wierzę, że w szkole nie potrafiłem przeczytać w całości lektury. Teraz nie wyobrażam sobie dnia bez książki. Po prostu znalazłem tematy, które mnie interesują i rozwijają. Nie mam tu na myśli literatury pięknej – czytam tylko i wyłącznie książki specjalistyczne, które poszerzają moją wiedzę. Inwestuję także w kursy i szkolenia (i nie ograniczam się tylko do tych, które są dostępne na polskim rynku). Dzięki temu mogę śmiało powiedzieć, że każdego dnia uczę się czegoś nowego.

Po co Ci o tym piszę? Chcę pokazać, że to właśnie moje codzienne czynności sprawiają, że staję się coraz lepszym ekspertem w swojej branży. To właśnie takie nawyki, jak codzienne czytanie sprawiają, że mogę dzielić się m.in. z Tobą swoją wiedzą. I to właśnie te codzienne czynności są kluczem do sukcesu w MLM. Chociaż to te czynności mogą przynieść Ci sukces także w każdej innej dziedzinie Twojego życia. W każdej dziedzinie przecież najlepiej opłacani (i najbardziej cenieni) są Ci, którzy są ekspertami. Dzięki swojej wiedzy (o którą cały czas dbają) są oni szanowani i uważani za autorytety w tej dziedzinie.

Ciężka praca i poświęcenie

Pewnie zdarzyło Ci się już słyszeć od sponsora, że kluczem do sukcesu w marketingu sieciowym jest ciężka praca i poświęcenie. Ja uważam, że wcale tak nie jest i zaraz wytłumaczę Ci, dlaczego stawiam taką tezę.

Jasne – praca i poświęcenie jest bardzo ważne w odniesieniu sukcesu. Jednak nie będzie ważne ile włożysz w coś pracy oraz poświęcenia, jeśli nie będziesz wiedział/a, w jaki sposób to robić. Bez tej wiedzy Twoja energia pójdzie na marne. Musisz posiadać wiedzę, która będzie niczym mapa do sukcesu. Tylko wtedy Twoja praca i poświęcenie będą mogły faktycznie przynieść Ci sukces. W innym przypadku będziesz ciągle błądzić i nawet największa motywacja w końcu będzie musiała osłabnąć.

Jest to zatem kolejny powód, dla którego musisz (po prostu musisz) zacząć inwestować w siebie, poszerzać swoją wiedzę i zdobywać nowe umiejętności. Tylko w taki sposób odnajdziesz ową „mapę do sukcesu”. Właśnie w taki sposób będziesz wykorzystywał marketing edukacyjny, który przynosi zdecydowanie lepsze skutki niż tradycyjny (polegający na nękanii innych) marketing.

Przypomnę jeszcze raz: ludzie nie szukają okazji, nie szukają produktów dla nich samych ani nawet okazji biznesowych. Jedyne czego szukają to rozwiązanie ich problemów. Możesz im pomóc szkoląc ich. Przez Internet jest to o wiele łatwiejsze i nie musisz wcale uzależniać swojej pomocy od ewentualnego przystąpienia tych osób do Twojego biznesu.

Internet daje Ci narzędzia, dzięki którym możesz szkolić innych bez bezpośredniego kontaktu z tymi osobami. Wystarczy, abyś ten proces zautomatyzował/a.

Takim oto sposobem Twoje szkolenie będzie odbywało się niemal bez Twojego udziału. A mimo to nadal masz ogromne szanse, że przeszkolona w taki sposób osoba obdarzy Cię zaufaniem. A to jest już krok od zainteresowania jej Twoją ofertą. Ludzie bardzo niechętnie podejmują współpracę z osobami, których nie znają. Ty – pokazując się poprzez szkolenia, dajesz się także poznać innym i tym samym niwelujesz tą granicę.

Wzajemność

Jedną z podstawowych zasad według których żyją ludzie – jest wzajemność. Reguła ta występuje we wszystkich grupach ludzkich (w każdym kraju i w każdym dzikim plemieniu).

Zatem jeśli Ty podarujesz innym cenne informacje/wiedzę – masz szansę, że takie osoby będą chciały Ci się odwdziaczyć. Tak już jest w naturze ludzkiej: czujemy potrzebę odwdzięczenia się, jeśli dostaniemy od kogoś coś cennego. Podaruj więc innym swoją wiedzę, a oni będą czuli się wobec Ciebie zobowiązani.

Sam/a pewnie dostrzegasz różnicę między kontaktowaniem się z osobą, która skorzystała z udostępnionej przez Ciebie wiedzy, a kontaktowaniem się z kimś, kogo numer telefonu zdobyłeś/łaś przez przypadek. W której sytuacji masz większe szanse na nakłonienie rozmówcy do współpracy? Które zachowanie jest bardziej profesjonalne? Oczywiście, że w tym pierwszym przypadku.

Co zatem musisz teraz zrobić? Postawić sobie za cel zostanie ekspertem w danej dziedzinie. To jest cel, który musisz rozłożyć sobie na miesiące, albo nawet i lata. Aby jednak go osiągnąć musisz czuć prawdziwą chęć rozwoju osobistego i zdobywania wiedzy, a także dzielenia się z innymi tą wiedzą. Jeśli pokochasz to, co robisz – inni pokochają Ciebie.

Mogę Cię tylko zapewnić, że każda osoba, którą obecnie uważasz za guru, przeszła właśnie taką drogę – drogę rozwoju osobistego i pogłębiania wiedzy. Bez tego te osoby nie byłyby w tym miejscu, w którym są teraz. A właśnie teraz dzielą się z innymi swoją wiedzą pisząc książki, artykuły, czy też prowadząc szkolenia. W taki właśnie sposób Ty się dowiedziałeś/łaś o tych osobach i pewnie zauważyłeś/łaś, że te osoby przyciągają do siebie innych w niemal magiczny sposób. I wcale nie muszą się już reklamować – ludzie sami ich odnajdą.

Jest to niezwykle komfortowa sytuacja w czasach, gdy każdy z nas jest niemal bombardowany przeróżnymi reklamami. Reklama coraz częściej denerwuje, przestajemy na nią zwracać uwagę. Eksperci nie mają z tym problemu – dają innym wartościowe informacje, których inni poszukują.

Przedstaw ofertę

W biznesie MLM największe osiągnięcia mają Ci, którzy oferują rzeczywistą pomoc innym. Angażują się w pomoc często bezinteresownie i nie oczekują od innych zapłaty za to. Część osób odwzajemnia się im, część nie, jednak zawsze dzięki takiej pomocy zyskują.

A jest komu pomagać – codziennie setki osób poszukuje w Internecie informacji, w jaki sposób mogą rozwiązać swoje problemy. Możesz sam/a się przekonać, jak niewiele jest konkretnych informacji i rzetelnych rad. Internet wypełnia przeważnie mialka treść. Osoby, które zaczną zamieszczać u siebie rzetelne informacje – mają szansę na wyróżnienie się spośród wszystkich innych.

Szanuję marketing edukacyjny jeszcze z innego względu – nie jest on nachalny. Nikt tu nikogo nie próbuje przekonać na siłę do swoich racji. To raczej forma przyjaznego zaproszenia, która szanuje decyzje zapraszanej osoby. Jeśli chcesz – skorzystasz z propozycji, jeśli nie – nikt nie będzie za Tobą gonił. Ta swoboda sprawia, że ludzie mają możliwość zapoznania się ze wszystkimi informacjami w tempie, które im odpowiada. Nie wywierana jest na nich żadna presja, więc mogą się odprężyć i poczuć komfortowo. Czy to nie jest idealne nastawienie do zapoznania się z Twoją ofertą biznesową? Zupełnie inaczej niż podczas rozmów, kiedy to są napięci i bardzo ostrożni (czasem sprawiają wrażenie zaszczutych).

Pewnie będzie się też tak często zdarzać, że osoba która odwiedza Twoją stronę będzie nastawiona na to, że pewnie i u Ciebie znajdzie puste obietnice i oferty bez pokrycia. Nauczyły ją już tego niemiłe doświadczenia z innymi podobnymi stronami, więc i u Ciebie spodziewa się czegoś podobnego. Bardzo prawdopodobne, że ktoś już taką osobę oszukał (w końcu szuka informacji o skutecznym MLM) i będzie podchodziła z rezerwą do tego, co jest zamieszczone na Twojej stronie. Z tego właśnie względu tym bardziej musisz postarać się nad tym, by przedstawić takiej osobie korzyści ze współpracy z Tobą. Musisz pokazać, że jesteś rzetelną i uczciwą osobą.

Dlaczego warto

Wiesz, dlaczego jeszcze tak wielkim zwolennikiem dzielenia się wiedzą jestem? Ponieważ w taki sposób szkolisz swojego ewentualnego przyszłego współnika. Na dodatek – podczas szkoleń przekazujesz mu swoją wizję budowania biznesu MLM i właśnie przez takie szkolenie sprawiasz, że będzie on wielkim zwolennikiem budowania biznesu właśnie w taki sposób, w jaki nauczono go na szkoleniu. Tym samym będzie bardziej skłonny do tego, by podjąć współpracę z Tobą, a nie inną osobą, która ma inne koncepcje budowania MLM niż te, które Ty przedstawiłeś podczas edukowania.

W taki właśnie sposób (przez szkolenia) kształcisz bardzo dobrego partnera biznesowego, który będzie Ci ufał i będzie chciał z Tobą współpracować, a jednocześnie nadal poszerzać swoją wiedzę. Dzięki takim osobom masz wielkie szanse na sukces w MLM, który będzie trwały.

I niech nie zaślepi Cię, jak wielu innych, niebezpieczna krótkowzroczność. Są osoby, które uważają, że nie warto poświęcać swojego czasu na uczenie osób, których jeszcze się nie zna i co do których nie ma pewności, że będą chciały z Tobą współpracować. Część osób uważa także, że głupotą jest dzielenie się swoją wiedzą za darmo. Nic bardziej mylnego. Jeśli kiedykolwiek miałeś/łaś w sobie takie myśli – zmień szybko swoje nastawienie do tego zagadnienia. Jeśli tego nie zrobisz – nie osiągniesz zbyt wiele w marketingu sieciowym. Nie bez powodu ciągle powtarzam, że ten biznes polega na dzieleniu się. A przecież przez Internet dzielenie się wiedzą jest darmowe lub wymaga niewielkich kosztów. A zyskać możesz o wiele, wiele więcej (lub stracić, jeśli tego nie będziesz robić). Największą inwestycją, jaką musisz w to włożyć to Twój czas, jednak zdecydowanie nie będzie to stracony czas. Dalszy system dystrybucji tych materiałów może być całkowicie zautomatyzowany (a więc nie wymaga od Ciebie już zaangażowania) i niedrogi (niemal darmowy). Zdecydowanie więcej musiałbyś/łabyś poświęcić czasu i pieniędzy, jeśli budowałbyś/łabyś biznes zgodnie z tradycyjnym MLM.

Przecież właśnie w taki sam sposób sklepy/producenci zachęcają klientów do zakupów – dają im bezpłatne próbki. Niech zatem Twoje szkolenia będą właśnie „próbkami” (pełnowartościowymi) Twoich umiejętności. Gdyby to się nie opłacało, producenci nie dołączałyby bezpłatnych próbek do gazet, a w marketach nie stałyby stoiska do degustacji. A jednak ciągle to robią – jest to zatem znak dla Ciebie, że to nadal działa.

Jeśli dasz swoim klientom darmowe próbki swoich materiałów to pewnie będą oni bardziej skłonni do zakupu płatnych materiałów (i to bez namawiania ich na to), a także do współpracy z Tobą. Będą oni po prostu widzieli, że wiedza którą oferujesz jest wartościowa, a więc opłaca się współpraca z Tobą.

Niech zatem ludzie wiedzą, że zakup produktów u Ciebie jest mądrą decyzją, a towar będzie spełniał ich oczekiwania. To samo możesz uzyskać dając klientowi gwarancję, która umożliwia zwrot towaru, jeśli nie będzie z niego zadowolony. Dzięki temu możesz złamać ostatni mur niezdecydowania u klienta, bo w końcu, co ma do stracenia, jeśli Ty dajesz gwarancję.

Pewnie zastanawiasz się, czy taka gwarancja nie sprawi, że ludzie będą masowo kupować info-produkty (np. książkę) i po skorzystaniu zwracać, by odzyskać pieniądze. Owszem – zdarzają się takie jednostki, ale one raczej stanowią wyjątek od reguły. Przeważnie nikt nie korzysta z tej gwarancji – klienci są albo zadowoleni z zakupów, albo nie mają czasu i ochoty na odsyłanie produktu.

Zacznij zatem patrzeć na swój biznes długoterminowo. Owszem – na początku będziesz musiał poświęcić za darmo swój czas i pieniądze. Tak to prawda – nigdy nie wiesz, czy osoba korzystająca za darmo z Twoich produktów zakupi to. Jednak mogę Ci zagwarantować, że tak zainwestowany czas i pieniądze zwrócą Ci się z wielokrotnością. Czasem tylko trzeba poczekać nieco dłużej na zwrot takiej inwestycji. Tak jest w każdym biznesie – musisz najpierw zainwestować, by zacząć oglądać efekty po jakimś czasie.

Zautomatyzuj swój biznes

Jeśli masz jakiegokolwiek doświadczenie w marketingu sieciowym to wiesz, że sponsorowanie nowych partnerów nie jest szybkie i nie przebiega w tak gładki i prosty sposób, jak to przedstawiają firmy MLM.

Aby wprowadzić do MLM przynajmniej kilka osób (w tradycyjnym marketingu sieciowym) musisz przeprowadzić rozmowy z grubo ponad setką potencjalnie zainteresowanych osób. To wszystko wymaga od Ciebie czasu i powtarzania od nowa tych samych czynności (np. prezentacji). Pamiętaj też, że nie każda osoba, którą zasponsorujesz zacznie działać w podobny sposób. Część Cię zduplikuje i zacznie powtarzać Twoje czynności, które odnoszą

skutek, jednak będzie zawsze też taka część, która tego nie zrobi. Musisz być na to przygotowany/a, że część osób nie zduplikuje Cię. Tak się zdarza u każdego sponsora, nawet jeśli ten włożył dużo energii by przeszkolić i zaopiekować się każdą osobą w zespole. Część jednak tego nie wykorzysta.

Takie nastawienie sprawia, że Ty mimo że zrekrutowałeś wymaganą ilość osób, nadal powinienesz/powinnaś szukać nowych osób do Twojego biznesu. Nigdy nie ograniczaj się do tego minimum – im więcej osób zasponsorujesz, tym szybciej zobaczysz efekty swojej pracy, o jakich marzysz.

Takie nastawienie wpajaj też w nowe osoby. Nie mów, że wystarczy zasponsorować minimalną ilość osób i że to wystarczy. W taki sposób nauczysz te nowe osoby lenistwa i zadowalania się minimalnymi wynikami. Powinno Ci zależeć, by mieć aktywnych dystrybutorów, bo tylko w taki sposób będą oni mogli stać się liderami. Jednak nigdy samo mówienie nie wystarczy – Twoje zachowanie musi stanowić dla innych przykład. Dobrze jeśli w zespole utrzymasz zdrową rywalizację.

Elementy dobrego systemu

Uważam, że dobry system marketingowy, który będzie przyciągał ludzi – musi składać się z kilku niezbędnych elementów. Poniżej opisze dokładnie każdy z tych elementów.

Własna strona w internecie

Będzie ona podstawą Twojego biznesu i systemu marketingowego. Bez niej nie uda Ci się wprowadzić w ruch innych elementów tego systemu. Własna strona internetowa musi stanowić główny motor napędowy Twojego marketingu. To wokół niej skupiają się inne narzędzia.

Strona internetowa ma niezwykle ważną rolę do spełnienia – musi zebrać dla Ciebie kontakt do osób zainteresowanych Twoją ofertą. To właśnie za jej pomocą dokonasz pierwszej selekcji i „odsiejesz” wszystkie te osoby, z którymi na pewno nie będziesz współpracować. Jednak musi to być dobre sito, aby nie stracić ewentualnie zainteresowanych tematem.

Dzięki takiemu podejściu zaoszczędzisz ogromną ilość czasu i pieniędzy, gdyż będziesz mógł/mogła po takiej selekcji skupić się tylko na wyselekcjonowanych osobach, które są gotowe na przyjęcie Twojej oferty.

To jest ułatwienie, które będzie stanowić swoisty turbo-napęd dla Twojego biznesu. Dzięki temu możesz zapomnieć o marnowaniu czasu na rozmowy z setkami niezainteresowanych osób.

Selekcjonując osoby na potencjalnych partnerów, możesz robić to w sposób całkowicie automatyczny. Nie musisz już rozmawiać z każdym, a zamiast tego poświęcisz swój czas tylko tym, którzy są najbardziej odpowiedni na Twoich partnerów biznesowych. To wszystko umożliwi Ci odpowiednio skonstruowana strona internetowa – wszystko będzie się odbywać w o wiele krótszym czasie, a będzie okupione dużo mniejszym wysiłkiem.

Pewnie zastanawiasz się, jak ma wyglądać taka „odpowiednio skonstruowana” strona. Wystarczy, jeśli pomyślisz, w jaki sposób ludzie przeglądają strony internetowe. Przeważnie nie znają oni adresu strony, na jakiej znajdują się interesujące ich informacje. Wpisują więc w wyszukiwarkę zapytanie i otwierają kilka pierwszych stron z wyników. I co dalej? Przeglądają stronę pobieżnie w poszukiwaniu interesujących informacji. Zaledwie kilka sekund wystarczy, by dana osoba stwierdziła, czy jest na stronie coś, co ją interesuje. Jeśli odpowiedź jest negatywna – opuszcza stronę.

Na stronie zostają tylko te osoby, które uznały, że znajdują się na niej cenne informacje. Przeglądają ją więc dłużej, czasem dodają do ulubionych zakładek, jednak najczęściej... coś odwraca ich uwagę (np. dzwoniący telefon). Jeśli tak się stanie – taka osoba zapomni o Twojej stronie. Tak naprawdę zapomni o niej nawet wtedy, jeśli doda ją do swoich zakładek (sprawdź swoje zakładki i zastanów się, jak często wracasz do tych stron).

Dlatego właśnie pisałem o odpowiedniej stronie. Takiej stronie, która zapewni Ci stały kontakt z zainteresowanymi osobami. Taką stroną jest squeeze page (tłumacząc dosłownie: strona wyciskacz). Jest ona specjalnie zaprojektowana, by w łatwy sposób pozyskać dane kontaktowe (przeważnie imię i adres e-mail) osób, które ją odwiedzają.

Jeśli będziesz już mieć te informacje – możesz w sposób automatyczny wysyłać informacje do tych osób i tym samym utrzymać stały kontakt z klientami.

Takie strony są niezwykle skutecznym narzędziem w marketingu. Każda osoba, która coś sprzedaje przez Internet, powie Ci, że musisz zacząć budować swoją sieć klientów i to jak najszybciej.

To właśnie squeeze page pozwoli Ci uzyskać adres e-mail osób, które odwiedziły Twoją stronę. Co ważne – adres zostawią tylko te osoby, które faktycznie są zainteresowane informacjami, jakie możesz im przekazać. Gdy już masz adres takiej osoby – możesz wysyłać wiadomości do takiej osoby, które są w odpowiedni sposób skonstruowane i wysyłane w odpowiedniej kolejności do zapisanych na Twoją listę osób.

Ważne jest, abyś nie był/a gołosłowny/a. Jeśli na swojej stronie zamieściłeś/aś obietnicę, co dana osoba dostanie za podanie swojego adresu (np. bezpłatny kurs, albo użyteczne wiadomości) – zawsze wywiązuć się z takiej obietnicy. Inni będą chcieli czytać wiadomości od Ciebie tylko wtedy, jeśli będą one wysokiej jakości, a wiedza w nich przedstawiona będzie przydatna dla czytelnika. Tylko w taki sposób jesteś w stanie uzyskać zaufanie tych osób i pokazać się jako ekspert w Twojej dziedzinie. A dzięki temu zaufaniu będą oni chętniej kupowali proponowane przez Ciebie produkty. Część z tych osób pewnie zdecyduje się też na przyłączenie do Twojego zespołu.

Dzięki temu, że zbudujesz relację z czytelnikami wiadomości od Ciebie – masz większą szansę na to, że każda z tych osób prędzej czy później dokona zakupu u Ciebie. Ten odsetek jest dramatycznie mały (1-3%) w przypadku, gdy Twoja oferta sprzedaży byłaby tylko przedstawiona na stronie internetowej. Jest naprawdę mało osób, które kupują coś, czego ofertę widzą pierwszy raz na stronie www. Zdecydowanie więcej osób decyduje się na zakup, jeśli wcześniej dostaje od Ciebie różne użyteczne informacje.

Ogromną zaletą squeeze page jest jeszcze to, że jest ona stworzona w specjalny sposób, który ma za zadanie maksymalne przykucie uwagi czytelnika. Ma ona tylko jeden cel – zrobić wszystko, by odwiedzająca ją osoba zostawiła w formularzu swój adres e-mail. Nie ma miejsca tutaj na inne reklamy, banery, ani żaden inny element, który mógłby rozproszyć uwagę czytelnika. Każdy element, każde słowo zamieszczone na tej stronie musi mieć jeden cel – nakłonić odwiedzającą osobę do zostania Twoim subskrybentem. Jeśli dana osoba nie chce tego zrobić – nie ma czego szukać na tej stronie.

Warto także mieć w swoim zanadrzu stronę typu sales page. Miałeś z nią do czynienia, kiedy czytałeś ofertę nabycia mojej elektronicznej książki (www.mlmmultilevelmarketing.pl). Jest to strona, która zachęca do zakupu konkretnego produktu lub usługi.

Lista adresowa

Dużo piszę o liście adresowej? Nie bez powodu. Jest ona niezwykle ważna dla każdego, kto chce zarabiać przez internet. To właśnie promowanie produktów poprzez listę adresową jest najbardziej skuteczną techniką sprzedaży. Mogę Ci poręczyć, że ta metoda jest niesamowicie efektywna.

Dzięki liście adresowej nie musisz już ograniczać się do rozmowy z jedną osobą w danym momencie. Możesz wysłać setki (a nawet tysiące) maili do różnych osób w tym samym czasie. Wysyłek włożysz w to tylko raz – podczas pisania maila.

Strona squeeze page i automatyczny system wysyłania wiadomości sprawi, że cały system będzie działał nieprzerwanie, bez względu na czas i miejsce. I to wszystko nie będzie już wymagało od Ciebie wysiłku!

Wielokrotny autoresponder

Aby wszystko jednak działało (tak jak piszę) automatycznie – potrzebujesz jeszcze jednego bardzo ważnego narzędzia. Tym narzędziem jest wielokrotny autoresponder. Zapewni on Ci zdalnie sterowaną sprzedaż i wysyłkę maili.

To narzędzie jest niczym robot, który będzie za Ciebie dbał i pilnował, aby cały proces wysyłania maili do Twoich subskrybentów odbywał się w sposób płynny i sumienny. Dlatego jest tak nieocenioną pomocą dla każdego marketingowca, który działa w sieci.

Aby móc wykorzystać autoresponder, musisz go skonfigurować ze swoją stroną squeeze page. Musisz się jednak liczyć z tym, że dobry autoresponder będzie odpłatny. Jednak uważam, że ilość czasu, jaką dzięki niemu oszczędzisz jest warta ceny tego narzędzia.

Wyjaśnię Ci tylko, jak dokładnie on działa i pewnie sam/a dojdiesz do wniosku, że jego cena jest śmiesznie niska, jak na takie udogodnienie (zdarza mi się i pewnie Tobie też, płacić więcej za o wiele mniej pomocne narzędzia).

Jeśli już zakupisz autoresponder – Twoim zadaniem jest ustawienie (napisanie) maili, jakie mają otrzymywać Twoi subskrybenci. Wszystkie te wiadomości ustawiasz w odpowiednim porządku (pierwsza wiadomość, druga, trzecia itd.). Ustalasz też dni, w jakie mają być te wiadomości wysyłane (np. pierwszy dzień po zapisie, trzeci dzień, dziesiąty...).

Jeśli wykonasz to zadanie i poprawnie skonfigurujesz autoresponder ze stroną squeeze page – każda nowa osoba, która poda swojego maila na tej stronie (i potwierdzi zapis), otrzyma od Ciebie wszystkie napisane przez Ciebie wiadomości w takiej samej kolejności i w takich samych odstępach czasu, jak to ustaliłeś/łaś. Nie jest ważne, kiedy subskrybent zapisze się na Twoją listę – autoresponder przypilnuje, by zawsze taka osoba najpierw dostała pierwszą wiadomość i każdą kolejną w ustalonym porządku. Czy to nie jest niesamowita pomoc dla Ciebie? A ile czasu możesz dzięki temu oszczędzić.

Lubię myśleć o swoim autoresponderze i liście mailingowej jako swoistym fanklubie. Osoby tam zapisane chcą otrzymywać ode mnie informacje (potwierdziły przecież to), a autoresponder dba, aby każda moja wiadomość dotarła do każdej osoby na liście. Moim zadaniem jest tylko promocja mojej strony, aby liczba członków tego fanklubu rosła.

Po pewnym czasie możesz zacząć sprzedawać poprzez tą listę swoje produkty. Jednak jeśli nawet jeszcze nie masz żadnego kursu, czy też książki, którą chciałbyś/łabyś sprzedawać – buduj swoją listę adresową i oferuj na niej darmowe (i ciekawe) materiały, które będziesz przysyłać w zamian za podanie adresu e-mail. Taka lista prędzej, czy później przyda Ci się, a będzie zdecydowanie lepsza jakościowo, jeśli już będziesz mieć zbudowaną relację z Twoimi subskrybentami.

Pamiętaj, że brak własnych produktów do sprzedaży nie przekreśla u Ciebie możliwości sprzedawania poprzez listę adresową. Jest wiele programów partnerskich, w których możesz wziąć udział i zarabiać na prowizji od sprzedaży. Pamiętaj jednak, by oferowane przez Ciebie produkty były powiązane z tematyką, jaką się zajmujesz.

Jednym z popularnych autoresponderów, z jakich korzystałem był ten dostępny przez www.aweber.com. Jednak zniechęciła mnie do niego cena, która rosła wraz ze wzrostem mojej listy mailingowej (i to w sposób geometryczny!). Dodatkowo – obsługa jest w języku angielskim, więc nie mogłem go polecić wszystkim moim partnerom. Na dodatek – nie obsługuje polskich czcionek, a ja cenię sobie wysyłanie profesjonalnych wiadomości e-mail. Bardzo mnie denerwowało, że nie mogę użyć w swoich wiadomościach polskich znaków.

Właśnie z tych względów uważam, że lepiej jest korzystać z autoresponderów, które są dostępne na polskim rynku. Można nawet zacząć od darmowego Freebota, a dopiero po jakimś czasie rozszerzyć darmową wersję do lepszej, ale odpłatnej.

Takie rozszerzenie nie jest drogie, a daje Ci możliwość wysyłania mailingu w dowolnym momencie do wszystkich subskrybentów (bez względu na czas, kiedy się zapisali i którą z kolei wiadomość od Ciebie dostali). Możliwość wysłania mailingu jest niezwykle przydatną dla Ciebie funkcją – w każdej chwili możesz wysłać do wszystkich np. specjalną najnowszą ofertę, czy choćby życzenia świąteczne bez umieszczania ich w kolejce.

Zawsze będę doradzał Ci rozwiązania, dzięki którym oszczędzisz swój czas i pieniądze. Oszczędności te znajdziesz właśnie w budowaniu własnej listy mailingowej, jak i autoresponderze. Musisz tylko raz poświęcić swój czas, by przygotować dobry squeeze page oraz ustalić wiadomości do autorespondera. Później cały system działa i nie wymaga to od Ciebie żadnego wysiłku. Tylko pomyśl: możesz swoją ofertę przedstawiać automatycznie setkom osób w tym samym momencie. Nigdy nie byłoby to możliwe, gdybyś swoją ofertę chciał/a przedstawiać każdej z tych osób osobno. Cała sprzedaż i przedstawianie oferty jest sterowane zdalnie i automatycznie. A co najważniejsze – w tej wiadomości, którą będzie wysyłał Twój autoresponder możesz zawrzeć cały swój entuzjazm. Trudno o niego, jeśli tą samą prezentację prowadzisz po raz któryś.

Korzystając z tych narzędzi Ty będziesz mógł/mogła skupić się na tworzeniu nowych produktów/szkoleń oraz polepszeniu jakości już stworzonych (choćby tych wiadomości, które wysyłasz). Masz czas, by tworzyć coś nowego, a nie zajmować się stałym powtarzaniem tych samych czynności.

Testuj swoje wiadomości, sprawdzaj jak inni na nie reagują i w jakim kierunku warto je modyfikować. To jest niesamowita siła. Wszystko możesz poprawić, doprowadzić do perfekcji. Takiej możliwości nie masz w tradycyjnym marketingu sieciowym. Tak spotykasz się w cztery oczy z kimś i nie ma mowy o testowaniu, sprawdzaniu i naprawianiu. Jeśli raz nie wykorzystasz swojej szansy – najprawdopodobniej przypadnie ona bezpowrotnie.

Dzięki autoresponderowi możesz szlifować swoje umiejętności, a tym samym stać się tak zwanym „mistrzem odpowiedniego momentu składania oferty”. A to właśnie o to chodzi w sprzedaży: wycucie, kiedy ludzie są gotowi kupić coś od Ciebie. Pamiętaj, że to właśnie ludzie decydują o tym, kiedy są gotowi coś kupić, a nie Ty kiedy jesteś gotów sprzedać.

Klienci nie zawsze wyczekują z utęsknieniem na Twój kolejny produkt. Będę szczery: niemal w ogóle nie wyczekują. Mogą akurat go teraz nie potrzebować, potrzebować coś innego lub zwyczajnie nie mieć na niego pieniędzy. Musisz mieć świadomość, że część Twoich klientów w danym momencie może nie być gotowa na zakup czegoś od Ciebie. Jednak wcale nie oznacza to, że ta sytuacja nigdy się u nich nie zmieni.

Wysyłaj zatem swoim klientom cały czas informacje oraz oferty. Tylko w taki sposób masz szansę na to, by trafić w odpowiedni dla danej osoby moment, w którym jest ona gotowa, by coś od Ciebie kupić. I to jest właśnie prawidłowe wycucie odpowiedniego momentu.

Jednak pamiętaj o cyklicznym wysyłaniu wiadomości (automatycznych oczywiście). Tylko w taki sposób sprawisz, że klienci nadal będą Ciebie pamiętać, a ich drzwi będą dla Ciebie otwarte. Wysyłaj zatem swojej liście systematycznie wartościowe i przydatne wiadomości. Możesz oczywiście promować zakup jakiegoś produktu, który uważasz za wartościowy. Pamiętaj też, jak ważna jest stała rozbudowa Twojej listy mailingowej. Po prostu musisz ją stale budować, jeśli poważnie myślisz o osiągnięciu sukcesu w marketingu internetowym.

Dobra strona

Powyżej pisałem już o tym, jak ważnym elementem w Twoim biznesie jest własna strona internetowa. Teraz omówię jej poszczególne elementy, aby ułatwić Ci stworzenie jak najlepszej strony, która będzie przyciągać nowych subskrybentów na Twoją listę.

Jakie robisz wrażenie?

Pewnie nie jest Ci obce pojęcie „pierwszego wrażenia”. Na początku wystarczy nam szybki rzut oka na daną osobę, aby wyrobić sobie o niej pierwszą opinię. Na tą opinię ma wpływ wiele czynników, z których często nie zdajemy sobie nawet sprawy. Co ważne – na tej podstawie tworzymy w naszym umyśle obraz tej osoby, który jest naprawdę trudno zmienić w przyszłości.

Jeśli nie wykorzystasz dobrze pierwszego wrażenia i będzie ono negatywne – bardzo trudno będzie je zmienić przy następnym spotkaniu. Zasada ta dotyczy zarówno spotkań prywatnych, jak i biznesowych. Wszyscy już chyba sobie zdajemy sprawę z tego, jak ważne jest to pierwsze wrażenie. Jednak nadal niewiele osób przekłada tą wiedzę na działanie w świecie wirtualnym.

W Internecie tak samo liczy się pierwsze wrażenie Twojej strony internetowej. Chodzi tutaj przede wszystkim o wrażenie, jakie wywołuje Twoja strona internetowa. I wcale nie chodzi mi tutaj, że musi ona posiadać wyszukaną i niezwykle rozbudowaną szatę graficzną. Zauważyłem, że dużo lepiej sprawdza się prosta i przejrzysta forma. Ważne by była ona dopracowana i elegancka. Jednak przede wszystkim musisz się skupić na treści, jaką zawiera Twoja strona.

Oczywiście – jak to w przypadku pierwszego wrażenia – liczyć się będzie pierwsze spojrzenie internauty na Twoją stronę. Przeważnie na samej górze squeeze page jest grafika, którą stanowi Twoje logo. Zadbaj, by wywoływało ono pozytywne odczucia. Logo musi wyglądać solidnie i ciekawie. Jeśli nie będzie ono dopracowane – zrobisz złe wrażenie na osobie, która odwiedza Twoją stronę. Zadbaj zatem o to, by było ono najwyższej jakości.

Jaka struktura strony?

Większość osób, które projektują swoje strony squeeze page robią to w oparciu o technikę marketingową zwaną AIDA. Nazwa tej techniki powstała od pierwszych literek poszczególnych elementów, jakie muszą znaleźć się na stronie, czyli: Attention (zwróć uwagę) + Interest (zainteresuj) + Desire (wzbudź pożądanie) + Action (wymuś akcję). Jeżeli przyjrzyś się ponownie znanym Ci stronom typu squeeze page myślę, że bez problemu będziesz potrafił/a wskazać każdy z tych elementów.

Utrzymaj prosty (ale nie prostacki) i przejrzysty schemat strony. Nie wstawiaj na tą stronę żadnych przycisków do nawigacji. Nie twórz podstron, ani nie zamieszczaj żadnych banerów, czy też reklam. Jednym słowem – pozbądź się wszystkiego, co mogłoby sprawić, że uwaga internauty zostałaaby rozproszona (pisałem już o tym, dlaczego). Niech nic nie przeszkadza w przeczytaniu Twojej oferty i zapisaniu się na listę – to jest najważniejsze.

Zwracaj też baczną uwagę na język, jakiego używasz na swojej stronie. Traktuj swoją ofertę jak monolog, który ma być interesujący i wciągający. Niech internauta z zaciekawieniem czyta to, co masz do przekazania.

Pamiętaj o tym, aby ściśle określić niszę, do której chcesz trafić. Możesz to zrobić w bardzo łatwy sposób: wyobraź sobie swojego idealnego klienta i pomyśl, że nim jesteś. Postaw się w jego sytuacji, pomyśl, co może go zainteresować, a co poruszyć. Napisz dokładnie tak, żeby to on był zainteresowany. Pamiętaj – nigdy nie napiszesz oferty tak, by każdy był nią zainteresowany i każdemu się ona podobała. Dołóż jednak starań, by na pewno spodobała się ona Twojej grupie docelowej. Na wszystkich innych nie zwracaj uwagi.

Zastanów się, czy grupa na której Ci zależy używa jakiegoś konkretnego języka. Może ma jakieś charakterystyczne zwroty lub specyficzne sformułowania? Jeśli tak – użyj właśnie takiego języka do napisania tekstu na stronę. To nic, jeśli osoby spoza tej grupy nie rozumieją tekstu. On ma trafić właśnie do tej jednej wyselekcjonowanej grupy.

Pamiętasz, jak porównywałem Twoją stronę do dobrego sita, które wyselekcjonuje dla Ciebie osoby zainteresowane Twoją ofertą? Dobry tekst, skierowany właśnie do tej grupy, zdecydowanie Ci w tym pomoże. Nie żałuj zatem osób, które opuszczą Twoją stronę – one nie są zainteresowane tym, co masz do zaoferowania, a więc nie potrzebujesz mieć z nimi kontaktu.

Pamiętaj, że masz dosłownie kilkanaście sekund na to, aby przekonać daną osobę do tego, aby została na Twojej stronie, a następnie zostawiła na niej swój adres. Wykorzystaj maksymalnie ten czas.

Nikt nie rodzi się jako doskonały sprzedawca, czy też doskonały copywriter. Aby takim się stać – musisz ćwiczyć. Pisz zatem oferty, sprawdzaj ich skuteczność, a jeśli nie jest ona zadowalająca – wprowadzaj zmiany. Czytaj też oferty innych. Sprawdzaj, co w nich Ciebie zainteresowało, co może sprawdzić się u Ciebie, jak sprzedawca przyciąga uwagę czytelnika. Dzięki temu będziesz mógł jeszcze bardziej udoskonalić swoją ofertę.

Nagłówek

Co tu dużo pisać – pewnie sam/a doskonale wiesz, że pierwszym elementem świetnej oferty jest magnetyczny nagłówek. Jest on naprawdę bardzo ważną częścią reklamy/Twojej strony. Nie ma co się dziwić temu – jeśli przecież nagłówek nie przyciągnie uwagi internauty, ani nie zachęci go do dalszego czytania – to dana osoba zrezygnuje z dalszego przeglądania tej strony. Nie będzie zatem ważne, jak bardzo dobry tekst napisałeś poniżej – nie będzie komu tego tekstu czytać.

Spotykam się nawet z opiniami specjalistów od reklamy, którzy uważają, że na squeeze page warto jest zrezygnować z jakiegokolwiek początkowej grafiki na górze strony, by zamiast niej zamieścić nagłówek. Jest to więc zachęta do tego, by jeszcze bardziej zminimalizować zawartość Twojego squeeze page. Ma to też swoje racje – internauta na pewno zwróci uwagę na nagłówek i nic nie będzie mu w tym przeszkadzało.

Co to dla Ciebie znaczy? Dokładnie to, że jeśli nie masz pomysłu na dobre logo – możesz je sobie póki co odpuścić i skupić się na stworzeniu dobrego nagłówka. Jednak napisałem, że logo możesz odpuścić sobie tylko na razie – prędzej czy później będziesz go potrzebować. Nie traktuj więc moich wyjaśnień odnośnie nagłówka jako usprawiedliwienia, dlaczego jeszcze nie masz logo. Ono po prostu ułatwi Ci budowanie swojej marki na przyszłość. A to właśnie marka sprawi, że będziesz rozpoznawalny/a. Pewnie znasz pojęcie branding – własna marka, logo są jego elementami.

Przypominam: według specjalistów skuteczność reklamy w 80% zależy od nagłówka. Nie bez powodu zatem copywriterzy zarabiają tak astronomiczne kwoty za wymyślenie sloganu reklamowego. Pamiętaj o tym, gdy będziesz tworzyć nagłówek na swoją stronę/ofertę. Popatrz jak robią to specjaliści, ucz się od nich. Eksperymentuj z różnymi nagłówkami, sprawdzaj, który przynosi najlepsze rezultaty. Sama zmiana nagłówka (bez wprowadzania innych zmian) może zwiększyć skuteczność oferty kilkukrotnie.

Pisząc nagłówek – skup się na swojej grupie docelowej. To właśnie dla tej grupy musi on być ciekawy i intrygujący. Miej to zawsze na uwadze. Odnoś się do świata swojego czytelnika, mów do niego. Bardzo dobrze w nagłówkach sprawdzają się słowa typu „nowy” oraz „darmowy/za darmo”. Określam je mianem słów mocy.

Użyj w nagłówku dużej czcionki. Standardowymi kolorami takich nagłówków na squeeze page są: czerwony, czarny i (rzadziej) niebieski. Możesz oczywiście eksperymentować też z innymi kolorami, miej jednak zawsze na uwadze to, że nagłówek musi przyciągnąć uwagę czytelnika. Nie tylko treść, ale także i forma mają zachęcić do dalszego czytania. Zadbaj o to, aby przekaz był czytelny, nie męczył oczu i był przyjemny w odbiorze. Właśnie z tego względu najlepiej jest pisać na białym tle.

Aby rozwijać biznes w sieci zdecydowanie będziesz musiał/a rozwinąć swoje umiejętności pisarskie. Poświęć czas na rozwinięcie w sobie tych umiejętności. Bardzo wiele będzie teraz zależało od tego, jak dobry tekst jesteś w stanie napisać. Owszem – możesz także zamieszczać w swoich ofertach nagrania video – wtedy będziesz musiał/a nauczyć się tworzenia dobrych przemówień.

Copywriting

Zastanawiałeś/łaś się kiedyś, dlaczego sztuka pisania reklam/ofert nazywa się copywritingiem? Spójrz na angielskie znaczenie słów, jakie składają się na to określenie. Copy czyli kopiowanie, writing od pisania. Czyżby zatem pisanie ofert było umiejętnością kopiowania tekstów? Jak najbardziej! Oczywiście – twórczym kopiowaniem (pamiętajmy o prawach autorskich), ale jednak kopiowaniem.

Zacznij od dziś zwracać uwagę na nagłówki, na jakie napotykasz się w Internecie. Znajdź przynajmniej 10, które wydają Ci się najciekawsze, które najbardziej przykuły Twoją uwagę. Spróbuj je dostosować do swoich potrzeb. Ktoś już wymyślił najlepsze nagłówki, przetestował je – skorzystaj z wiedzy i doświadczenia tej osoby, a jej nagłówki niech będą Twoją inspiracją.

Jest jeszcze niesamowita rzecz, którą pewnie zauważysz, gdy tylko zaczniesz bardziej szczegółowo analizować najlepsze nagłówki – jest między nimi niesamowite podobieństwo. Mogą one dotyczyć zupełnie innych spraw, a jednak sposób, w jaki zostały skonstruowane jest taki sam. Zacznij zatem konstruować swoje nagłówki według tego samego sposobu. Stwórz kilka na podstawie tego wzoru i testuj, który z nich okaże się być najlepszym.

Opinie i recenzje

Już wiesz (pisałem o tym wcześniej), że w oczach swoich klientów powinienes/aś zbudować zaufanie. Wiesz już też, że jest to o wiele łatwiejsze, jeśli zapiszą się oni na Twoją listę mailingową. Uzyskasz to poprzez dostarczanie im wartościowych informacji.

Jak jednak nakłonić taką osobę, by zapisała się na Twoją listę? W końcu pozostawienie swojego adresu e-mail również wymaga pewnej dozy zaufania. Przedstawię Ci kilka sposobów, które pomogą Ci podnieść Twoją wiarygodność w oczach osób, które pierwszy raz odwiedzają Twoją stronę.

Najlepszym sposobem jest zdobycie pozytywnych opinii i recenzji od Twoich klientów. Czasem będzie trzeba ofiarować im coś za darmo w zamian za wystawioną opinię lub komentarz. Jednak to Ci się będzie naprawdę opłacało.

Każda oferta (nie tylko Twoja) musi odpowiedzieć odbiorcy na 4 najważniejsze pytania: co? za ile? czy jest warte mojego zaufania? co z tego będę mieć?

Pozytywne opinie pozwolą internaucie odpowiedzieć sobie na to trzecie pytanie (choć wcale nie zagwarantują, że taka osoba zaufa Ci całkowicie). Ludzie są podejrzliwi i im bardziej śmiałą reklamę stworzysz, tym będą bardziej czujni. Twoim zadaniem jest przedstawić opinie potwierdzające Twoją ofertę. Te opinie muszą pochodzić ze źródła, których wiarygodność możesz potwierdzić. Takie dowody ułatwią Ci zdobycie zaufania osoby, która to czyta.

Do tego wykorzystujesz potężne narzędzie – poparcie społeczne. Dajesz nie tylko dowód na swoją uczciwość i rzetelność, ale także pokazujesz, że Twoja oferta zyskała aprobatę społeczną. Ludzie czują się o wiele pewniej, gdy widzą, że ktoś już kupił dany produkt i jest z niego zadowolony.

Możesz to także zaobserwować na Allegro – ludzie chętniej kupują (i za większe kwoty) u tych sprzedawców, którzy mają dużą ilość dokonanych transakcji i pozytywnych komentarzy. Co więcej – zdecydują się zapłacić więcej na zakup u takiego sprzedawcy niż wybrać tańszą aukcję, ale od sprzedawcy, który ma mniej pozytywnych komentarzy na swoim koncie.

Jeśli już publikujesz opinię na danej stronie postaraj się, aby była ona dla czytelnika maksymalnie uwiarygodniona. Poproś autora tej opinii, czy możesz podać, opublikować opinię wraz z imieniem, nazwiskiem i zdjęciem tej osoby. Dobrze jest także przy takiej opinii podać adres e-mail albo adres strony internetowej (o ile ją posiada) takiej osoby. Im więcej informacji o osobie zamieszczającej opinię podasz – tym większe zaufanie będzie to wzbudzać u odbiorcy.

Czasem można zamieścić też inne dowody wiarygodności Twojej oferty. Jeśli chwalisz się ilością sprzedanych egzemplarzy albo zarobkami – możesz pokazać statystyki lub wyciąg z konta (wraz z odpowiednimi datami). Takie uwiarygodnienie oferty może w ogromnym stopniu pomóc Tobie w sprzedaży.

Jakiś problem?

Formułując treść oferty pamiętaj, by przedstawić w niej jakiś problem. Dzięki temu dasz czytelnikowi do zrozumienia, że doskonale rozumiesz jego świat i jego problemy. To jest objaw empatii, a Ty dzięki temu stajesz się bardziej przyjazny dla odbiorcy.

Dzięki temu masz szansę oddziaływać na emocje czytelnika, który pewnie wie, że ma pewien problem, ale jeszcze nie zdołał nic zrobić (albo nawet nie próbował), by go rozwiązać. Być może póki co dla takiej osoby ten problem nie był jeszcze tak naglący, by zmotywować ją do działania. Jednak sposób w jaki przedstawiś problem (wręcz utożsamisz się z nim) sprawi, że ich chęć podjęcia działania wzrośnie. Od Ciebie i od Twojego tekstu zależy, o ile wzrośnie.

I nawet nie próbuj być subtelny/a w tym przedstawianiu tematu. Postaraj się raczej, by zrobić to w sposób dosadny i bezpośredni. Nie owijaj w bawełnę – zapytaj wprost czytelnika, czy też ma taki problem. Jeśli sprawisz, że przytaknie/zgodzi się z Tobą – jeszcze bardziej włąbi się on w Twoją ofertę i będzie bardziej skłonny na dokonanie zakupu.

Pokaż w każdym zdaniu, jak bardzo rozumiesz ten problem. Pokaż, jakie porażki mógł czytelnik już ponieść podczas prób rozwiązania tego problemu, jakie mógł popełnić błędy (np. nieudane rzucanie palenia z plastrami). Pokaż, że też się borykałeś/łaś z tym problemem i przechodziłeś/łaś dokładnie taką samą drogę, jak Twój czytelnik. Ale Tobie już się udało pokonać ten koszmarne problem! Okazało się to o wiele łatwiejsze, niż podejrzewałeś/łaś i teraz jesteś skłonny/a pokazać to, co Ci pomogło, tylko... Tylko musi ten czytelnik dokonać zakupu Twojego produktu/zapisać się na Twoją listę mailingową.

Pokaż korzyści

Tutaj także musisz przekazać wszystko wprost. Pokaż dosłownie, jakie będą korzyści, jeśli czytelnik skorzysta właśnie z Twojej oferty.

To jest niezwykle istotny element każdej oferty. Tyle razy już Ci powtarzałem, że czytelnik chce wiedzieć, co będzie z tej oferty miał. I Twoim zadaniem jest dokładne pokazanie wszystkiego, co uzyska jeśli tylko skorzysta z oferty.

Wymień zatem wszystkie możliwe korzyści, jakie płyną dla niego z oferty. Możesz je wręcz wypunktować, by na pewno rzuciły się one w oczy czytelnikowi. Strzelaj do klienta korzyściami, jak z karabinu maszynowego. On musi zrozumieć, jak wiele skorzysta decydując się na korzystanie z Twojej oferty. Jeśli wykonasz ten ostrzał prawidłowo – klient zostanie całkowicie rozbrojeny.

Nigdy natomiast nie próbuj przemówić tylko i wyłącznie do logiki klienta. Wiesz przecież, że on kieruje się emocjami przy zakupie. Korzyści, które przedstawiasz muszą odwoływać się właśnie do emocji. Nigdy korzyściami w Twojej ofercie nie będą cechy produktu – nigdy nie uda Ci się przedostać do sfery emocji. Dobrze przedstawione korzyści będą odwoływać się do emocji, choć również muszą mieć logiczne przesłanki. Twój klient musi się od Ciebie dowiedzieć, w jaki sposób skorzystanie z oferty może wpłynąć na jego życie.

Pamiętaj, by pisać tylko prawdę. Nigdy nie wyolbrzymiaj i nie obiecuj czegoś, czego nie możesz dać. Wystarczy, że zastanowisz się przez chwilę i na pewno wymyślisz ciekawe i prawdziwe korzyści, jakie zapewni Twojemu klientowi Twoja oferta.

Wiesz, jak większość ludzi przegląda oferty? Zaczynają czytać od nagłówka. Następnie przewijają stronę w dół zatrzymując się dopiero na wypunktowanych korzyściach, a więc od razu chcą się dowiedzieć, na co mogą tutaj liczyć. Później przewijają ofertę do końca. Jeśli stwierdzą, że strona jest warta ich uwagi – wracają na samą górę i dopiero później zaczynają się wgłębiać w szczegóły tekstu.

Ta informacja powinna dać Ci wiele do myślenia. Przypominaj ją sobie zawsze wtedy, gdy szkoda Ci czasu na wymyślanie i formułowanie korzyści.

Utrzymaj zainteresowanie

Pewnie zastanawiasz się, jak długa powinna być Twoja oferta. Niestety (a może stety) nie mogę Ci na to jednoznacznie odpowiedzieć. Spotykam się (i sam stosuję) różne oferty: poczynając od bardzo krótkich, a kończąc na naprawdę długich.

Jest tylko jedna zasada – oferta powinna być interesująca i utrzymać stałą uwagę klienta. Jeśli uda Ci się tego dokonać – oferta jest odpowiedniej długości. Pamiętaj zatem, aby nigdy nie zanudzić czytelnika. Po prostu różne produkty, wymagają innej długości oferty, innego sposobu ich przedstawienia.

Oferta będzie tylko wtedy dobra i tylko wtedy będzie spełniać oczekiwania jeżeli nakłoni internautę do skorzystania z Twojej oferty (zakupu lub zapisu na listę). Tu nie chodzi o to, by czytelnik podziwiał Twoje zdolności literackie, albo żeby się przy niej dobrze bawił. Owszem: może to robić, ale tylko wtedy, jeżeli sprawisz, że właśnie dzięki tym cechom skorzysta on z Twojej oferty.

Bardzo dobrą i skuteczną metodą na pisanie oferty jest opowiadanie różnego rodzaju historii. Wszyscy lubimy takie historie i nawet jeśli początkowo nie jesteśmy zainteresowani ofertą – chętnie przeczytamy historyjki. Takie krótkie opowiadania bardzo łatwo przykuwają uwagę.

Okładka

Pamiętaj, że nawet jeśli Twój produkt jest tylko i wyłącznie wirtualny, warto zawsze przedstawić go w sposób graficzny (i to najlepiej 3d). Niech klient widzi, co właśnie próbujesz mu sprzedać. Nie każ mu się domyślać, ani wyobrazać. On chce to zobaczyć, a przecież jeśli sprzedajesz produkt wirtualny to on nawet nie wie, jak może sobie wyobrazić coś, czego fizycznie nie ma.

O wiele lepiej jeśli to Ty decydujesz, jak klient ma sobie wyobrazić ten produkt. Jeśli więc mu go fizycznie nie przedstawisz – wyobraźnia klienta może pójść w kierunku, który nie jest dla Ciebie korzystny.

Masz zatem kilka powodów, by zamieszczać zdjęcie produktu: to Ty decydujesz, jak on wygląda i możesz dzięki temu wpłynąć na emocje kupującego. Poza tym klient ma poczucie komfortu, gdyż nie kupuje czegoś całkowicie abstrakcyjnego. Jeśli widzi produkt – łatwiej jest mu podjąć decyzję o zakupie. Tak więc jeśli nawet sprzedajesz info-produkt (np. kurs e-mailowy) – zaprojektuj i tak przyjemną, trójwymiarową okładkę dla takiego produktu.

Pamiętaj, by podać także swoje dane (jeśli coś sprzedajesz). Aby Twoja oferta była naprawdę solidna musi także zawierać politykę prywatności. Polityka prywatności jest wymagana przez polskie prawo, ale także uwiarygodnia Ciebie i Twoją ofertę w oczach internauty.

Twoja domena

Masz już zatem projekt swojej własnej strony internetowej. Całkiem możliwe, że już wiesz, czy to będzie strona, na której będziesz coś sprzedawać, czy jedynie chcesz, aby ta strona generowała zapisy na Twoją listę mailingową.

Potrzebujesz w tym momencie domenę internetową, która jest adresem internetowym dla Twojej strony. Jest to dość istotna decyzja, dlatego warto dobrze zastanowić się, zanim podejmiesz tą decyzję.

Zastanów się, jaka nazwa będzie dobrze odebrana przez Twoich klientów. Jaka będzie im łatwo zapamiętać? Warto zastanowić się, jaka nazwa jest w stanie faktycznie przyciągnąć ich uwagę. Nie wstydź się pytać o pomoc swoich

znajomych. Przedstaw im kilka swoich propozycji i spytaj, która z nich najbardziej do nich przemawia.

Postaraj się jednak unikać liter z polskimi znakami (tzw. ogonkami), gdyż taki adres nie będzie możliwy do wprowadzenia przez wszystkie zainteresowane osoby (np. osobę mieszkającą za granicą i korzystającą z klawiatury bez polskich znaków). Jeśli już w Twojej nazwie występuje ten znak, zamień go na literę bez ogonka, czyli np. s zamiast ś oraz l zamiast ł.

Pamiętaj, że nie każda nazwa, jaką wymyślisz, będzie możliwa do zarejestrowania. Może zdarzyć się tak, że ktoś inny już wykupił tą nazwę. To również zawęży Twoje możliwości wyboru nazwy.

Uważa się, że najlepiej jest rejestrować domeny z końcówką .pl. Taka końcówka jest łatwiejsza do zapamiętania i jeśli np. zarejestrujesz domenę z końcówką com.pl – może się okazać, że wiele osób przez pomyłkę będzie wchodzić nie na Twoją stronę, lecz na stronę Twojej konkurencji, która posiada domenę .pl.

Nie przesadzaj z długością nazwy domeny. Postaraj się ją maksymalnie uprościć (pamiętajac jednak o tym, by nadal była zrozumiała i łatwa do zapamiętania). Nazwa domeny musi koniecznie być łatwa do zapamiętania, ale też łatwa do przeliterowania. W taki sposób innym osobom będzie łatwiej kierować swoich znajomych na Twoją stronę. Tobie też będzie łatwiej pozyskać na nią ruch.

Jest wiele stron, poprzez które możesz zarejestrować swoją domenę. Ja mogę polecić Ci usługi firmy, z której jestem najbardziej zadowolony. Jest to firma NetArt, a zarejestrować domenę poprzez tą firmę możesz na stronie: [nazwa.pl](#) .

Masz stronę i... co dalej?

Muszę Cię w tym momencie zmartwić – sama strona internetowa nie wystarczy. Owszem będzie Ci ona bardzo potrzebna i bardzo Ci pomoże, ale jednak nie możesz się do niej ograniczyć.

W Internecie jest niewyobrażalnie wiele stron internetowych. Możesz porównać Internet do ogromnej pustyni, na której jedno ziarenko piasku to Twoja strona internetowa. Jak w takim ogromie może ona być w ogóle dostrzegalna?

Jeśli nie zadbasz o to, by ona się wyróżniała i była dostrzegalna – znikniesz w całym tłumie podobnych stron, do których nikt nie wie jak trafić. Musisz coś zrobić, by jednak internauci postrzegali Twoją stronę jako wyjątkowe ziarenko piasku, a nie jako jedno z wielu.

Musisz wygenerować na swojej stronie ruch i sprawić, by Twoja strona wyróżniała się na tle innych. Wykorzystasz do tego różne narzędzia, a przestaniesz być małym ziarenkiem piasku – wszyscy będą zwracali na Ciebie uwagę. Trzeba tylko wiedzieć, jak to zrobić.

Światła jupiterów możesz skierować na swoją stronę poprzez różnego rodzaju reklamy masowego przekazu. Możesz skorzystać zarówno z reklam w Internecie, jak i poza nim. Wystarczy tylko poszukać – jest tego naprawdę bardzo wiele. Nie jest to jednak książka o zakupie najlepszej reklamy, dlatego pozwól, że przejdę dalej z tematem. Rozejrzyj się tylko wkoło, a na pewno znajdziesz odpowiedni rodzaj reklamy do swojej strony (i do swoich możliwości finansowych).

Jak to ogarnąć?

Potraktuj kierowanie ruchu na Twoją stronę jako proces, który składa się z wielu etapów. Na początku musisz zamieścić pierwszą reklamę, kolejnym etapem będzie znalezienie pierwszego partnera biznesowego, później następnych. Zarówno Ty, jak i Twoja strona powinniście zmieniać się wraz z upływem czasu i gromadzeniem nowych doświadczeń. Każdy z tych etapów ma niezwykle ważne zadanie – przybliżyć innych do Ciebie. A tym samym – przybliżyć Ciebie do zbudowania ogromnej struktury partnerów.

Wiele osób tworzy takie przekazy marketingowe, które są celowo nastawione na to, aby sfinalizować transakcję już przy pierwszym kontakcie z klientem. Uważam, że to nie jest najlepsze z możliwych rozwiązań. Dlaczego? Z prostego powodu: codziennie, w każdym miejscu, każdy człowiek jest dosłownie atakowany różnego rodzaju ofertami, reklamami i propozycjami. Przez to wszystko jesteśmy już coraz bardziej zubożniali na te wszystkie przekazy. Wiemy, że nie możemy kupować wszystkiego, co nam oferują. Jesteśmy przyzwyczajeni do coraz bardziej wymyślnych technik sprzedażowych. Coraz częściej więc decydujemy, by nie kupować niczego pod wpływem chwili. Nauczył nas tego zdrowy rozsądek.

Jeśli jednak podzielisz to na odpowiednie etapy i wykorzystasz wszystkie narzędzia, które Ci przedstawiłem (reklama, strona, dobry copywriting, zapis na listę, autoresponder i dopiero wtedy oferta) – Twoje szanse na sfinalizowanie sprzedaży rosną. To prawda – musisz na to wszystko nieco dłużej poczekać, jednak możesz zyskać o wiele więcej niż w sytuacji, kiedy nastawiasz się na natychmiastową sprzedaż i mały kontakt z klientem.

Musisz zatem myśleć kilka kroków w przód, przygotować daną osobę do bycia Twoim klientem. Musisz też nauczyć się cierpliwości i zrozumieć, że prawdziwe efekty swojej dzisiejszej pracy zobaczysz dopiero za jakiś czas.

Jeśli zamieszczasz na przykład jakąś reklamę: zapłacić musisz za nią już teraz, a efekt zobaczysz dużo później. Taka reklama nie sprawi, że po jej zobaczeniu ktokolwiek będzie chciał przyłączyć się do Twojego zespołu. Nie masz na to szans. Reklamy tak nie działają. Natomiast może sprawić, że sporo osób zobaczy Twoją stronę (i nic więcej reklama nie zrobi).

Część z tych osób (które wejdą na stronę pod wpływem reklamy) przeczyta zamieszczony na stronie tekst, a część zostawi Ci swój adres e-mail. Teraz czas na Twoje maile, zdobycie zaufania i dopiero po tym – ofertę przyłączenia się do zespołu (lub sprzedaży czegoś). Zobacz – ile było etapów po drodze i ile musiało minąć czasu. A za reklamę już dawno temu zapłaciłeś/łaś.

Proces pozyskania kogoś do swojej struktury MLM wymaga zbudowania pewnej więzi, a to wymaga czasu. Niczym zaręczyny: nie zaręczysz się z dopiero poznaną osobą, musicie poznać się nawzajem i przejść długotrwały proces, który może z czasem przejść w zaręczyny.

Ze zdumieniem przyglądam się pracy niektórych menadżerów, którzy oferują wejście do biznesu MLM osobom, które poznały dopiero przed kilkoma minutami. Nie przejmują się sprawą zbudowania więzi oraz tym, czy te osoby są przygotowane do rozpoczęcia takiego biznesu.

Z drugiej strony, taka wieloetapowa rekrutacja ma jeszcze inne zalety. Sprawia, że na jej końcu zostają tylko najlepsze osoby spośród wszystkich. Na każdym z etapów odpadnie część osób i jest to bardzo dobra wiadomość dla Ciebie – nie będziesz musiał/a tracić czasu na te osoby. Do Ciebie trafią tylko prawdziwe diamenty, które Ty będziesz mieć zaszczyt oszlifować.

Bądź sobą

Truizmem jest mówienie Ci teraz, że jesteś jedyny/a i niepowtarzalny/a. Sam/a doskonale to wiesz. Każdy o tym wie. A mimo to każdy stara się kogoś naśladować, podążać utartymi ścieżkami i powtarzać czyjeś sukcesy. Owszem możesz wiele się od innych nauczyć. Jednak najpotężniejszą Twoją wartością jest to, że jesteś unikalny/a. I (tak jak każdy) masz szansę wykorzystać to, by odnieść sukces.

Pamiętaj, że Twoim zadaniem jest wypromowanie siebie, stworzenie sobie solidnej marki/wizerunku. Żeby to zrobić – musisz dać się poznać. Nie ukrywaj się zatem za ogólnikami czy też schematycznymi określeniami. Bądź sobą, bądź bezpośredni/a. Pokaż swój charakter – to on wyróżni Cię z tłumu innych osób, które wolą działać zgodnie ze wzorem narzuconym z góry.

Pokaż także, że masz inne zainteresowania niż zarabianie pieniędzy. Bądź ludzki, miej problemy i życie osobiste. Ludzie właśnie lgną do takich szczerych osób. Nie próbuj udawać tego, kim nie jesteś. Zawsze mów takim językiem, jakiego używasz na co dzień. Jeśli nie będziesz w tym szczerzy – ludzie bardzo szybko to zauważą i stracą do Ciebie nie tylko zaufanie ale i szacunek.

Pamiętaj o tym podczas tworzenia swojej strony internetowej. Niech będzie ona naprawdę Twoja. Dodaj do niej nieco własnej unikalności i niepowtarzalności. To właśnie pozwoli Ci wyróżnić się z tłumu, to sprawi, że ludzie Cię zapamiętają. Nawet Google lubi tylko to, co oryginalne.

To Ty jesteś kluczem do swojego sukcesu. Nie firma, z którą współpracujesz, nie inni ludzie. Ty i tylko Ty. Musisz zatem zrobić tak, by inni widzieli w Tobie ten sam potencjał, by widzieli jak wielką wartością jest współpraca z Tobą a nie kimś innym. Niech Twoje nazwisko będzie Twoją najlepszą wizytówką.

Duplikacja

Słyszałeś/łaś pewnie nie raz o tym, jak ogromną rolę w MLM odgrywa duplikacja. Można dowiedzieć się tego chyba na każdym możliwym szkoleniu z zakresu MLM. Powtarzają też to same firmy, które oferują MLM. Wszędzie powtarza się w koło jedno i to samo słowo: duplikacja.

Tak, to prawda – potrzebujesz duplikacji, jeśli faktycznie zależy Ci na zbudowaniu potężnej struktury. Drażni mnie tylko, że wiele osób pod pojęciem duplikacja rozumie tworzenie identycznych, pozbawionych swojej osobowości klonów. Uważam, że to nie tędy droga. Duplikacja – owszem, ale wiedzy i sposobu szkolenia nowych osób. Nie sposób jednak powielić osobowości sponsora, a to przeważnie właśnie ta osobowość przyciąga innych (pisałem o tym przed chwilą).

Pomyśl sam/a – nigdy nie będziesz prawdziwym liderem, którego ludzie rozpoznają, jeśli będziesz starać się naśladować kogoś innego. Nigdy nie przyciągniesz ludzi swoją osobowością, jeśli będziesz ją ukrywał i udawał kogoś innego. Masz własny styl i charakter – zdobądź od swojego sponsora wiedzę, ale sposób bycia zostaw swój.

Jeszcze raz o systemie

System marketingu edukacyjnego przyciąga do Ciebie ludzi, którzy już zapłacili za to, by z Tobą (choćby pośrednio) współpracować. Oni dzięki Twoim kursom/ artykułom mają szansę Ciebie poznać. Angażują swój czas, rozwijają się, ale dzięki temu, że wkładasz w to wszystko część siebie – poznają również Ciebie.

Dzięki temu nie musisz szukać ludzi „na oślep”. Możesz kontaktować się ze swoimi klientami/kursantami. Jeśli dołożysz wszelkie możliwości w to, by byli oni zadowoleni z Twoich kursów – będą oni także chętniej rozmawiali na temat przyłączenia się do Twojej grupy.

Pamiętaj o wymaganej kolejności całej tej układanki zwanej marketing sieciowy. Dana osoba musi najpierw Cię poznać, przygotować się do myśli o nowym sposobie zarabiania i współpracy z Tobą. Dopiero wtedy będzie gotowa na przyjęcie Twojej oferty. Nigdy nie zaczynaj od końca, bo to nie będzie przynosiło dobrych rezultatów.

Wykorzystujesz też efekt zaangażowania. Te osoby znalazły Twoją stronę, zapisały się na Twój kurs (może nawet za niego zapłaciły), a więc są zainteresowane informacjami, które im masz do zaoferowania. A przecież to są informacje odnośnie tego, jak usprawnić swój biznes, jak można osiągnąć sukces w MLM.

Dla Ciebie to jest jasny przekaz – te osoby nie są usatysfakcjonowane z dotychczasowych skutków ich działań. Nawet, jeżeli są teraz w innym MLM i mają innego sponsora – nie są z niego zadowoleni, bo szukają informacji poza nim o tym, jak powinien działać biznes MLM. Jeśli zatem to Ty masz wiedzę, której potrzebują – będą oni pewnie chcieli, abyś to Ty został/a ich sponsorem.

Pewnie będzie i tak, że Twoją ofertę znajdą osoby, które jeszcze nie działają w MLM, ale są zainteresowane z jakiegoś powodu, by poznać bliżej ten temat. Zaoferuj im więc cenne informacje, a będą oni postrzegać Cię jako znawcę tematu. Jeśli w pewnym momencie zdecydują się na przystąpienie do MLM – będziesz pierwszą osobą, o której pomyślą, jako o ewentualnym sponsorze.

Automatyczny system sprawi, że zyskasz naprawdę sporo wolnego czasu. A tym samym (w końcu!) zyskasz stały przepływ pieniędzy do swojego biznesu. Dzięki temu będziesz mógł stale inwestować pieniądze w reklamę, która tylko powiększy Twoje dochody.

Nawet jeśli się zdarzy tak, że wydasz na reklamę dokładnie tyle samo, ile dzięki niej zyskasz ze sprzedaży produktów – to jest to dobra inwestycja. Może się wydawać (jeśli podejdziesz do sprawy czystko matematycznie), że z takiej reklamy nie ma zysku (wyszedłeś/wyszłaś na zero), więc była to tylko strata czasu. Jednak taka reklama daje Ci jeszcze inne korzyści oprócz kwot, które możesz zarobić na sprzedaży produktów, które reklamujesz. Dzięki reklamie wiele nowych osób, które prawdopodobnie poszukują możliwości biznesowych wejdzie na Twoją stronę. Jeśli zapiszą się one na Twoją listę mailingową (nawet bez kupowania niczego) – Ty zyskałeś nowych klientów. Reklama zatem przynosi dwie różne korzyści: szybką w postaci przyływu gotówki ze sprzedaży i długoterminową, poprzez możliwość zaprezentowania się szerszemu gronu odbiorców.

Twoje możliwości

Własna strona i automatyczny system zarabiania sprawiają, że stajesz się właścicielem biznesu, który daje Ci wolność. Jeżeli sam/a zbudujesz swoje zaplecze – stajesz się niezależny/a od wszystkich innych (nawet od firmy MLM, z którą współpracujesz). To daje Ci ogromne możliwości.

Przypomnę jeszcze raz w tym miejscu, że własny biznes wymaga ciągłego kształcenia. Według mnie to jest Twoja szansa na rozwój. Nawet jeśli jeszcze nie masz nawyku, by doksztalać się cały czas, wkrótce zobaczysz, jak bardzo będzie Ci to przydatne. Nie stworzysz nowej treści, nowego kursu czy też nawet wpisu na stronę, jeżeli nie będziesz czytać, rozwijać się.

Twój własny rozwój osobisty wpłynie także na sposób prowadzenia Twojego biznesu. Będą z pewnością przychodziły Ci nowe pomysły, kreatywne rozwiązania, na które nigdy byś nie wpadł/a, gdybyś nie wyruszył/a w tą drogę. Dzięki temu Twój rozwój będzie się dynamicznie zwiększał, a Ty zyskasz tą specyficzną nutkę oryginalności, po której inni będą Cię poznawać.

Internet daje niesamowicie wiele możliwości zarabiania i rozwijania swojego biznesu. Z czasem rozpoznasz wszystkie te metody i sprawisz, że wszystkie elementy układanki zwanej marketingiem sieciowym będą na swoim miejscu i będą Ci one przynosić zadowalające przychody. Wszystkie te elementy złożą się na całościowy obraz Twojego sukcesu.

Wykorzystaj szansę, jaką daje Ci życie w tym właśnie czasie, kiedy Internet daje możliwość zarobienia każdemu, kto faktycznie tego chce. Coraz więcej osób korzysta z tego medium, więc Ty masz szansę dotrzeć ze swoją ofertą do coraz większego grona odbiorców. Jednak to nie sama rosnąca liczba użytkowników Internetu cieszy e-biznesmenów, najważniejsze jest to, że coraz większa ilość osób decyduje się na zakupy przez Internet. Nawet światowy kryzys nie wpłynął na ten rosnący wzrost.

Skorzystaj zatem z tego. Twórz listę swoich klientów, bądź z nimi w stałym kontakcie – dzięki automatyzacji, nie będzie Cię to kosztowało zbyt wiele czasu. Wykorzystaj Internet do tego, by uzyskać przewagę nad tymi osobami działającymi w MLM, które jeszcze nie nauczyły się wykorzystywać potęgi sieci.

Każda osoba, która odwiedzi Twoją stronę i/lub kupi Twoje produkty – interesuje się marketingiem sieciowym. Dla Ciebie to sygnał, że poszukują one informacji o tym, jak uzyskać wolność finansową – czyli pewnie zainteresowane są nie tylko MLM, ale także innymi możliwościami zarabiania. Możesz zaproponować więc tym osobom nie tylko informacje odnośnie MLM, ale właśnie także na temat innych sposobów zarabiania (np. inwestycje, giełda itp.).

To wymaga od Ciebie konieczności doksztalcenia się. Jeśli jednak nie chcesz lub nie potrafisz (a może nie masz czasu), by taką wiedzę zdobyć – znajdź osoby, które już oferują podobne produkty i rozpocznij współpracę jako partner (Twoim zarobkiem jest prowizja od sprzedaży). Im większa będzie Twoja lista klientów – tym więcej możliwości na uzyskanie dodatkowego zarobku będziesz mieć.

Poznaj swoich klientów. Postaraj się uzyskać od nich informacje odnośnie tego, czego potrzebują. Świetnie może się sprawdzić przeprowadzenie wśród nich ankiety. Dzięki temu będziesz wiedzieć, co warto promować poprzez tą listę. Na takim rozwiązaniu zyskujesz nie tylko Ty – zyskują także Twoi klienci, gdyż będą otrzymywać od Ciebie tylko przydatne informacje. To wszystko pozwoli też na zdobycie zaufania klientów do Ciebie, a sprzedaż będzie łatwiejsza.

Warto też rozpocząć współpracę z osobami, które oferują w sieci podobne tematycznie produkty do Twoich (ale nie konkurujące). Wasza wspólna oferta będzie dla klientów bardziej ciekawa, a wspólna promocja będzie bardziej korzystna dla wszystkich zainteresowanych. Dzięki temu możecie wspólnie zgromadzić więcej linków do strony z ofertą, możecie też się wspierać nawzajem swoimi listami mailingowymi. Nie wymaga to wielu nakładów czasu, a prawie w ogóle nie jest wymagany nakład pieniędzy – a mimo to możecie sobie nawzajem pomóc zwiększając ruch na swoich stronach. Taka wymiana jest korzystna dla każdej ze stron.

Możesz czerpać też korzyści z oferowania produktów innych osób. Ważne aby te produkty były faktycznie dobre. Jeśli za Twoją poradą klient kupi raz dobry produkt, będzie on wiedział, że warto jest wierzyć Twoim ofertom i korzystać z Twoich rad. Tym samym chętniej kupi on od Ciebie kolejny produkt.

Jeszcze krótkie wyjaśnienie odnośnie wspierania się mailingiem. Zdecydowanie nie polecam odsprzedaży listy (co w ogóle jest niezgodne z prawem). Wymiana mailingów polega na tym, że Ty wysyłasz do swojej listy maila z promocją strony/produktu Twojego partnera biznesowego, a on/ona wysyła maila do swojej listy, który promuje Twoją stronę/produkt.

Dbaj o swoją listę, rozwijaj ją i powiększaj ją systematycznie. Im będzie ona większa, tym więcej możliwości będzie przed Tobą. Tak samo: im większa Twoja lista, tym większa Twoja siła oddziaływania na rynek. Będziesz stawał/a się coraz bardziej potężną konkurencją dla wszystkich innych osób działających w podobnym biznesie, a to oznacza, że będą musieli się z Tobą liczyć i godzić się na warunki, jakie to Ty stawiasz. To da Ci siłę, której żaden dystrybutor tradycyjnego MLM nie będzie mógł nigdy zdobyć.

Stara szkoła MLM

Sprzedaż w internecie (co już wiesz) można łatwo i z korzyścią zautomatyzować. Zwalnia Cię to z konieczności „chodzenia po znajomych” i proponowania im współpracy. Nie musisz też już nigdy więcej nagabywać obcych osób. Jednak automatyzacja biznesu nie oznacza, że nie musisz już w ogóle rozmawiać z ludźmi.

MLM polega na budowaniu sieci współpracowników, a aby taką sieć zbudować – musisz z nimi rozmawiać. Jasne – część będziesz mógł zrobić poprzez wysyłanie automatycznych maili do wszystkich osób z Twojego zespołu. Jednak jeśli planujesz zbudować z nimi solidny biznes – konieczne będzie, aby pomagać im indywidualnie i wspierać ich rozwój.

Nie zmuszam Cię jednak do tego (jak to jest w tradycyjnym MLM), abyś jeździł/a po całej Polsce i spotykał/a się z każdym indywidualnie. Obecnie mamy już takie narzędzia, które pozwalają przeprowadzić zadowalającą rozmowę bez ruszania się z domu (np. telefon, czy też Skype).

To jest właśnie ten etap budowania biznesu MLM, w którym nowe technologie spotykają się z metodami wykorzystywanymi przez tradycyjny MLM. To wszystko jednak sprawia, że całość zyskuje na efektywności i solidności struktury. Nie ma sensu fanatycznie trzymać się pełnej automatyzacji biznesu, skoro zwykła (nawet krótka rozmowa) potrafi przynieść dużo większy skutek.

Właśnie dlatego twierdzę, że nie wszystko można (a nawet jeśli można – nie powinno się) zautomatyzować. Zaoszczędź czas tam, gdzie faktycznie możesz (np. przesiewając na swojej stronie osoby potencjalnie zainteresowane od tych nie zainteresowanych), a zyskasz go na rozmowy z osobami, którym faktycznie warto poświęcić ten czas.

Traktuj Skype i telefon jako kolejne narzędzia, które wspomogą rozbudowę Twojego biznesu. Wykorzystaj je jednak maksymalnie efektywnie – indywidualne rozmowy zabierają naprawdę sporo czasu, a wraz z rozbudową Twojego biznesu, będziesz musiał/a przeprowadzać ich coraz więcej.

Jest jedna ogromna zaleta rozmowy w czasie rzeczywistym od tej prowadzonej przez media podczas przekazu informacji. Otóż rozmawiając z kimś, otrzymujesz jego odpowiedź od razu. Natomiast jeśli to samo pytanie zadasz np. za pośrednictwem maila – na odpowiedź będziesz musiał/a trochę poczekać: odbiorca musi najpierw dostać maila, później mieć czas, by go przeczytać i przemyśleć odpowiedź i dopiero po tym wyśle ją do Ciebie. Ten czas może mieć duży wpływ na szybkość rozwoju Twojego biznesu. Żeby przyspieszyć, opłaca Ci się poświęcić swój czas na rozmowy z innymi.

Aby mieć czas na rozmowy, które przyspieszą Twój biznes – musisz wyeliminować te, które nie przyczynią się do jego rozwoju. Możesz to osiągnąć poprzez doprowadzenie do perfekcji informacji wysyłanych automatycznie. Warto także stworzyć dział FAQ, czyli miejsce, w którym będą odpowiedzi na najczęściej zadawane przez klientów pytania.

Ekspert

Twoim priorytetem na samym początku niech będzie wybranie swojej własnej niszy. Musisz to zrobić, aby Twój marketing był naprawdę skuteczny. Znalezienie niszy to dopiero początek. Później musisz wyspecjalizować się w niej tak, by zostać ekspertem i być postrzeganym jako autorytet w tej dziedzinie.

Zawężenie Twojej niszy i wyspecjalizowanie się w wąskiej dziedzinie sprawi, że będziesz mógł/mogła skupić się nawet na jej najdrobniejszym aspekcie. To właśnie taka ścisła specjalizacja uczyni z Ciebie eksperta. To też sprawia, że ludzie ufają Ci, bo wiedzą, że faktycznie zajmujesz się dziedziną, która ich interesuje. Ważne, abyś znalazł/a wąską niszę, w której możesz się wyspecjalizować.

I nie rób takiej przerażonej miny – zostanie ekspertem wcale nie wymaga od Ciebie tytułów naukowych, ani lat poświęconych tylko i wyłącznie nauce wybranej dziedziny. Aby być ekspertem dla jakiejś grupy osób, wystarczy że będziesz wiedział/a nieco więcej od osób z tej grupy.

Jak to wygląda w praktyce? Najczęściej polega to na przeczytaniu kilku (albo nawet jednej!) książek na dany temat. W większości przypadków właśnie to wystarczy, by wiedzieć więcej od innych, którym nawet nie chciało się sięgnąć po jakąkolwiek książkę. Ważne, abyś cały czas rozwijał/a się i był/a o krok przed wszystkimi innymi. To naprawdę niewiele, a tak wiele osób nie potrafi się na to zdobyć. Rozwijaj się w wybranym kierunku i dziel się z innymi zdobytą wiedzą. To zapewni Ci opinię eksperta.

Nie patrz też na to, ilu ekspertów istnieje już w wybranej przez Ciebie dziedzinie. To w żaden sposób nie przekreśla Twoich możliwości stania się najlepszym ekspertem w tej dziedzinie. Zawsze jest możliwość by zrobić coś: lepiej, taniej czy chociażby szybciej. Wystarczy, że to Ty jako pierwszy zostaniesz znaleziony przez osoby, które poszukują odpowiedzi, które Ty znasz.

Twoja przyszłość jako lidera w marketingu sieciowym zależy od tego, czy będziesz potrafił/a umocnić swoją pozycję eksperta w wybranej niszy. Internet pozwala Ci zrobić to szybko i skutecznie. Na dodatek – przez Internet dotrzesz do ogromnej ilości osób za stosunkowo niewielkie pieniądze.

Serwisy Web 2.0

Ta tajemnicza nazwa, która brzmi niczym kod, którym posługują się tylko specjaliści, kryje za sobą coś, co zdecydowanie wpłynie pozytywnie na rozwój Twojego biznesu w Internecie.

Głównie, gdy myślisz o stronie internetowej, w Twojej głowie pojawiają się serwisy, które już zawierają jakąś treść stworzoną przez twórców serwisu (lub na ich zlecenie). Są to strony typu Web 1.0, a ja twierdzę, że także Web 2.0 możesz wykorzystać do swojego biznesu.

Czym są owe tajemnicze serwisy Web 2.0? Są to serwisy/platformy, na których treść przede wszystkim generują ich użytkownicy, a nie właściciele. Oznacza to, że może tam istnieć nieograniczona ilość osób generujących nowe

informacje i nową treść. Jestem pewien, że znasz serwisy Web 2.0 – najbardziej znany jest chyba YouTube, dzięki któremu każdy może stworzyć swoją własną „telewizję”. Ty także!

Pomyśl, jaka to jest wspaniała szansa dla Ciebie. I do tego możesz z tego korzystać całkowicie za darmo. Jeśli treści, które będziesz tam zamieszczać, będą ciekawe – możesz liczyć na marketing wirusowy. Polega on na tym, że inni użytkownicy tego serwisu polecają sobie nawzajem najciekawsze materiały. Dla Ciebie oznacza to darmową reklamę.

Tak więc – Web 2.0 umożliwia Ci darmową promocję Twojego biznesu. Otrzymujesz także opinie i komentarze od innych użytkowników. Wiesz zatem, czy to, co oferujesz jest ciekawe dla innych i co ewentualnie możesz poprawić. Nie przejmuj się jednak krytyką, która zawsze u każdego się pojawia – ona może tylko pomóc Ci w udoskonaleniu swojego produktu.

Blog

Inną wersją Web 2.0 są blogi. Także i w tym przypadku znajdziesz serwisy, które umożliwiają założenie swojej własnej strony całkowicie za darmo. Taki blog może stanowić dla Ciebie zaplecze, ale także może sprawić, że trafisz do szerszego grona odbiorców i będziesz otrzymywał istotne komentarze dotyczące tego, co robisz.

Możesz oczywiście wesprzeć się gotowymi serwisami do tworzenia blogów. Jeśli jednak traktujesz rozwój swojego biznesu poważnie i chcesz być postrzegany jak profesjonalista: polecam założenie bloga poprzez platformę <http://pl.wordpress.org/>.

Dlaczego akurat to? Pozwala on maksymalnie ingerować w wygląd i funkcje serwisu. To od Ciebie będzie zależeć, jak wygląda stworzony na bazie WordPress blog. A co jest bardzo ważne – wszelkie zmiany możesz wprowadzić bardzo szybko i łatwo.

Aby Twojego bloga faktycznie odwiedzali czytelnicy musisz postawić na ciągłą aktualizację treści i dodawanie nowych wpisów. Jeśli nie będziesz tego pilnować – Twój blog umrze, a czytelnicy przestaną zaglądać na niego. Zamieszczaj tam jak najbardziej ciekawe informacje – to pomoże Ci zyskać nie tylko czytelników bloga, ale także partnerów biznesowych. Każde

zaniedbanie, którego dopuścisz się będzie mściło się „wykruszeniem” tej grupy osób, na której przecież Ci zależy.

Portal społecznościowy

Jeśli jeszcze nie wykorzystujesz ich do budowania swojego biznesu, to pewnie postrzegasz je jako zabawkę dla nastolatków. Nic bardziej mylnego. Może faktycznie na początku służyły one przede wszystkim do wzajemnego oceniania swoich zdjęć, jednak teraz takie portale mogą z sukcesem być wykorzystane do rozwijania biznesu.

Faktycznie na portalach społecznościowych największą grupę demograficzną stanowią nastoletni użytkownicy, jednak nie są oni jedyną grupą, która korzysta z tych portali. Znajdziesz na pewno tutaj też takie osoby, które odpowiadają Twojej grupie docelowej. Nawet jeśli interesuje Cię niszowa grupa (np. artyści) to jestem pewny, że jeśli dobrze poszukasz – znajdziesz portal, który będzie skierowany tylko do nich.

Coraz więcej firm nie tylko przygląda się portalom społecznościowym, ale także aktywnie bierze udział w „życiu” takich portali. Portale społecznościowe stają się tym samym (stały się już?) miejscem do robienia interesów.

Pewnie znasz serwisy, wokół których skupionych jest wiele milionów ludzi z całego świata. Jest ich szeroka gama i warto, aby Twój biznes był widoczny na każdym z nich. Zaczynając od [Twitter](#) poprzez [Myspace](#) (nie aż tak popularny w Polsce, jak w innych krajach), a na najpopularniejszym obecnie w Polsce Facebooku. Powiedzmy to szczerze: jeśli jeszcze nie masz tam swojego profilu, musisz to szybko naprawić – Twoi klienci/partnerzy będą Cię tam na pewno szukali.

Jak zatem możesz te portale wykorzystać do swojego biznesu? Możesz na przykład stworzyć grupę, która będzie odpowiadała profilem Twojej grupie docelowej. Do tej grupy będziesz mieć pewność, że możesz kierować swoją ofertę.

Możesz też poszukać osób w istniejących już grupach i zaprosić ich do swoich znajomych. Możliwe jest też znalezienie osób o konkretnych zainteresowaniach, czy też hobby.

W dobrym tonie jest wysłanie informacji, która wyjaśni dotychczas obcej Ci osobie Twoje zaproszenie. Może to być chociażby: „Witam widzę, że mamy podobną pasję, którą jest MLM, dlatego chciałem zaprosić Cię do grupy moich przyjaciół, aby móc wymieniać się doświadczeniami na ten temat.” Dzięki temu zwiększasz nie tylko swoje szanse na przyjęcie przez taką osobę zaproszenia, ale także na stanie się dla tej osoby bardziej znanym. Całkiem możliwe, że ta osoba odpisze coś do Ciebie, a dzięki temu zbuduje się między Wami więź.

Zawsze działaj jednak z wyczuciem. Nie wysyłaj masowej ilości takich informacji do wielu osób, nie reklamuj się u innych. Takie działanie może skończyć się posądzeniem o spam, a to prowadzi do zablokowania Twojego konta na danym portalu (czasowego lub całkowitego).

Portal społecznościowy daje Ci ogromną wygodę w poznawaniu nowych osób. Zanim rozpoczniesz z nimi rozmowę – możesz dokładnie poznać wybraną osobę. Większość osób na profilu zamieszcza informacje o wykształceniu, pracy, zainteresowaniach i wielu innych sprawach, które są dla nich ważne. Nigdy nie masz takiego komfortu poznając kogoś w świecie rzeczywistym.

Nie rzucaj się od razu na tworzenie konta na każdym portalu społecznościowym. Skup się najpierw na gigancie, którym jest Facebook. Stwórz ciekawy profil z wieloma informacjami na Twój temat. Zgromadź grono dobrze dobranych znajomych, stwórz grupę, na której będą oni mogli dzielić się swoimi zainteresowaniami. Dopiero wtedy utwórz konto na kolejnym portalu społecznościowym.

O wiele mniej może Twojemu biznesowi zaproponować serwis NK. Został on stworzony z myślą o kontakcie ze znajomymi ze szkolnych lat. Z tego powodu nadal wiele osób niechętnie przyjmuje do grona swoich znajomych osób, których rzeczywiście nie znają. Mało osób dzieli się tam swoimi zainteresowaniami i faktycznie zdecydowana większość jest nastawiona tylko na zamieszczanie i komentowanie zdjęć. Portal ten skupia jednak bardzo wiele osób, jeśli więc chcesz – możesz spróbować tam swoich sił.

Warto abyś zainteresował/a się także bardziej tematycznymi portalami społecznościowymi. Dla przykładu: [Suportio](#) jest to portal społecznościowy, który zrzesza wokół siebie menadżerów marketingu wielopoziomowego.

Natomiast [Profeo](#) jest portalem dla osób, które wciąż się rozwijają i dbają o swoją karierę. Znajdziesz tam ludzi ambitnych, którzy są otwarci na pozna-

wanie nowych osób ze względów biznesowych, ale nie tylko. Jest też na tym portalu spora grupa osób, która poszukuje lepszej pracy od dotychczasowej lub w ogóle w tym momencie nie ma pracy. Z tego względu jest tu potężna baza ofert pracy, a także szkoleń.

Muszę też wspomnieć o [GoldenLine](#) który dotyczy rozwoju kariery i życia zawodowego. Zdecydowanie ten portal pozwoli Ci na to, by zaistnieć w branży. Poprzez niego możesz też monitorować rynek pracy.

Wspominałem już wcześniej o Twitterze – polega on na prowadzeniu mikrobloga. Zmieszczą się na nim tylko krótkie informacje (do 160 znaków). Bardzo ważne jest, by dodawać tutaj regularnie nowe wpisy. Najlepiej jeśli będziesz to robić nawet kilka razy dziennie. Dzięki temu sprawisz, że osoby, które czytają Twój profil – będą miały stale nową treść do przejrzenia.

Jest także polska odpowiedź na Twittera. Stanowi ją [Blip](#) (skrót od: „bardzo lubię informować przyjaciół”).

Więcej o Facebook’u

Jeśli już znasz ten portal to pewnie wiesz, że potrafi on być bardzo absorbujący. Myślę, że przyda Ci się podpowiedź, jak sprawić by nie było koniecznym poświęcaniem tej stronie więcej niż 30 minut dziennie.

Wiele osób spędza na portalach społecznościowych o wiele więcej czasu niż wymagałby od nich tego zdrowy rozsądek. Z tego właśnie powodu coraz większa ilość pracodawców decyduje się na blokowanie dostępu do tego typu portali poprzez komputery firmowe.

Tobie zdecydowanie wystarczy 30 minut dziennie, aby rozbudować i aktualizować swój profil. Poniżej wyjaśnię, w jaki sposób tego dokonać.

Po pierwsze – aktualizuj swój status. To jest pierwsza rzecz, jaką musisz wykonać po zalogowaniu się na Facebooka. Zamieść w tym celu jakieś zdjęcie lub napisz, co zamierzasz robić dzisiaj. Może to także być relacja z minionego seminarium/szkolenia. Ważne, by było to coś nowego od Ciebie.

Następnie przejrzyj swoje kanały RSS. Sprawdź zatem, co dzieje się na grupach, do których należysz. Poczytaj, co nowego się działo, jakie są nowe komentarze i... zamieść też swój komentarz.

Trzecim krokiem jest sprawdzenie profili Twoich znajomych. Sprawdź, co nowego się u nich dzieje. Jeśli natrafisz na coś ciekawego czy też ważnego – skomentuj. Nie bądź pasywny – uczestnicz aktywnie także w „facebookowym życiu” Twoich znajomych.

Zawsze po tym odpowiedz na zaproszenia na wydarzenia, spotkania czy też inne eventy. Sprawdź, czego dotyczą te zaproszenia, czy są godne Twojej uwagi – może któreś okaże się dla Ciebie interesujące. Odpowiedz na te zaproszenia.

Jak już uporasz się z zaproszeniami – dodaj nowych znajomych. Zaznajom się z propozycjami sugerowanych znajomych (taką opcję proponuje Facebook). Możesz zapoznać się z profilami tych osób i wysłać im zaproszenie wraz z wyjaśnieniem (np. wspólne zainteresowania lub wspólni znajomi).

W dobrym tonie jest składanie życzeń urodzinowych. Pamiętaj, by codziennie pilnować, który z Twoich znajomych obchodzi je dzisiaj (informacja ta jest wyświetlana automatycznie).

Na sam koniec sprawdź swoje wiadomości na Facebook. Niby to jest oczywiste, ale pamiętaj, aby oprócz przeczytania wiadomości – odpowiedzieć też na nią.

Jeśli już dobrze opanujesz ten (lub inny, jeżeli na początku wybierzesz inny) portal społecznościowy – załóż swój profil na innym portalu. W momencie wyboru nowego portalu zawsze przed oczami miej swój cel, a jest nim stworzenie na portalu grup, które mogą być (przynajmniej potencjalnie) zainteresowane tym, co masz do zaoferowania. Zatem gdy budujesz profil, rób to w taki sposób by zainteresować innych swoją osobą i swoją działalnością. Wykorzystaj też możliwość wgrania na swój profil kilku zdjęć.

Ważne jest, abyś regularnie odwiedzał/a swój profil na portalu społecznościowym i aktualizował/a informacje o Tobie. Na Twoim profilu musi się coś stać, aby przyciągnąć zainteresowanie innych. Pisz o zbliżających się wydarzeniach, o tym co właśnie robisz, dodawaj zdjęcia itd. Z drugiej strony: komentuj zdjęcia innych, dodawaj komentarze do statusów swoich znajomych – wejdź w interakcje z innymi i daj się im poznać.

Tania i szybka reklama w Internecie

Może Cię to zdziwi, ale uważam, że najtańszą i najszybszą formą reklamy (siebie, swoich produktów czy też usług) w Internecie jest pisanie postów na forach. Jednak aby faktycznie było to dla Ciebie skuteczne narzędzie – musisz wiedzieć, jak robić to mądrze. Do tego – bardzo ważne abyś to robił/a ostrożnie.

Pewne jest, że zostawianie krótkich informacji wraz z linkiem do Twojej strony nie spotka się z aprobatą moderatorów takiego forum. Najprawdopodobniej za takie zachowanie zostaniesz zbanowany/a w tej konkretnej części forum lub generalnie na całym forum. Na dodatek takie zachowanie nie jest mile widziane przez użytkowników forum i spotkasz się z ich niechęcią jeszcze zanim przeczytają oni Twoją ofertę.

Najlepiej jeśli opublikujesz na forum kilka postów jeszcze przed tym, zanim wpiszesz na nim swoje dane kontaktowe wraz z linkiem do Twojej strony. Nawet jeśli sam regulamin forum nie zabrania załączania linków nawet zaraz po rejestracji, lepiej jeśli na samym początku tego nie będziesz robić. Dlaczego to takie ważne? Gdyż tylko w taki sposób możesz zdobyć zaufanie innych osób odwiedzających to forum, a przecież to na tym Ci głównie zależy.

Zwróć też uwagę na to, na jakim forum budujesz swój wizerunek. Przejrzyj różnego rodzaju fora i znajdź takie, które są związane z Twoją niszą. Powinno ich być sporo, więc zastanów się, na których będziesz mógł/mogła faktycznie pokazać się jako ekspert w danym temacie.

Twoimi docelowymi forami niech będą takie, które odpowiadają Ci pod względem zasad umieszczania postów, a także jakie tematy są na nich poruszane. Ważne jest, aby sprawdzić, jaką politykę prowadzą właściciele tego forum odnośnie zamieszczania linków oraz danych kontaktowych. Sprawdź, jaką stopkę (podpis pokazujący się pod każdym Twoim postem) będziesz mógł umieszczać na forum: czy jest to tylko cytat, adres e-mail czy jednak może to być link (sprawdź czy mogą to być linki do stron sprzedażowych). Takie sprawdzenie tych zasad sprawi, że będziesz wiedział co i jak możesz robić, by nie narazić się na zbanowanie.

Najlepiej jeśli stworzysz sobie listę forów, które spełniają potrzebne Ci kryteria. Tymi kryteriami są: zgoda na umieszczanie linków komercyjnych (powiązanych z MLM) oraz możliwość zamieszczenia danych kontaktowych do siebie.

Gdy już taką listę forów posiadasz – zacznij budować swoją reputację na nich. Jak to zrobić? Regularnie pisz posty na forum, nie daj się nigdy wciągnąć w bezsensowne kłótnie, zbywaj wszelkie zaczepki. Rób wszystko, by publikować wartościowe, konkretne i maksymalnie powiązane z tematem posty, które będą jednocześnie zachętą do dyskusji. Zbudowanie reputacji powinno zająć Ci 1-2 tygodnie – po tym czasie prawdopodobnie będziesz już mieć reputację autora interesujących wpisów. Taka reputacja powinna przelożyć się na zwiększenie ruchu na Twojej stronie (na tej, którą podlinkujesz na forum).

W momencie, gdy już zdobędziesz (i ugruntujesz) swoją pozycję i dobrą reputację, będziesz bardziej rozpoznawalny/a. To wszystko pozwoli Ci na to, by zastosować jeszcze bardziej skuteczną reklamę. Świetnie w tym pomoże Ci umieszczenie w swoim podpisie na forum elementów, które przykują uwagę czytelnika. Możesz to zrobić poprzez zastosowanie ciekawej kombinacji kolorów, wielkości czcionek, symboli i słów. W takim podpisie zamieść również adres swojej strony (bloga albo squeeze page) – to pozwoli Ci nie tylko zwiększyć sam ruch na stronie, ale także zwiększy ilość zdobytych adresów e-mail.

Taką samą technikę stosuj na wszystkich odpowiadających Ci forach. Przypominam, że odpowiadające Ci forum to takie, które ma duże natężenie ruchu, a także pozwala na umieszczenie komercyjnych linków w stopce pod postem. Zawsze dziel się na nowym forum ciekawymi informacjami i cennymi wskazówkami. To właśnie pozwoli Ci zbudować reputację i sprawi, że Twoja reklama będzie bardziej skuteczna.

Gdy już masz zbudowaną pozycję na danym forum – ustaw swój podpis na stronie. Niech będzie on atrakcyjny i przykuwający wzrok i niech w nim będzie zawarty adres Twojej strony. Twoja reputacja w połączeniu z atrakcyjną formą sprawi, że więcej osób zdecyduje się na to, by kliknąć w zamieszczony przez Ciebie link.

Prowadzona w inteligentny sposób strategia publikowania wiadomości na forach przyniesie Ci zadowalające efekty, które będziesz mógł w miarę szybko zaobserwować. Ważne jednak, by trzymać się w sposób właściwy strategii, którą powyżej przedstawiłem. Jestem przekonany, że będziesz zadowolony z tego typu reklamy (bezpłatnej!), gdyż według mnie jest ona jedną z najlepszych technik.

Linkbaiting

Skoro piszę już o tym, jak zamieszczać linki na forach, myślę, że warto poruszyć jeszcze kwestię Linkbaiting'u. Co to jest takiego? Nie będę tutaj pisał Ci podręcznikowej definicji, wystarczy, że będziesz wiedział/a, że linkbaiting to zdobywanie linków (i użytkowników Twojej strony) w sposób bezpłatny. Jedną z metod linkbaiting'u jest właśnie zamieszczanie swoich linków na forum czy też przy artykułach na innych stronach.

Po co Ci to? Przede wszystkim po to, by wygenerować ruch na Twojej stronie, bez względu na to, czy mowa jest o blogu, czy też o squeeze page. Dodatkowo możesz w taki sposób zdobyć wyższą pozycję w wyszukiwarkach (w Polsce najpopularniejsze jest Google).

Niezwykle istotne będzie dla Ciebie uzyskanie wyższego miejsca w wynikach wyszukiwania Google. Im wyższa pozycja, tym większy ruch będzie na Twojej stronie. Aby uzyskać wyższe miejsce należy zainteresować się tematyką SEO (czyli pozycjonowanie).

Pozycjonowanie jest procesem i jest dość skomplikowane. Jednym z najważniejszych kryteriów, które będą decydować o pozycji Twojej strony w Google jest ilość linków z innych stron, które kierują internatów na Twoją stronę. Wartościowe będą także linki z forów i portali społecznościowych.

Stopka

Czy zauważyłeś/łaś kiedyś, że na dole wiadomości, które otrzymujesz jest pewien rodzaj reklamy? To jest właśnie stopka, która jest zamieszczana automatycznie do każdej wysyłanej wiadomości e-mail. Warto, abyś też miał/a skonfigurowany taki podpis. Może być to nawet ten sam, którego używasz na forach. Konfiguracja stopki zajmie Ci tylko chwilę, a może przynieść spore korzyści.

To dziwne, że większość osób pamięta o tym pisząc na forum, a zapomina skonfigurować stopkę w swojej własnej skrzynce e-mailowej. Wykorzystaj tą wskazówkę, gdyż jest to dość skuteczna i do tego zupełnie bezpłatna forma reklamy. Na forum musisz sprawdzić regulamin, by wiedzieć, czy faktycznie możesz zamieszczać tam swoje linki. W swojej poczcie – możesz w stopce umieścić to, co tylko chcesz (oczywiście pamiętając, że ma to być skuteczne).

Stopka niech będzie interesująca dla czytelnika i zdecydowanie nie może wyglądać, jak nachalna reklama. Zdecydowanie unikaj jakiegokolwiek możliwości posądzenia Cię o SPAM. Jeśli coś takiego by się zdarzyło – możesz stracić swoją zbudowaną wcześniej reputację.

Oto kilka przykładów stopek, których sam z powodzeniem używam.

Może to być 2-wierszowy podpis:

nowy system pozyskiwania współników do Twojego biznesu:
www.MlmMultiLevelMarketing.pl

3-wierszowy podpis (dobry w mailu jako PS):

Ps: Czas, by odkryć sprawdzoną strategię, która
gwarantuje eksplozję Twojego biznesu:
www.MlmMultiLevelMarketing.pl

4-wierszowa stopka:

Czy Ty Też Masz Problem Rekrutacji Nowych Osób? Poznaj Strategię
Z Której Dowiesz Się Jak Łatwo, Szybko I Automatycznie Pozyskiwać
Nowe Osoby Do Twojego Biznesu...Skuteczność Gwarantowana!
www.MlmMultiLevelMarketing.pl

Na koniec

Czas już kończyć ten poradnik. Wiele już wiesz, czas by wykorzystać zgromadzoną tu wiedzę w praktyce, by zaczęła ona Ci przynosić wymierne korzyści. Na koniec jeszcze kilka rad i przypomnienie najważniejszych spraw.

Konsekwentnie

Znasz już najważniejsze narzędzia skutecznego marketingu w Internecie. Poznałeś/łaś squeeze page, blogi, Web 2.0 oraz fora. Jak jednak ciągle powtarzałem – sama wiedza nie wystarczy, trzeba ją wykorzystać w praktyce. Twoim zadaniem jest stworzenie sprawnie działającej maszyny z tych elementów. Maszyny, która będzie na Ciebie zarabiać.

Zdaję sobie sprawę, że wdrożenie i uruchomienie całego tego procesu jest trudne dla osoby początkującej w tym biznesie. W końcu pierwsze wprawienie w ruch wielkiej maszyny wymaga nie lada wysiłku, dużo łatwiej jest już, gdy ona działa i trzeba jedynie zadbać o to, by się nie zatrzymała.

Zdaję sobie więc sprawę, że możesz czuć się przytłoczony/a ilością zawartych tu informacji. Może nawet Ci się wydaje, że to wszystko jest zbyt skomplikowane i złożone.

Najważniejsze jest to, aby jednak się nie zniechęcać, działać konsekwentnie i odnaleźć w sobie odpowiednią motywację do tego, co planujesz osiągnąć. Wyobraź sobie, jak będziesz się czuł/a w momencie, kiedy to wszystko będzie działać, jakie będzie Ci to przynosić korzyści i ile czasu wtedy zaoszczędzisz.

Owszem – teraz musisz włożyć w to swoją pracę, czas i zaangażowanie. Jednak jestem pewny, że ta praca zostanie Ci wynagrodzona, a jej efekty zaczną być dostrzegalne prędzej czy później. Ważne, by konsekwentnie trzymać się raz obranego kursu.

Pomyśl o tym, jak będzie wyglądała Twoja sprzedaż, gdy nie przeprowadzisz pełnej jej automatyzacji. Ile będzie to Cię zawsze kosztowało czasu i (pewnie też) nerwów. Pomyśl o ile przyjemniej jest dokonywać transakcji przez internet i pozyskiwać nowych partnerów wykorzystując narzędzia internetowe. Nigdy nie trać tego celu ze swoich oczu.

Stwórz zatem narzędzia i ofertę jak najwyższej jakości. To sprawi, że efekty Twojej pracy zaczną być szybciej dostrzegalne. Zawsze stawiaj dobro swojego klienta za swój priorytet. Tylko w taki sposób masz szansę na to, by osiągnąć długotrwały sukces.

Czy tego chcesz czy nie – jeśli zaczniesz promować swój biznes, ludzie zaczną o nim mówić/pisać. Marketing wirusowy pójdzie w ruch. Zadbaj o to, by jednak były to dobre wiadomości, bo w taki sam sposób mogą się rozchodzić złe informacje na temat tego, co robisz. A te złe przeważnie rozchodzą się o wiele szybciej.

Najlepszym klientem zawsze był i będzie zadowolony klient. To on do Ciebie wróci i poleci współpracę z Tobą innym. Jeśli jednak będzie to niezadowolony klient – może on zamieścić złe informacje o tym, co robisz i najprawdopodobniej będzie innych przestrzegał przed korzystaniem z Twoich produktów. Nigdy nie dopuszczaj zatem do tego, by tak się stało.

Pamiętaj, że nigdy nie będzie już tak, że będziesz wiedział/a wszystko. Nigdy nie dojdiesz też do takiego stanu, kiedy już nie musisz się rozwijać: siebie, czy też swojej oferty/produktu. Miej zawsze to na uwadze i co jakiś czas pytaj się, jak możesz jeszcze ulepszyć swoje działania, swoje produkty, czy też swoje oferty.

Niezwykle pomocne do takiego ulepszenia są zawsze opinie klientów. Słuchaj ich i dostosuj się do ich sugestii. Bądź zatem wdzięczny za każde słowa krytyki, bo tylko ona sprawi, że będziesz mógł/mogła wprowadzić zmiany w tym, co oferujesz. Słuchaj więc każdej opinii, także tej nieprzyjemnej, gdyż to ona sprawi, że będziesz mógł/mogła wyciągnąć odpowiednie wnioski na przyszłość.

Po kolei

Na początku najważniejszą rzeczą jest to, by ustalić swoje założenia i cele. Musisz już na samym początku wiedzieć, co chcesz osiągnąć. Na ilu subskrybentach Ci zależy? W jakim tempie chcesz ich pozyskiwać? Jakich i ilu chcesz mieć klientów miesięcznie? Jakie tempo pozyskiwania nowych partnerów chcesz utrzymać? Jaka liczba nowych partnerów w danym okresie będzie dla Ciebie satysfakcjonująca? Ile chcesz zarabiać miesięcznie? Czy znasz konkretne liczby? One są naprawdę istotne.

Jeśli wiesz, jaki chcesz uzyskać zwrot z inwestycji z reklamy – wiesz, czy ona jest skuteczna, czy też nie. Jeśli wiesz, ile osób powinno zapisywać się na Twoją listę w stosunku do ilości odwiedzających – wiesz, czy teksty na Twojej stronie są dostatecznie dobre, czy jednak lepiej jest je poprawić. Masz realne odniesienie i wskazówki, które elementy Twojego biznesu działają już tak jak powinny, a które jeszcze nie.

Ważne, aby dążyć do ciągłego usprawniania i udoskonalania Twojego biznesu. Informacje zwrotne, które dostajesz są niezwykle pomocne i ułatwią Ci rozwój. Ciągłe testuj, sprawdzaj i udoskonalaj.

Twoja sprzedaż – Twój marketing

Pisałem już o tym wcześniej: sprzedaż to nie jest to samo, co marketing. Ważne, żebyś dostrzegał/a te różnice i potrafił/a je odróżnić, a jednocześnie sprawić, by harmonijnie ze sobą je łączyć.

Marketing niech służy Ci do przyprowadzenia klienta pod Twoje drzwi. Ma zainteresować go Tobą i tym, co masz do zaoferowania. Marketing polega na zwróceniu uwagi i zaciekawieniu „przechodniów”. Marketing zachęca innych do tego, by sprawdzili, co masz do zaoferowania, by Cię zauważyli. Marketing ma przede wszystkim pomóc Ci wybić się z tłumu.

Do sprzedaży przechodzisz dopiero wtedy, gdy klient już się zainteresował Twoim „sklepem” i przy nim „przystanął”. Jeśli marketing będzie faktycznie dobry i dobrze podejdziesz do jego zorganizowania – sama sprzedaż będzie wtedy już tylko formalnością.

Jeśli jednak będziesz odbierać maile/telefony z pytaniami odnośnie ceny, czy też innych elementów oferty – oznacza to, że Twój marketing nie spisał się tak, jak powinien. Dlaczego? Dlatego, że nie doprowadził do zamknięcia (czyli sfinalizowania) transakcji przez klienta. A dobry marketing polega na tym, że będzie on kierował poczynaniami ludzi w taki sposób, by podejmowali oczekiwaną przez Ciebie akcję (czyli zapisanie się na Twoją listę mailingową, albo zakup produktu). A dzięki internetowi możesz w taki sposób pokierować marketingiem, by uzyskać oczekiwaną akcję bez zbędnych inwestycji finansowych.

Im lepszym uczynisz swój marketing, tym mniej czasu spędzisz na odbieranie telefonów i odpisywanie na maile. To właśnie dobry marketing może umożliwić Ci pełną automatyzację procesu sprzedaży.

Motywacja do działania

Twój biznes w internecie wymaga od Ciebie minimalnych kosztów inwestycji. Jedyne opłaty, jakie Cię czekają pojawią się na samym początku. Są nimi zakup domeny i opłacenie hostingu (ewentualnie także autorespondera). Raz dokonana opłata jest ważna przez cały rok. Masz zatem rok na to, by rozwinąć swój biznes i by zarobić na kolejne opłaty. Przez ten rok możesz praktycznie działać bez wydawania pieniędzy (chyba, że chcesz przyspieszyć rozwój na przykład poprzez zakup reklamy).

Biznes w internecie właśnie dlatego jest tak wyjątkowy. Nie wymaga wysokich kosztów wejścia, a dalsze działanie może obyć się bez dodatkowych kosztów. Kwoty, jakie są potrzebne na rozkręcenie biznesu są po prostu śmieszne w porównaniu z sumami pieniędzy, jakie są wymagane, by rozwinąć biznes tradycyjny.

Jest tylko jeden klucz do sukcesu. Jeden jedyny, a większość osób zachowuje się tak, jakby był on zupełnie zbędny. I właśnie dlatego tyle osób, mimo początkowych prób – rezygnuje i nie dochodzi do tego, czego chciała. Czym jest ten klucz? Jest to systematyczność.

Nawet jeśli jesteś w tej chwili przytłoczony/a ilością informacji. Nawet jeśli coś idzie wolniej, a coś się nie udało. Jednak mimo wszystko codziennie rób przynajmniej jeden mały krok, który przybliży Cię do Twojego celu. Na początku zacznij od rzeczy najprostszych, przyjdzie czas na te bardziej skomplikowane. Rób jednak to codziennie, systematycznie, a efekty zaczną być zauważalne. Stwórz sobie plan kolejnych kroków i trzymaj się go, codziennie realizując aktualny krok.

Jestem pewien, że gdy po kilku takich krokach spojrzysz na to, co już masz – odczujesz dumę i satysfakcję. Mimo, że te kroki wydawały się niewielkie – łącznie zrobiły coś świetnego. Każdy kolejny wpis będzie urozmaicał Twojego bloga. Jeśli po miesiącu sprawdzisz, ile masz ciekawej treści na blogu (o ile dodajesz ją systematycznie), pewnie będziesz mile zdziwiony/a. To wszystko doda Ci nowych sił i na nowo zmotywuje Cię do działania.

Wyznaczaj sobie cel do osiągnięcia na każdy dzień. Takim celem może być np. znalezienie nowego forum i zapoznanie się z jego regulaminem. To niewiele jak na jeden dzień. Ale jeśli to zrobisz to już jesteś kawałeczek do przodu i już wiesz, gdzie możesz pisać i zamieszczać swoje linki.

Najlepiej jeśli zapiszesz swoje cele na kartce. To niesamowicie pomaga w organizacji i pracy i motywacji samego siebie. Zapisz zatem cele, które będą dotyczyć rozwoju Twojej firmy. Niech obejmą one najbliższy miesiąc. Następnie na pół roku i rok. Spisz też cele na najbliższe 3 i 10 lat. I do dzieła!

Pamiętaj, że wcale Twoim celem nie ma być udoskonalenie Twojej strony, czy też bloga do perfekcji. Celem jest sprawienie, by były one maksymalnie skuteczne. To nie o wygląd, treść czy inne elementy się rozchodzi – strona może być graficznie „brzydka” i taka może pozostać, jeśli będzie przynosiła odpowiednie zyski. Ma ona trafić do ludzi i być skuteczna, a nie artystycznie doskonała.

Zwracaj uwagę na komentarze i opinie innych osób. Sprawdzaj, które z nich mogą zwiększyć skuteczność Twojej strony. Ty możesz swoją pracę subiektywnie zaniżyć lub zawyżyć. Niech to Twoi klienci i Twoje wyniki świadczą o tym, jak skuteczne jest Twoje działanie.

Życzę Ci ogromnej satysfakcji i dużej skuteczności w działaniu. A teraz – nie trać już czasu – działaj.

Kilka słów o mnie



Zawsze wszędzie czytam, że trudno jest pisać o sobie samym. Czy można wymyślić trudniejsze zadanie niż konieczność napisania czegoś o sobie: tak, żeby nadal było z polotem, bez przesadnej skromności, ale i bez samouwielbienia.

Przede wszystkim chciałbym, aby każde zdanie, które będzie zawarte w tej publikacji – świadczyło o mnie. Mądry czytelnik bez problemu wyciągnie odpowiednie wnioski z tej lektury i będzie potrafił powiedzieć coś o mnie.

Miało jednak być parę słów o mnie. Złe wrażenie bym zrobił, jeśli w tym miejscu zrezygnowałbym z tego zamiaru.

Moje imię i nazwisko już znasz, pojawiło się przy tytule tego poradnika. Dość popularne imię Piotr i zdecydowanie rzadkie nazwisko Idzik. Od teraz możemy mówić, że się znamy.

Jestem zwykłym człowiekiem, który postanowił, że w życiu będzie lubił to, co robi i robił to, co lubi. I nie jest ważne, że urodziłem się w typowej rodzinie klasy średniej, w niewielkiej miejscowości, której nazwy pewnie nie znasz. Ważne jest to, że swoje postanowienie zrealizowałem.

Był zupełnie zwykły i nudny dzień, kiedy „zabijałem czas” poprzez bezsensowne siedzenie przed komputerem. Ale w tym dniu natknąłem się na informacje o tym, jak sprawić, by to siedzenie przed komputerem przestało być bezsensowne i stało się dla mnie sposobem na życie. Tego dnia natknąłem się na informacje odnośnie działania w programach partnerskich. Zapragnąłem wiedzieć więcej.

Sporo czasu minęło od tego dnia, a moja fascynacja zarabianiem przez Internet nadal nie zmalała. Ba! Stała się jeszcze większa. Okazało się, że nie tylko PP mogą zapewnić mi stały zarobek, ale także marketing sieciowy. Teraz mogę już z dumą powiedzieć, że jest to dla mnie najlepszy sposób na generowanie gotówki.

Jednak to nie tylko pieniądze przyciągnęły mnie do tego biznesu. Poprzez działanie w Internecie mam okazję stale się rozwijać, szkolić i powiększać swoją wiedzę. Nigdy nie jest tak, że już wiem wszystko i zaczyna mi się nudzić. Internet i zarabianie w nim to stałe wyzwanie, które bez przerwy mnie fascynuje. Mam nadzieję, że niniejsza publikacja pozwoli Tobie nie tylko dowiedzieć się czegoś nowego, ale wykorzystasz w praktyce tą wiedzę.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez mojej pisemnej zgody.

Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie oraz odsprzedaży.

Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie materiałów na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Dołożyłem wszelkich starań, aby zawarte w tym materiale informacje były kompletne i rzetelne.

Nie biorę jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich.

Nie ponoszę również żadnej odpowiedzialności za ewentualne sukcesy i szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w niniejszej publikacji.

Z życzeniami samych sukcesów nie tylko w MLM

Piotr Idzik

Zapraszam do odwiedzania moich internetowych projektów.

<http://skuteczneteknikimlm.pl/sp/> twoja druga wypłata

<http://www.skuteczneteknikimlm.pl/> ninja techniki mlm

<http://piotridzik.pl/> mlm ekspercki

<http://www.zarabianieskuteczne.pl/> serwis z licencją na sukces i zarabianie

<http://www.sklep.zarabianieskuteczne.pl/> zarabiaj na info-produktach

Jeżeli masz jakieś pytania lub chcesz podzielić się ze mną opinią na temat tej książki to chętnie wysłucham.

piotridziksukces@gmail.com

Powodzenia w budowaniu biznesu MLM

Piotr Idzik

Wszelkie prawa zastrzeżone. © All rights reserved.