

# Świat Network Marketingu

18

stron

Magazynu  
**MLM**

**Motywacja**  
- motywatory życiowe

**Jarostaw Zych o MLM**

**Sekrety sukcesu w sprzedaży**  
według Briana Tracy

W poszukiwaniu  
motywu życia

Trzy powody dlaczego  
warto zainteresować się  
pomnażaniem pieniędzy

Internet zmieniający  
młode pokolenie





### Agnieszka

Od ponad 20 lat prowadzi swoje firmy, a od 12 lat firmę w Irlandii. 8-letnie doświadczenie w Marketingu Sieciowym w którym odnalazła pasję.



### Tomasz

Dziennikarz, nauczyciel akademicki, szkoleniowiec. Radio, telewizja, Internet – to miejsca, gdzie zdobywał doświadczenie.



### Piotr

Inwestor, Trader, Licencjonowany Makler, Twórca i Główny analityk Serwisu Infoinvestor.pl



### Magdalena

Akredytowany Coachem ICF, Trenerem Biznesu, Masterem Reiss Motivation Profile oraz przedsiębiorcą - właścicielem firmy szkoleniowej Future Skills.

### Borys

Duże doświadczenie dziennikarskie pozwala mu na pisanie kompetentnych tekstów na różne tematy. Jego prawdziwą pasją jest posiadanie pasji.

### Greg

Słynie z rzetelności i odpowiedzialności za słowo. będzie pisał to, co myśli, a nie to, co wypada.

redakcja@snm.global  
www.snm.global





# Kontrowersje

**P**opadliśmy w samouwielbienie. Zachłysnęliśmy się własnymi sukcesami (prawdziwymi lub rzekomymi), uznaliśmy, że branża MLM jest tak doskonała, że tłumy chętnych ustawia ją się w kolejkach do nas.

A tymczasem fluktuacja kadr (wybaczcie to sformułowanie rodem z działu HR) powinna nam dać dużo do myślenia.

Czy w pędzie do ciągłego poprawiania wskaźników nie popełniamy poważnych błędów, które są bombą z opóźnionym zapłonem? Może z letargu powinno nas wytrącić coraz głośniejsze tykanie zapalnika zegarowego?

Czym kusimy potencjalnych współpracowników? Najczęściej obiecujemy im dostanie życie, realizację szlachetnych celów w zamian za minimalny wkład pracy, za sprzedaż „mimoходом”. Mamimy tych biednych ludzi wizjami szybkiego wzbogacenia się. Ktoś, kto nigdy nie miał własnego auta bardzo sprawnie potrafi zwizualizować sobie najnowsze służbowe Volvo czy Mercedesa i siebie samego za kierownicą. Dlaczego tak się dzieje? To nasza wina. Wina starych wyjadaczy, doświadczonych członków branży marketingu sieciowego. Często składamy bowiem obietnice bez pokrycia. Nieskomplikowana praca, „wystarczy pakiet startowy” (o ile w ogóle jest), „możesz to robić niezależnie od dotychczasowej pracy”, imprezy branżowe, wyjazdy na szkolenia, zwiedzanie świata. Większość ludzi łatwiej zapamiętuje dobre rzeczy. Nie skupia się na tym, co dorzucamy od niechcienia: obowiązek ciągłego podnoszenia kwalifikacji, nieustanna gotowość do pracy, wysokie ryzyko odrzucenia, dodatkowe koszty. Jakże łatwo w takiej sytuacji o rozczarowanie.

Jeśli ktoś ma do wyboru wizję wzbogacenia się kosztem ciężkiej i mozolnej pracy oraz kosztem „nicnierobienia” bez wahania wybierze tę drugą możliwość.

Przecież ciężka praca jest karą za grzech naszych Prarodziców. Po co się męczyć jak można pójść na skróty...?

I właśnie ścieżka na skróty jest jedną z najczęstszych przyczyn wykruszania się ludzi z Network Marketingu. Oczywiście, można wiele zrzucić na wrodzoną (czy na pewno?) ludzką chciwość. Ale nie można zamykać oczu na naszą nieodpowiedzialność. Bo grubą nieodpowiedzialnością jest mamienie innych perspektywą lekkiej i milej pracy w zamian za pełne konto. Na dłuższą metę to nie działa. Przynajmniej nie tak prosto.

Kolejny poważny błąd to rekrutowanie dystrybutorów z innych sieci. To bardzo kusząca perspektywa. Mamy przed sobą człowieka, który już coś wie, ma swoich klientów, kontakty. Wystarczy go tylko przewerbować

i możemy odfajkować sukces. Czy na pewno? Gdyby to było takie proste nie byłoby różnicy między naszą branżą a inną. A przecież różnica jest, prawda?

Zadowoleni z krótkoterminowych korzyści nie dostrzegamy poważnego ryzyka czającego się na – nieodległym – horyzoncie. Na dłuższą metę tak przewerbowany członek zespołu swoimi nawykami z poprzedniej pracy będzie zaczynem porażki.

Za dużo obiecujemy, za mało mówimy o ryzyku i obowiązkach. W naszej branży wszystko jest do wzięcia. Ale to „wszystko” nie leży na wyciągnięcie ręki. Sukces naszego zespołu oznacza także nasz sukces. Budując grupę na samych obietnicach szybkiego zysku podmywamy fundamenty własnego biznesu.

Budowanie dobrego zespołu musi się zasadzać na prawdzie. Brzmi bardzo patetycznie, ale im szybciej sobie to uświadomimy tym łatwiej będzie nam uniknąć rozczarowań w przyszłości.



# Trzy powody dlaczego warto zainteresować się pomnażaniem pieniędzy

**P**olska to kraj cieszący się wolnością swobód gospodarczych od całkiem niedługiego czasu. Być może dlatego kultura inwestowania nie zdążyła się wykształcić tak jak miało to miejsce w Niemczech czy USA. Tymczasem w dojrzałych społeczeństwach procesowi akumulacji majątku towarzyszy proces jego pomnażania.... poprzez inwestowanie!

W naszym kraju to jednak temat tabu, czemu dziwić się nie można, bo jak ma myśleć przeciętny "kowalski" jeśli krachy na polskiej Gieldzie Papierów Wartościowych przychodzą z regularnością zegarka w odstępach 3-4 lat, a nasza narodowa ksenofobia hamuje przed wyjściem poza własne podwórko.

A co by było gdybyś wiedział, że rynków finansowych takich jak Polska jest na pęczki i na którymś z nich zawsze jest hossa?

Co by było gdybyś mógł przeskakiwać z rynku na rynek i na każdym korzystać z hossy jaka miała miejsce w Polsce w latach 2004- 2007?

Czy zarabiając kilkadziesiąt procent rocznie byłbyś/byłabyś w stanie regularnie pomnażać kapitał, budować majątek i zapewnić swojej rodzinie bezpieczeństwo finansowe po to aby na końcu gdy już ciebie zabraknie twoje dzieci mogły wystartować z wyższego pułapu niż mogłeś/aś zrobić to ty?

Dobra informacja jest taka, że... istnieją rynki na których trwa hossa i to od wielu lat. Gdy poznasz cykle przepływu kapitału pomiędzy różnymi klasami aktywów zrozumiesz, że gdy kończy się hossa na jednym rynku pieniądze płyną na inny. Wystarczy znać te mechanizmy aby z roku na rok wiedzieć gdzie lokować swoje pieniądze bez względu na to czy mówimy o prostym inwestowaniu poprzez fundusze, akcje czy też na rynkach surowców lub walut. Jeśli podejdziesz do inwestowania z głową planując cały ten proces to zbudujesz bezpieczny portfel odporny na zawirowania rynkowe i niestabilność systemów finansowych.

Ostatecznie mając poduszkę finansową twoje decyzje nie będą zapadać pod wpływem tak niebezpiecznej chciwości (zarówno w inwestowaniu jak i biznesie) a mając większy spokój zrealizujesz tylko te działania, które będą dla Ciebie najbardziej bezpieczne ale i zyskowe.

Dlaczego więc warto zainteresować się inwestowaniem?

- 1) Bo to najszybszy sposób na pomnażanie pieniędzy,
- 2) Bo posiadanie pomnożonych pieniędzy daje swobodę decyzji, swobodę wyborów,
- 3) Bo posiadając majątek możesz zapewnić dzieciom lepszy start, a dobra trampolina może je zaprowadzić znacznie wyżej niż Ciebie.

Jak to zrobić? O tym w następnych materiałach.

Piotr Głowacki



# Siedem sekretów sukcesu w sprzedaży według Briana Tracy

## 1. Podejdź do swojej pracy na poważnie.

Podejmij decyzję o dołączeniu do 10 % najlepszych w twojej branży. Nie bądź przeciętny. Bądź najlepszy w tym co robisz, a twoje życie znacznie się zmieni.

## 2. Zidentyfikuj umiejętność, która cię ogranicza.

Zapisz sobie, która umiejętność opanowana do perfekcji i po mistrzowsku pomoże ci zwiększyć twoje dochody. Zrób listę wszystkich rzeczy, które możesz zrobić, aby osiąść ta umiejętność. Gdy już ją opanujesz, musisz ponownie zadać sobie pytanie „która kolejna umiejętność pomoże ci zwiększyć swój dochód”. I opracuj kolejny plan do zdobycia tej umiejętności (czytanie, słuchanie i ćwiczenia) i zabierz się do pracy. Bądź swoim własnym projektem samorozwoju.

## 3. Uważnie dobieraj przyjaciół.

Otoczaj się właściwymi ludźmi, z nastawieniem pozytywnym. Zwycięzcy lubią towarzystwo zwycięzców. Zaczynasz przyciągać ludzi podobnych do siebie, optymistów nastawionych na wyzwania. Najlepsi handlowcy uważnie dobierają sobie przyjaciół czy współpracowników. Nie otaczają się ludźmi o negatywnym nastawieniu, których ciągle narzekanie mogłoby okazać się zaraźliwe

## 4. Postanów, że będziesz żył wiecznie.

Zadbaj o swoje zdrowie. Określ poziom sprawności fizycznej i energii jaki chciałbyś osiągnąć, a następnie zacznij regularnie ćwiczyć, aby czuć się wspaniale być z siebie zadowolonym. Masz za zadanie tak zająć się sobą, abyś dożył stu lat i cieszył się dobrym zdrowiem.

## 5. Ćwicz kreatywną wizualizację.

Pamiętaj, że w przyszłości będziesz takim jakim teraz „widzisz” siebie oczami wyobraźni. Dlatego nieustannie wyobrażaj sobie siebie jako najlepszego w swojej dziedzinie. Zaczynaj od poprawy mentalnego obrazu samego siebie. Utwórz ekscytujący obraz samego siebie, takiego jakim chciałbyś być.

## 6. Praktykuj pozytywne rozmowy z samym sobą.

Kontroluj swój wewnętrzny dialog. Rozmawiaj pozytywnie z samym sobą. Twoje emocje zależą w dużej mierze od tego, w jaki sposób ze sobą rozmawiasz.

## Mów sobie pozytywne rzeczy:

- Lubię siebie!
  - Jestem najlepszy!
  - Kocham swoją pracę!
  - Mogę to zrobić!
  - Każdego dnia i pod każdym względem staję się coraz lepszym!
- Dzięki wielokrotnemu powtarzaniu tych pozytywnych komunikatów, będą one coraz głębiej zapadały w twojej podświadomości, aż w końcu zaczniesz robić to co mówisz.

## 7. Zaczynaj działać i nigdy nie przestawaj.

Wspólną cechą ludzi odnoszących sukcesy jest to, że są nastawieni na działanie. Im szybciej działasz tym więcej poznajesz ludzi. Im więcej spotykasz ludzi tym więcej sprzedajesz. A im więcej sprzedasz, tym więcej zarobisz. Im więcej zarobisz tym, bardziej pozytywne będziesz miał nastawienie i zyskasz motywację. Musisz być w ciągłym ruchu.

Jak stwierdził Albert Einstein „Nic się nie dzieje, dopóki się nie poruszy”

Zrób to i zawalcz o to!





# Dlaczego tak wielu ludzi szuka wciąż szczęścia i spełnienia w życiu?

**N**ajczęściej zaczynamy zastawiać się nad tym kim jesteśmy i dokąd zmierzamy gdy coś wydarzy się w naszym życiu. Najczęściej jest to nagłe zwolnienie z pracy, choroba lub utrata kogoś bliskiego.. Dopiero wtedy przychodzi czas na to aby choć na chwilę się zatrzymać i zastanowić nad sensem naszego życia.

*Czy jestem szczęśliwa? Czy to co osiągnąłem wystarczy mi do spójności wewnętrznej? Do czego wciąż dążę? Czego mi brakuje? Gdzie będę za kolejne 10-20 lat?*

Wielu z nas realizuje pragnienia kogoś innego i wydaje nam się, że to jest dla nas dobre bo skoro sama nie wiem czego chcę to może ktoś inny mi powie co mam robić, w czym jestem dobry? Czasami biegniemy do celu, który na końcu okazuje się, że nie jest naszym celem i wcale nie jesteśmy szczęśliwsi. Czasami szczęścia upatrujemy w kolejnej „zabawce”, kolejnych butach czy ubraniach.

Niektórzy z nas po prostu nie wierzą w to że mogą być szczęśliwi we własne możliwości i nie widzą własnego potencjału. Często spotykam się z takim stanem podczas sesji coaching-owych, mam wtedy wrażenie, że wierzę w mojego klienta bardziej niż on sam w siebie.

Najtrudniejszą sytuacją z jaką się spotkałam jest to kiedy mamy wewnętrzne przekonanie:

*„jak będę stała w kącie i nie będzie się wychylała to w końcu mnie zauważą. Samej nie wypad wychodzić z kąta wychylać się, bo trzeba być grzeczną dziewczynką”;*  
*„ja nie zasługuję na szczęście...”*

Częstym powodem dla którego nie realizujemy własnych pragnień jest strach przed porażką, boimy się pomylić, pokazać, że nie jesteśmy doskonali.

*„A co będzie kiedy zaryzykuję i mi się nie uda? Co inni pomyślą? To co jest teraz nie jest idealne, ale jest pewne, wiem czego mogę się spodziewać.”*

Czasami spotykam osoby, które narzekają na stan dzisiejszy, pracę, partnera czy dzieci. A po dłuższej rozmowie wychodzi na to, że generalnie jest OK a w sumie to sami nie wiedzą o co im chodzi, czego im brakuje. Mają poczucie, że czegoś pragną, potrzebują, ale nie potrafią tego nazwać.

*Może Ty też tak masz? Jeżeli tak to nie martw się nie jesteś sam inni też tak mają.*

Jak już dojdziemy do tego co chcielibyśmy robić, pojawi się NASZ cel który sprawia, że uśmiechamy się do siebie i czujemy, że robiąc „TO” bylibyśmy szczęśliwi i generalnie jest „TO” możliwe. Wtedy dzieje się coś, co sprawia, że nie potrafimy zrobić kroku na przód. W większości przypadków środowisko w którym żyjemy wcale nas nie wspiera słyszymy: „po co ci to? Daj spokój! Nie dasz rady! W głowie ci się przewracało....



Takie zachowanie otoczenia, ludzi którym ufamy, na których nam zależy często też nas powstrzymuje.

Szczęściarzami są ci których wspierają najbliżsi który słyszą: Dasz radę! Uda ci się. Działaj masz nasze wsparcie.

Strach przed porażką jest tak wielki, że często paraliżuje nas już na samym starcie i w efekcie nie startujemy, a po czasie mamy wyrzuty sami do siebie „gdybym wtedy ....., teraz już jest za późno”.

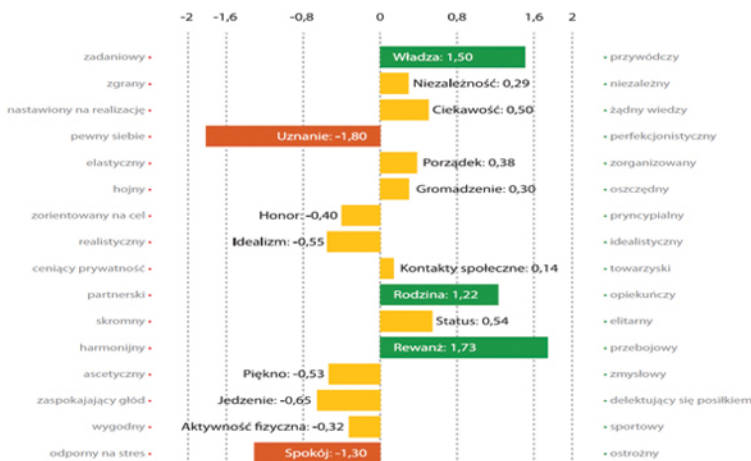
Spotykam się też z takimi sytuacjami gdy okazuje się, że wyznaczony cel został zrealizowany i kiedy do niego dążyliśmy to mieliśmy dużą motywację a teraz gdy już go osiągnęliśmy to wcale z tego się nie cieszymy i odczuwamy upragnionej satysfakcji. Bo „fajnie było gonić króliczka, ale gdy go złapaliśmy to czar prysł”.

Dalej nam czegoś brakuje. Są osoby które pracują na etacie po to aby zaspokoić sobie poczucie bezpieczeństwa, które często bywa pozornym poczuciem bezpieczeństwa bo może się skończyć w najmniej oczekiwanym momencie. I wtedy nagle pojawia się motywacja do tego aby coś zrobić działać i często słyszę: „*firma która mnie zwolniła wyrzuciła mi przysługę, bo nigdy bym się nie zdecydował tak działać*”

To co się dzieje, to po prostu uruchamiają się nasze wewnętrzne motywatory życiowe, po zaspokojeniu jednego automatycznie pojawia się kolejny a czasami niektóre z nich są ze sobą w małym konflikcie.

Dlatego uważam, że kluczem do tego aby być szczęśliwym, robić to co się kocha i żyć pełnią satysfakcji jest życie i działanie zgodne z indywidualnymi życiowymi motywatorami, które ma każdy z nas tylko nie każdy z nas jest ich świadomy i nie każdy z nas jeszcze je odkrył.

Pan Steven Reiss poświęcił swoje życie na badanie motywatorów



życiowych ludzi na całym świecie, poświęcił życie aby znaleźć drogowskaz i pokazać ludziom to czego im brakuje aby poznać swoje przeznaczenie, czego naprawdę pragną.

I odkrył 16 motywatorów życiowych jednym z nich jest motywator SPOKÓJ który mówi o potrzebie stabilizacji emocjonalnej. Osoby o dużym pragnieniu SPOKOJU potrzebują pracy, z którą nie wiąże się żaden stres. I to ten motywator czasami utrudnia nam podjęcie decyzji o zmianie pracy czy podjęcie się nowego projektu z którym wiąże się z nowe wyzwanie czy pewien poziom

ryzyka. Osoby o niskim pragnieniu motywatora SPOKÓJ wręcz

przeciwnie chętnie podejmują wyzwania, lubią ryzykować, szybko się nudzą i często od nich słyszę: „*za długo tu pracuję, muszę coś zmienić*”, „*chciałabym robić coś nowego, podjąć się nowego wyzwania, tu nic się nie dzieje*”.

To w bardzo dużym uproszczeniu 1 z 16 motywatorów życiowych. A co by się stało gdyśmy odkryli swoje indywidualne motywatory, w końcu nazwali to czego pragniemy i zrozumieli skąd to się bierze. Gdybyśmy zaczęli działać w oparciu swoje drivery motywacyjne, to dokąd byśmy zaszli?

Magdalena Wojtkowiak





# Skuteczna strategia biznesowa jest czymś więcej niż tylko receptą na sukces

**D**zisiejszy rynek to bogactwo ofert związanych z każdym obszarem życia i biznesu. Coraz więcej dotyczy chociażby niezależności finansowej, której celem jest zmiana nawyków i innych zachowań, ofert dotyczących zmiany postrzegania świata czyli tzw. mental, czy chociażby budowy swojego wizerunku poprzez różne portale w Social Mediach. Propozycji jest wiele i można wybierać dowolnie, jak chcemy, kiedy chcemy i od kogo.

Jeżeli zdecydujemy się rozwijać firmę, to dowolną ofertę możemy wybrać spośród osób, które przypadną nam do gustu. Przecież nie od dziś wiadomo, że każda oferta związana jest z biznesem, a biznes realizuje się z ludźmi.

Przytaczać można wiele takich przykładów jednak mało kto proponuje już konkretne rozwiązania, które mają pokazać zasadność wyboru.

### Każdy obszar jest absolutnie istotny

Każdy obszar biznesowy, który może zostać poprawiony bądź usprawniony jest bezdyskusyjnie istotny, gdyż może doprowadzić

do osiągnięcia zamierzonego efektu. Przecież wiemy, że jakakolwiek zmiana wymaga od jednostki wiele wysiłku, aż po wyzwania, które mają skutecznie doprowadzić do założonego celu. Nie jest to takie proste. Problemem staje się zmiana w organizacji zarządzanej przez zespół!

### Strategie jako narzędzie

Z pomocą przychodzą nam strategie biznesowe. Utworzenie takiego narzędzia, aby było kompletne i przede wszystkim skuteczne - nie jest proste. Przyjęło się, że strategie przeznaczone są dla korporacji ze znacznym kapitałem, są czymś ekskluzywnym, natomiast dla small biznesu czymś zupełnie nieosiągalnym i nie stosowanym. Czasy się zmieniają, wartości się zmieniają i ... rozwiązania również. Każdy poszukuje unikatowych rozwiązań, które będą wykorzystywane w planowaniu przyszłości. Przygotowywanie takiego toru lotu jest trudne i wymaga dużej wiedzy przewidywania różnych sytuacji, które mogą wystąpić po drodze, ale zarazem daje nam pozytywną paletę możliwości w postaci:

- innowacyjnych rozwiązań,
- skuteczności działań,
- terminu realizacji,



- wpływ konkurencji na projekt.

Powyżej przedstawiłem tylko główne i najważniejsze założenia, które mogą przyczynić się do przewagi konkurencyjnej, szczególnie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

Warto nadmienić jak przedstawiają się statystyki. Aż 70% firm z tego sektora nie stosuje strategii w ogóle. A te 30% tworzy zapewne górny pułap przedsiębiorstw, które rozwijają się dynamicznie i w pewnym momencie przeniosą się do sektora korporacyjnego.

#### Jak to zrobić?

Praca stratega jest bardzo trudna. To ogrom pracy i analiz. Po pierwsze należy przygotować analizę sytuacji wewnętrznej i zewnętrznej firmy. Pierwszym obszarem jaki należy przeanalizować to sytuacja wewnętrzna. Jakie posiadamy możliwości finansowe, jakie zasoby, produkty, czy nasze produkty lub usługi są atrakcyjne dla rynku. Czy to co w tej chwili oferujemy jest optymalne dla rozwoju przedsiębiorstwa, czy należy usprawnić system decyzyjny lub organizacyjny.

Kolejnym krokiem jest przygotowanie analizy zewnętrznej. Jak kształtuje się otoczenie przedsiębiorstwa, jaka występuje konkurencja na rynku. Te informacje powinien posiadać każdy zarządzający – w jaki sposób działa konkurencja i jakie zabiegi stosuje. O konkurencji, trendach na rynku musimy wiedzieć absolutnie wszystko. To podstawa. Na tej bazie informacji możemy tworzyć drogę rozwoju naszej organizacji, która ma za zadanie działać w określony sposób. W jaki? To zadanie należy do zarządzających, którzy zadecydują, który wariant rozwoju jest najbardziej optymalny po zapoznaniu się ze wszystkimi danymi.

#### Tor lotu

Znając już wszystkie informacje o naszej organizacji możemy przejść do najważniejszego kroku. To krok, który ma przygotować nam ten najważniejszy tor lotu na najbliższy czas. Przyjęło się, że najbardziej optymalnym okresem czasu jest przygotowanie strategii maksymalnie na okres 3 lat.

Wybieramy najbardziej optymalną drogę rozwoju. Musimy przewidzieć co po drodze do określonego celu może się wydarzyć. To takie planowanie krok po kroku drogi - miejsca, do którego chcemy dotrzeć. Jeżeli wiemy, w jaki sposób na nasze działania wpływ będzie mieć konkurencja to również planujemy wszystkie te sytuacje. Wybór odpowiedniej drogi zależy od aktualnej sytuacji przedsiębiorstwa. Ciekawostką jest to, że firmy z sektora korporacyjnego najczęściej zakładają spokojny, aczkolwiek stabilny wzrost. Jeżeli nie dokonują znacznych inwestycji to wzrost do 7% w skali roku należy postrzegać już w kategoriach dynamicznego wzrostu.

W jaki sposób wyprzedzić konkurencję. Każdy lider stosuje różne zabiegi, które mają za zadanie zdystansować konkurencję lub też skupić swoje działania tylko na sobie. Zazwyczaj stosuje się takie sposoby jak:

1. Takie same jakie stosuje konkurencja, ale wykonywane są lepiej, szybciej lub sumiennie (efektywność operacyjna). Efekt jest pozytywny, ale tempo zmian rozwojowych mało dynamiczny.
2. Zupełnie inaczej – czyli stają się oryginalni w działaniach (w efekcie to rywal rozpoczyna stosować działające już metody). To optymalne rozwiązania dla branży, która obłożona jest dużą konkurencją, ale w niej nie wylania się wyraźny lider, który jest w stanie zdystansować rynek.
3. Tworzy się innowacyjne rozwiązania, powstaje sytuacja, w której rywale nie są w stanie powielić takiego sposobu działania (koncentracja na sobie). Zazwyczaj organizacja tworzy nową branżę, która jest odmienna od tej poprzedniej, ma wiele wspólnego, ale wymyślono nową koncepcję lub też połączenie kilku obszarów. To efekt tzw. błękitnego oceanu, który daje dynamiczną przewagę nad konkurencją.

#### Jak utrzymać przewagę w długim okresie czasu

Jeżeli zdecydujecie się wybrać jedno z tych rozwiązań, to osiągnięcie ustalonego celu zawsze stanie się łatwiejsze, a konkurencja nie będzie stanowiła znaczenia. Jeżeli już udało się skoncentrować na innych rozwiązaniach jak branża, w której do tej pory działało przedsiębiorstwo, to absolutnym wyzwaniem będzie utrzymanie tej pozycji rynkowej. Oczywiście prekursorowi zawsze łatwiej jest bronić swojej pozycji jak atakować, więc przy zastosowaniu strategii obronnych organizacja w bardzo prosty sposób utrzyma swoją pozycję. Najprostszym sposobem jest oczywiście tworzenie nowych rozwiązań, które firmy konkurencyjne nie będą w stanie odwzorować we właściwym czasie. Ale to już rozważania na osobny temat.

#### Recepta na sukces

Przygotowanie skutecznej strategii nie wiąże się jeszcze z sukcesem. Najbardziej karkołomnym procesem jest wdrożenie takiego planu na przyszłość. Dlaczego? Wdrożenie strategii musi być wykonywane przez każdy dział firmy, która ją wdraża. Począwszy od zarządu, poprzez pion menedżerski, aż po najniższy szczebel tj. pracowników szeregowych. Jeżeli zespół odpowiedzialny za wdrożenie strategii wykona zadanie na najwyższym poziomie i będzie skutecznie kontrolować kroki milowe, to plan rozwoju firmy będzie najskuteczniejszy z możliwych.

A Państwu życzę tworzenia planów strategicznych w każdym obszarze, nie tylko biznesowym.

Andrzej Meler



# Jarosław Zych o MLM



Jarosław Zych jest prezesem ColwaySp.J. Współtwórcą rdzenie polskiej organizacji dystrybucyjnej, obecnie czołowego polskiego MLM-u. Człowiekiem, który w tej branży zarobił fortunę. Udziałowiec lub członek rad nadzorczych w licznych spółkach dystrybucyjnych i produkcyjnych. Karierę zawodową zaczynał w latach 80-tych jako „król akwizytorów” usług wewnątrzarskich, a później AreaDistributor w sieci Rainbow. Rasowy sprzedawca. Autor książek, programów i skryptów szkoleniowych. Trener, motywator, znakomity mówca. Uznany w Polsce ekspert z dziedziny zamykania sprzedaży i budowania struktur dystrybucyjnych w marketingu wielopoziomowym. Od lat zabiega o poprawę wizerunku branży sprzedaży bezpośredniej, a zwłaszcza sektora MLM.

## Agnieszka Piotrowska: Co to jest i na czym polega network marketing?

**Jarosław Zych:** MLM (multilevel marketing) jest to szczególny system dystrybucji dóbr powszechnego użytku. Zajmuje istotne miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej. Polega on na wykorzystywaniu relacji osobistych uczestników przedsięwzięcia z innymi ludźmi do kreowania obrotu handlowego towarami bądź usługami. Produkty dystrybuowane w tym systemie są zazwyczaj ponadstandardowe i niedostępne w innych kanałach zbytu. Network marketing skraca drogę towaru do końcowego konsumenta, poprzez wyeliminowanie łańcucha dostaw, sieci tradycyjnych placówek handlowych oraz hurtowni. System ten nie korzysta z medialnych kampanii reklamowych. Jest pod wieloma względami genialną koncepcją ekonomiczną, jako że uczestnicy tej gry są sami sobie jednocześnie podażą i w stopniu znacznym też popytem. Tworzą również sami całą logistykę: transport, magazyny, reklamacje. MLM jest samofinansujący się, nie generuje kosztów promocji, gdyż zorganizowany sprawnie i etycznie, zastępuje tę ostatnią bardzo skutecznym orędownictwem konsumentkim. Dystrybutor w MLM, to zazwyczaj również konsument produktów – silnie do nich przekonany. Tym samym reklama dystrybuowanych artykułów w jego ustach jest sugestyjna i skuteczniejsza od reklamy tradycyjnej. Network marketing to sprzedaż bezpośrednia, „z ręki do ręki”, ale bazująca zazwyczaj na dużej rotacji produktów, czyli wielokrotnych powrotach do końcowego konsumenta. Tym samym produkty rozprowadzane w tym systemie muszą być pożądane, niezawodzące, a same techniki ich sprzedaży wolne od manipulacji na tyle, by pozwalały budować długie i dobre relacje z klientem.

## A.P.: Czym różni się MLM od handlu tradycyjnego?

**J.Z.:** Podział tortu wpływów jest tu dość podobny do tego, jaki następuje w handlu tradycyjnym, czyli 10% - 25% dla wytwórców, a 75%--90% dla kreatorów popytu, z uwzględnieniem wszystkich kosztów tej kreacji. Różnica polega natym, że w MLM wszystkie te pieniądze, jakie w handlu tradycyjnym opłacają reklamę, logistykę, koszty pracy ludzkiej i marże kolejnych pośredników – tutaj wkładane są w system finansowy, polegający z grubsza na tym, że premiuje on uczestników proporcjonalnie do obrotu (na który składa się zarówno sprzedaż na zewnątrz, jak i konsumpcja wewnątrz organizacji) handlowego kolejnych i kolejnych generacji nowych, przystępujących doń osób. System ten przypomina wprawdzie piramidy finansowe, w praktyce jednak poza coraz rzadszymi wyjątkami, współczesne MLM-y nie płacą już prowizji za „pozyskiwanie dusz” dokonujących wpłat, jakie stanowią zysk, lecz płacą prowizję będącą bezpośrednią funkcją obrotu handlowego. Nie są to więc piramidy, a w ogromnej większości firmy handlowe, funkcjonujące przez dziesięciolecia, podczas gdy piramida w tzw. schemacie Ponziego nie ma obecnie szansy przetrwać nawet pół roku. W XXI wieku firmy MLM są znacznie dalej od piramidfinansowych niż instytucje finansowe poczynając odAmber Gold, a kończąc na imperium B. Madoffa. W opinii wielu ekspertów są od wszelkiego podejrzenia o „piramidalność” nieporównywalnie dalej nawet od ... ZUS-u, nie mówiąc już o licznych korporacjach o wiekowych tradycjach.

## A.P.: Jakie marketing sieciowy zajmuje miejsce na rynku sprzedaży bezpośredniej?

**J.Z.:** MLM, czyli po polsku: wielopoziomowy marketing sieciowy - ma w Polsce dość różne konotacje wśród fachowców i podobnie zróżnicowane są opinie o nim w społeczeństwie. Należy však podkreślić, iż z ekonomicznego punktu widzenia jest to niezwykle ciekawa i nader skuteczna koncepcja kreowania popytu handlowego. Z kolei z punktu widzenia uczestników tych przedsięwzięć – organizacji dystrybucyjno-konsumentkich - jest to ogromna szansa dla wielu osób na aktywizację zawodową. Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że nie ma obecnie w naszych realiach drugiej takiej możliwości, w której - bez kapitału potrzebnego do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, bez specjalistycznego wykształcenia, szczególnych talentów czy koneksji – praktycznie każdy konsekwentnie zaangażowany zarobi w sposób uczciwy pieniądze pozwalające znacznie podreperować domowy budżet.



Marketing sieciowy przynosi też wiele przykładów prawdziwych karier, które zrobiły osoby, jakim z rozmaitych powodów nie udało się to wcześniej w innych dziedzinach życia zawodowego.

**A.P.: Dlaczego tak interesujący, powszechnie dostępny i niskoinwestycyjny model biznesu budzi jednak tak liczne kontrowersje?**

**J.Z.:** Powodów tego należy szukać w początkach marketingu sieciowego na Wisłą, w latach 90-tych, kiedy amerykańskie networkki rozbuździły ogromne nadzieje rodaków na fortuny, mające płynąć z przychodu pasywnego dzięki pracy i konsumpcji innych. Jako, że liderzy tych organizacji trafili początkowo na całkowicie bezkrytyczną recepcję ich działań rekrutacyjnych i motywacyjnych, więc poczynali sobie równie beztrudnie, czerpiąc obficie z technik socjomanipulacyjnych, które można było sprowadzić do sloganu: „nikt ci tyle nie da, ile my ci obiecujemy...”

Setki tysięcy rodaków nabywało tzw. pakiety startowe, które były dla ogromnej ich większości zakupem nieprzydatnym, gdyż jak się rychło okazało, nie mieli oni ani żyłki handlowej, ani charakteru do mozolnej, konsekwentnej rekrutacji do MLM, której nader często towarzyszy odmowa. Większość nie miała wiedzy, że „startery” te mogą zwrócić lub nawet śmiałości, by to zrobić. Amerykańskie firmy MLM uprawiały nadto biznes handlu tzw. „narzędziami pomocy”, czyli nieadekwatnie drogimi materiałami edukacyjnymi bądź szkoleniami z dziedziny rozwoju osobistego. Sesje te kładły nacisk na przywiązanie adeptów do organizacji dystrybucyjnej, na motywowanie ich do sprzedawania i rekrutowania osób następnych, bez względu na zdolności do tego i bez względu na osiągane wyniki.

**A.P.: Czy marketing sieciowy nie przypomina piramid finansowych lub sekt?**

**J.Z.:** Siłą rzeczy firmy marketingu sieciowego jawić się zaczęły ludziom o krytycznym spojrzeniu organizacjami podobnymi do struktur piramid finansowych (różnica pomiędzy wpłatą do piramidy, a wydatkiem na „starter” jest nader trudno uchwytne) albo ewidentnymi sektami ekonomicznymi. Należy uczciwie powiedzieć, że organizacje MLM i owszem przypominają czasami piramidy finansowe. Głównie te firmy, w których wykup pakietu startowego stanowi warunek akcesu, przedstawiany tam, jako konieczna rzekomo „inwestycja w siebie” na starcie. W istocie organizatorom chodzi przede wszystkim o to, by zarobić również, a może nawet głównie na tych, co odpadają. A tych, jest – jak w każdej zresztą samodzielnej działalności biznesowej – znaczna większość.

Organizacje MLM przypominają również niekiedy sekty ekonomiczne, w których uczestników nie szkoli się z kompetencji handlowych, a raczej indoktrynuje w wierności marce, czy systemowi. Hermetyczne, nie dopuszczające krytyki zewnętrznej ani wewnętrznej.

Dogmatyczne. Należy jednak powiedzieć również, że jest to coraz rzadszy obraz organizacji network marketing i model coraz bardziej odchodzący w mrok historii. Obecnie na rynku polskim działa co najwyżej kilka już tylko organizacji MLM, w których obserwować można wyraźnie opisane patologie.

Marketing sieciowy nie musi bowiem mieć żadnych cech piramidy finansowej. Wystarczy, że organizatorzy dystrybucji zrezygnują z emisji pakietów startowych lub choć uczynią je wartymi obiektywnie ich ceny. Nie musi być on również sektą ekonomiczną. Wystarczy, iż organizatorzy stawiają na szkolenia z kompetencji, z narzędzi sprzedażowych, komunikacyjnych i innych uniwersalnych, nie zaś indoktrynujących technik rozwoju osobistego. MLM można jak najbardziej robić skutecznie w konwencji nie jakiegoś podejrzanego bractwa, lecz firmy handlowej, jak każda inna. Network marketing może być uczciwszy w relacjach z uczestnikami niż korporacja. I coraz częściej taki jest! Może być swoim dystrybutorom-konsumentom niezwykle przyjazny. Może być liberalny i transparentny aż do przezroczystości. Może być całkowitą antytezą jego amerykańskiego archetypu z lat 1980-1995.

**A.P.: Jak w Polsce ewaluował MLM?**

**J.Z.:** Jak pokazują ostatnie lata rozwoju tej branży w Polsce – nasze społeczeństwo otrząsnęło się już z traumy pierwszych, nader niefortunnych doświadczeń z tą formacją ekonomiczną.

Dostrzeżone zostały rodzime firmy marketingu sieciowego, które powstały na początku nowego stulecia nad Wisłą i znakomicie sobie od wielu już lat radzą. Które nie obiecują na spotkaniach informacyjno-rekrutacyjnych mrzonek, nie opowiadają o „gospodyni z Kentucky,





która tylko piła i polecała, piła i polecała - i milionerką została...". Te przedsiębiorstwa dystrybucyjne oparty swój byt ekonomiczny i konieczną marketingowi sieciowemu unikalność produktów o polskie wynalazki biochemiczne, o rodzimy kapitał. Wykształciły rdzenne wartości, własną kulturę organizacyjną. Nie ma w nich w ogóle „starterów”, odrzuciły blichtr i hipokryzję amerykańskich MLM-ów sprzed ćwierć wieku. Nie kłamią, nie przypominają w niczym sekt ekonomicznych, uczą technik sprzedaży, uniwersalnych kompetencji, przydatnych w wielu dziedzinach życia, a nie ślepej wiary w jedyną słuszną systemu.

Dały niespodziewaną szansę przede wszystkim kobietom będącym w wieku, w którym o ofertę dobrze płatnej pracy jest bardzo ciężko. We współpracy z tymi firmami tysiące dystrybutorów z powodzeniem łąca swoje domowe budżety, ale nie jest tajemnicą, że menedżerowie tych organizacji zarabiają powyżej średniej krajowej, a ich liderzy pobierają prowizje miesięczne - kilkudziesięciotysięczne i większe.

To właśnie te organizacje odbudowują zaufanie klientów i potencjalnych współpracowników do firm spod znaku MLM. Formacji gospodarczej, która ma w Polsce wielką przyszłość, jeżeli realizują ją liderzy uczciwi, planujący swój biznes na długie lata i rozumiejący prawidłowość, iż najważniejsi w biznesie MLM są jego uczestnicy, że najważniejsze jest ich dobre samopoczucie i godne zarobki.

**A.P.: Dlaczego twoim zdaniem jedni ludzie osiągają sukcesy w network marketingu, a inni odnoszą porażkę? Co należałoby usprawnić w tym kierunku?**

**J.Z.:** Procent ludzi ponoszących porażki w marketingu wielopoziomowym i podobnie procent uczestników odnoszących w nim sukces, nie różnią się jakoś istotnie od statystyk mierzących to samo np. w działalnościach gospodarczych osób fizycznych podejmowanych w handlu tradycyjnym. Jak pokazują trzy niespełna dekady polskiego kapitalizmu - po dziesięciu latach od założenia, z sukcesem rynkowym przetrwamniej więcej, jedna na dwadzieścia firma startująca w systemie MLM. Około 5% osób, które angażują się na poważnie w budowanie struktur networkowych, po tych samych dziesięciu latach zarabia pieniądze porównywalne z kadra menedżerską w korporacjach, czy czerpiących dochody z własnych, małych interesów rodzinnych. Pozostałych 95% albo z network marketingu odpada, albo pozostaje w strefie klienta, dorabiającego sobie co najwyżej do domowego budżetu poprzez zaopatrywanie w produkty rodziny i znajomych. Podobnie 95% „tradycyjnych” działalności, czyli sklepików, punktów gastronomicznych lub różnych usług na sprzedaż – po 10 latach już nie funkcjonuje. Nawet „na szczytach” statystyki są podobne. Ok. 1,5% spośród autentycznie zaangażowanych marketingowców sieciowych awansuje na poziom liderów i kontentuje się spełnieniem „mlm-owego snu”, czyli prowizjami na poziomie zarobków osób,

które rozwinęły swoje indywidualne działalności gospodarcze w dobrze prosperującą firmę prywatną. Jednakże porażka w marketingu sieciowym, w odróżnieniu od działalności „tradycyjnej” budzi w tych, którzy ją ponieśli inne emocje. Ta pierwsza powinna boleć mniej, gdyż zazwyczaj angażuje nieporównywalnie mniejsze zasoby finansowe. Jakkolwiek własny interes wymaga zdecydowanie większych inwestycji niż aktywny start w MLM. Jednakże gdy adept samodzielnej przedsiębiorczości zmuszony jest zamknąć swoją lodziarnię, magiel czy sklep z akcesoriami, to bankrutuje jego własna idea i psychologiczne mechanizmy obronne powodują, iż siebie o to nie obwinia, tylko niesprzyjające okoliczności. Do MLM-u natomiast zawsze jest rekrutowany, czyli niejako popychany ku alternatywie dla pracy najemnej na etacie i często w procesie „werbunku” nasycany też wiarą w sukces. Kiedy więc przychodzi porażka, on obwinia za nią osobę rekrutującą, a jeśli jest to krewny lub przyjaciel, wówczas... system, czyli organizację marketingu wielopoziomowego.

W istocie MLM jest zdecydowanie „bezpieczniejszy” jako kuźnia własnej przedsiębiorczości. Z uwagi na znacznie mniejsze koszty i znacznie mniejszą zależność od koniunktury. Można go śmiało nazwać „franczyzą dla niezamożnych”, gdyż podsuwa możliwości sprawdzone. W sferze psychologicznej to jednak działa inaczej. Stąd również pejoratywne postrzeganie tej formacji ekonomicznej.

Poprawić znacznie statystyk sukcesów i porażek raczej się nie da. Można je jednak nieco podciągnąć poprzez edukowanie adeptów biznesu MLM przede wszystkim z kompetencji sprzedażowych i rekrutacyjnych, z umiejętności komunikacji i zarządzania zespołem. Metodami warsztatowymi, a nie poprzez mentoring i sesje motywacyjne. Poprawiło by to jednocześnie recepcję marketingu sieciowego w ogóle. Porażki nie boją tak bardzo uczestników networków, jeżeli nabywają w międzyczasie rzetelnej i przydatnej w dalszym życiu wiedzy. Są firmy MLM, które oblepia wręcz hejt internetowy, a nawet spotykają cykliczne ataki w prasie i są takie w tej branży, o których nie słyhać praktycznie złych opinii. Te ostatnie po prostu nie organizują ‘sesji skwierczenia’, na których uczestnikom, za ich pieniądze jeszcze, miesza się w głowach socjomanipulatywnym „motywowaniem” lub przekonuje ich tam usilnie do cudowności oferty produktowej i planu marketingowego.

Nowoczesne, uczciwe i nastawione na istnienie za pół wieku również organizacje, profesjonalnie uczą swoich adeptów metod, które wydatnie podnoszą im skuteczność.

**A.P.: Jakim trzeba mieć cechy charakteru, aby w MLM odnieść sukces?**

**J.Z.:** Trzeba bezwzględnie lubić ludzi i być ciekawym poznawania nowych ludzi, cieszyć się na każdy kolejny kontakt, każdą nową relacją. Kto tego w sobie nie ma, powinien raczej spędzić życie zawodowe z książkami, maszynami, odczynnikami, roślinami, zwierzętami,



pędzłami do malowania, z cyframi lub może z jakąś aparaturą elektroniczną. Trzeba zawsze chcieć być wśród ludzi i okazywać im tolerancję, empatię, asertywność, ale również być dla nich ciepłym i zawsze a priori nastawionym życzliwie. Należy umieć budować długotrwałe, oparte o uczciwy przekaz relacje. Trzeba umieć słuchać i lubić uczyć. Plus wszystkie te cechy, jakie potrzebne są w każdym innym biznesie, nie tylko w marketingu sieciowym. Od systematyczności poczynając, na punktualności i rzetelności kończąc.

### **A.P.: Jakiej rady mógłbyś udzielić nowym dystrybutorom na ich nowej drodze?**

**J.Z.:** Przede wszystkim doradziłbym nabywcy umiejętności chłodnej i obiektywnej oceny przedsięwzięcia, w które chcą się zaangażować. Emocje nie są dobrym doradcą przy wyborze firmy MLM, której trzeba będzie poświęcić ładnych parę pracowitych lat, aby odnieść sukces. Jakkolwiek nas nie zaczarują historie opowiadane przez osoby rekrutujące, to radzę mimo wszystko im nie wierzyć i poszukać opinii negatywnych. „Wujek google” może nie całą zawsze prawdę nam powie, lecz absolutnie nie wolno dać sobie wmówić, że jeśli fora internetowe aż kipią od zarzutów manipulatorstwa, czy wręcz sekciarstwa wobec jakiejś organizacji, to wszystkie one pochodzą od nieudaczników i złych ludzi naślanych przez konkurencję. Tak z pewnością bowiem nie jest. Byłbym bardzo ostrożny z decyzją przystąpienia do organizacji, która wymaga znacznego wydatku na tzw. „starter”, a potem ponoszenia kosztów materiałów, szkoleń, meetingów itp. Rzetelne firmy MLM obywają się bez pakietu startowego, ewentualnie tenże zawiera naprawdę niezbędne narzędzia pracy i nie są one oprawione w skórę z węża (strażackiego) w cenie 200 zł za ów futerał... Z kolei szkolenia takie organizacje przeprowadzają non profit, czyli ich uczestnicy płacą tylko za to, co zjedzą lub za noclegi.

Kiedy weryfikacja wg tych kryteriów wypadnie bezwzględnie korzystnie, przyjrzałbym się bacznie swojemu „sponsorowi”, jak to nazywa się często w MLM osobę nas rekrutującą. Czyli obejrzał go w codziennej pracy. Jeżeli nasz przewodnik do świata marzeń o dostatkach, porusza się zawsze w towarzystwie kogoś, kogo uczy, kto jak czeladnik ma możliwość obserwować i naśladować potem ruchy mistrza – to może być to rzeczywiście właściwy wprowadzający do biznesu MLM. Pod warunkiem, że pracuje tak zawsze, a nie zrobił tego raz, na pokaz. Kiedy firma wygląda rzetelnie, na co wskazywać może również jej kilkuletnia co najmniej historia na polskim rynku, nie gdzieś tam hen..., kiedy adept nie jest strzyżony na wszystkie sposoby, a w zamian karmiony tylko niebiańskimi wizjami, kiedy wprowadzający bez wątplenia udziela mu realnej pomocy w pierwszych kilkuset krokach – to warto spróbować! Bo ten sen najwytrwalszym rzeczywistość się spełnia. Praca przy budowie własnej struktury dystrybucyjno-konsumenckiej w MLM może być intensywnym, przyjemnym i dochodowym (!) życiem towarzyskim. Nawet im bardziej intensywnym,

tym bardziej dochodowym. Prawdą jest także to, że ze wszystkich tzw. wolnych profesji, to właśnie marketing sieciowy wydał największą ilość bogatych rentierów. Jak i to, że nie ma drugiej takiej branży na świecie, do której można przyjść niemal bez grosza, bez koneksji, specjalnych talentów i olśniewającej urody – a już po kilkunastu latach można przenieść się na emeryturę lub do sektora inwestycyjnego. Marketing sieciowy to bez wątpienia biznes „drugiej szansy”, a nawet trzeciej i czwartej. „Niezrozumiani przez życie”, niepokorni, odmienni, zaczynający od początku – aby mieli tylko te cechy charakteru, o jakich wcześniej mówiliśmy - wszyscy oni są tu mile widziani!

### **A.P.: Jak według Ciebie ważny jest rozwój osobisty w marketingu sieciowym?**

**J.Z.:** Jest ważny. A nawet kluczowy dla tych, którzy przychodzą do MLM robić karierę, a nie tylko poprawiać domowy budżet. Bez tego, co nazywamy dziś szeroko pojętym rozwojem osobistym, prędkiej, czy później staną bowiem w miejscu. Jestem jednak przeciwnikiem masowego pędzenia młodych networkerów na sesje motywacyjne, gdzie za ich pieniądze otrzymują jedynie zastrzyki (niechby i bardzo dobrych) emocji. Traktuję marketing sieciowy jako genialną formację ekonomiczną, która po zreformowaniu się (a idzie ostatnimi laty w tym kierunku) może być rzeczywistą alternatywą dla wielu ludzi, nie odnajdujących się w zglobalizowanym, coraz bardziej korporacyjnym i pędzącym świecie. Networker, to już dziś jest bardzo dobry zawód. Inaczej mówiąc: fach albo rzemiosło. Czyli nie stan ducha, jak ów wiek temu, lecz coś, co jest jak najbardziej wyuczalne. Na początku rozwój osobisty w tym rzemiosle polegać powinien na nabywaniu kompetencji podstawowych. Czyli komunikacyjnych. Ludzie nie potrafiący rozmawiać, czyli słuchać, a następnie we właściwy sposób pytać, nie mają szans ani dobrze sprzedawać, ani efektywnie rekrutować. Przynajmniej na dłuższą metę, gdy pierwszy żarliwy entuzjazm zacznie przygasać. Tacy ludzie wymagają warsztatów kompetencyjnych, a nie spędów podtrzymujących entuzjazm.

Na te ostatnie też jest czas i miejsce. Ludzie inteligentni wiedzą jednak sami, gdzie jest ich miejsce i kiedy jest ich czas na rozwój osobisty w takim rozumieniu. Etap ten przychodzi wówczas, gdy uczestniczą w pewnych szkoleniach nie po to, by ładować na nich akumulatory swoje, lecz po to, by się tam uczyć, jak ładować je innym. Na czym polega różnica? Na tym, że większość zajęć z tzw. rozwoju osobistego, kiedy mentor prowadzi, a uczestnicy słuchają – daje efekt maksymalnie kilkudniowy i raczej złudny. To samo już jednak w relacji osobistej dwóch osób współpracujących bezpośrednio w marketingu sieciowym – sprawia cuda. Widziałem takie cuda, doświadczyłem ich i jakkolwiek zabrzmiałoby to nieskromnie: czyniłem również takie cuda. Od nich właśnie się zaczął mój właściwy sukces w tej branży.

Jarosław Zych



# W poszukiwaniu motywu życia

**S**ą różne typy ludzi. Jedni odnajdą się w wielu schematach narzuconych odgórnie, inni będą z tego powodu cierpieć. Ja należałam do drugiej grupy. Cierpiałam wtłoczona w stereotypowe działania i stereotypowy model życia. Od dziecka towarzyszyła mi romantyczna niepoprawność, może dlatego, że wychowywałam się w rodzinie o korzeniach artystycznych, a może dlatego, że w głębi duszy byłam inna.

Pamiętam, że nigdy nie marzyłam o konkretnej pracy. Nie widziałam sobie w żadnym zawodzie oprócz bycia artystą, niebieskim ptakiem, chociaż tutaj pojawiała się pewna obawa... Czy świat potrzebuje kolejnego malarza? Nigdy nie śmiałam nazwać siebie Picassem, ale czy kolejny Picasso miałby rację bytu? Marzyłam o wolności, rozwoju, pasji, robieniu pięknych rzeczy i o tym, żeby mieć pieniądze. Niekoniecznie zostać milionerką, ale żyć godnie.

Przeszłam "klasyczną" edukację i dostałam niezłe po tyłku. Oddałam się w wir pracy (od szesnastego roku życia), żeby zasmakować życia, nie być rozmarzoną królewną tylko twardo stąpając po ziemi. Pracowałam w hiszpańskiej sortowni cytrusów, sypiając tylko kilka godzin i pracując od 6.30 do 21:00. Opiekowałam się starszym panem w Walencji, który robił mi dziwne awantury, po których płakałam w poduszkę i obiecywałam sobie, że kiedyś od niego ucieknę (w końcu to zrobiłam). Niańczyłam dzieci w Barcelonie i sprzątałam rezydencje na Tibidabo. W Polsce dawałam lekcje, malowałam obrazy, kładłam tynki strukturalne, byłam managerem restauracji, prowadziłam autorską galerię sztuki w Kazimierzu nad Wisłą, przerabiałam meble i tworzyłam przedmioty artystyczne. Pracowałam w agencji nieruchomości, w poczytnym tabloidzie, w miesięczniku dla prawników, a później w Irlandii współtworząc tygodnik dla mieszkających tam Polaków. I od pierwszego dnia, w którym poszłam do pracy nie umiałam się odnaleźć ani nigdzie osiąść na stałe.

Ktoś powie pewnie powie: "- Kobieto, czego tych chcesz? Ogarnij się załóż rodzinę i żyj jak wszyscy. Usiądź na tyłku i przestań wymyślać".





Ale ja nie chciałam żyć jak wszyscy. Nie potrafiłam. Kiedyś na jednym z przełomowych dla mnie szkoleń w urokliwym hotelu, w zasypanych śniegiem Tatrach, Fabian Błaszkiwicz powiedział, że każdy nosi w sobie swój motyw życia i nie będzie szczęśliwy, ani spełniony, dopóki go nie odnajdzie. Wtedy COŚ zrozumiałam. Zmęczona korporacją i pracą na etacie pewnego popołudnia postanowiłam wszystko zmienić. Czułam się wypalona. Pozbawiona misji, miałam depresję i piłam więcej niż powinnam. Szukałam pomysłu na siebie i wiedziałam, że musi być coś co pozwoli mi na prawdziwą samorealizację, robienie czegoś dla ludzi, bo zawsze mnie do nich ciągnęło. Chciałam pracować z ludźmi, odkrywając talenty i patrzeć, jak wzrastają. Pewnego dnia odbyłam pozornie "banalną" rozmowę z jednym z moich przyjaciół Michałem B. Pamiętam, jak chaotycznie, ale z entuzjazmem opowiedział mi firmie z branży wellness, w której nie chodzi się do pracy, (pierwszy punkt na mojej liście pt. "wolność" był spełniony), a zarabianie odbywa się poprzez budowanie sieci rekomendacji bez ograniczenia na jeden kraj czy kontynent. Zabrzmiało to intrygująco i pasowało do mojego pomysłu na siebie. Nie wiedziałam co to jest MLM, a nazwa branży kojarzyła mi się, nie wiedzieć, dlaczego z ... mydłem. Coś jednak mnie ujęło. Wiedziałam, że mogę zarabiać wykorzystując wszystkie swoje umiejętności i nie być związana na stałe z żadnym fizycznym miejscem. Potrzebowałam trzech tygodni, żeby się zarejestrować, chociaż już po pierwszych pięciu minutach rozmowy wiedziałam, że to jest to! Poleciałam na dwa tygodnie do Barcelony. Ciągle myślałam o tym, że gdy wrócę nic już nie będzie takie jak dawniej i rzeczywiście nie było. Rzuciliśmy się w wir pracy napotykać na swojej drodze kilka przeszkód, które stały się wyzwaniem. Zaczęliśmy tworzyć struktury. Powoli uczyliśmy się nowych rzeczy, a ja pokonywałam swojego największego demona jakim były wystąpienia publiczne. Pamiętam, jak miałam problem, żeby na forum zabrać głos, a po kilku miesiącach prowadziłam już miejskie prezentacje. Wokół mnie zaczęli pojawiać się fantastyczni ludzie, którzy dzielili ze mną swoje pasje. Punkt drugi z mojej listy: "ludzie" i trzeci "pasja" zostały "odhaczone". Struktura rozwijała się, a my razem z nią. Zaczęłam szkolić się. Nigdy wcześniej nie szkoliłam się w sposób w jaki szkoli się partnerów w marketingu sieciowym i było to dla mnie nowym, ciekawym doświadczeniem.

Zaczęłam podróżować, nie licząc się z wyliczonym co do dnia urlopem, bo tutaj on nie obowiązywał.

Dziś patrząc wstecz wiem, że tamta rozmowa była punktem zwrotnym w moim życiu. Odbyła się w samochodzie zaparkowanym pod moim apartamentem, była chaotyczna i trwała niewiele ponad piętnaście minut, ale pokazała mi obszar, o którego istnieniu nie zdawałam sobie nawet sprawy. Obszar, który idealnie ze mną rezonował. Przez kilka ostatnich lat miałam przerwę w marketingu sieciowym, bo w międzyczasie odkryłam swój motyw, jakim było pisanie książek, ale teraz znowu wracam do gry dziękując Bogu, że stworzył tę formę działania. Dziś wiem, że pracując we właściwej firmie mogę łączyć ze sobą wiele aspektów. Nie wiem czy lubię nazwę MLM, ale na pewno kocham pomagać. Pracując w branży zdrowie i widząc jak poprzez produkty zmienia się życie ludzi odczuwam ulgę i wdzięczność. Moja misja jest wypełniana, moje wartości są spójne. Czasami czuję się jak współczesny rycerz, tyle że z biustem i w klapkach na obcasie. Mam swój system wartości i produkt, którym mogę zdobyć świat. Pokazując ludziom, niekoniecznie model biznesu, ale model kupowania czegoś co działa dając zupełnie nową jakość życia. Mówią: Szukajcie a znajdziecie. Myśli stają się rzeczywistością. Przyznaję rację. Dlatego najbardziej na świecie boję się myśleć o tym czego nie chcę i dlatego tego nie robię.

Maya "Prada" Parfianowicz.



# Internet zmieniający młode pokolenie

**Internet zmienia oblicze prowadzenia biznesu już od wielu lat. Ma to również wpływ na kolejne pokolenia klientów, które stają się coraz bardziej wymagające. Czas zastanowić się jakie wyzwania czekają zespoły, do których będą dołączać osoby z pokolenia Millenialsów oraz pokolenia Z.**

Pokolenie Millenialsów według znacznej części definicji określane jest jako osoby urodzone w Polsce od 1984 do 1997. To ta część społeczeństwa, która w okresie dojrzewania uzyskała dostęp do Internetu. Osoby z pokolenia Z, czyli ludzie urodzeni po 1997 są przedstawicielami pokolenia, które dostęp do Internetu miały już "od kołyski". Pytanie dotyczące wpływu na ich rozwój wydaje się być retoryczne. Zastanówmy się więc: jak Internet zmienił ich postrzeganie świata? Czym różni się od osób wychowujących się w latach bez Wi-Fi i smartfonów?

## Zmiany w zaspokajaniu codziennych potrzeb

Aby uzmysłowić sobie jak technologia zmieniła naszą rzeczywistość wybierzmy się w podróż przez kilka ostatnich dekad. Zaczniemy od lat 80. i 90. Z opowieści rodziców pamiętam, że w tamtych czasach dostęp do odzieży był ograniczony. Każdy, kto chciał zaspokoić potrzebę posiadania wyjątkowych elementów garderoby musiał wybrać się w podróż do dużego miasta. Od momentu pomysłu zakupu do jego realizacji mogło minąć kilka dni albo nawet tygodni. Dekadę później, w czasach gdy na rynek wchodził tak kultowy telefon jak Nokia 3310, zakup ubrań stał się dużo łatwiejszy. Na polskim rynku zaczęły pojawiać się zachodnie marki: pamiętam jak w gimnazjum mogłem cieszyć się z pierwszych oryginalnych butów Adidasa, czy Nike. Obecnie proces zakupu ubrań zmienił się diametralnie. Dostęp do wszelkiego rodzaju krojów, tkanin i marek jest praktycznie nieograniczony. Jeżeli ktoś chce kupić czerwone obuwie sportowe marki X potrzebuje kilkunastu sekund, aby otrzymać wybór kilkudziesięciu modeli w sklepach on-line. Myślę, że większość Z-tów nie wyobraża sobie, aby mogło czekać miesiącami na nowe buty. Od najmłodszych lat są przyzwyczajeni, że ich potrzeby są zaspokajane w ciągu kilku chwil. Przejdźmy teraz do drugiego aspektu, który diametralnie

zmienił się w przeciągu ostatnich kilkudziesięciu lat - aspektu komunikacji. W latach 80., czy 90. niewiele osób wyobrażało sobie, że będzie mogło o każdej porze dnia i nocy, bez kolejek i oczekiwań komunikować się w ciągu kilku sekund z osobami po drugiej stronie planety. Era Internetu dostarczyła nam takich możliwości jak komunikacja przez wiadomości e-mail, komunikatory, czy wszechobecne social media. I to właśnie social media odmieniają w znaczący sposób oblicze młodego pokolenia.

## Sposoby komunikacji w erze Internetu

Dla przykładu weźmy sobie sposób komunikacji młodej osoby ze swoimi rówieśnikami. Dzięki smartfonowi może w każdej chwili napisać do swoich znajomych. Ta grupa może liczyć nawet kilkadziesiąt osób. Wysłanie wiadomości do tak dużej społeczności zajmuje tylko kilka minut, lecz czy tak naprawdę taka osoba komunikuje się ze swoimi rówieśnikami? Czy kilkuwyrazowe wiadomości mogą zastąpić osobiste rozmowy twarzą w twarz? Oczywiście, w pewnych momentach takie sytuacje nie będą powodować problemów, lecz kłopot pojawia się wtedy, kiedy ktoś używa takiego sposobu komunikacji w większości sytuacji: wtedy może pojawić się trudność w komunikowaniu się z zespołem. Wyrażanie opinii również zmieniło swoje oblicze. Chyba każdy z nas zna pojęcie wszechobecnego hejtu. Hejt jest związany z pseudo-anonimowością w sieci, która pozwala wylewać swoją frustrację w sposób dowolny. W tej chwili szybciej dowiemy się czegoś o sobie czytając komentarze pod naszymi postami w Internecie niż bezpośrednio od współpracowników, czy znajomych. Takie sytuacje są dalekie od tych, których oczekujemy pracując w zespole.

## Wyzwania i sposoby na poradzenie sobie z nimi

Większość potrzeb młodego pokolenia w obecnej chwili jest zaspokajana w trybie instant. Osoby młode chcą mieć wszystko tu i teraz. Spowodowane jest to tym, że od najmłodszych lat dostają rzeczy, których często nie potrzebują. Tablet do kołyski, aby uspokoić płacz dziecka, laptop i quad na komunię, aby nasza pociecha nie czuła się gorsza od innych. Takie podejście rodziców powoduje, że osoby chcące efektywnie pracować z młodym pokoleniem muszą być nastawione na pracę indywidualną. Do tego stopnia indywidualną, aby osoba z pokolenia Z miała jasno wytyczone, ambitne cele, które może zacząć realizować od zaraz. Żmudne pro-



cesy planowania i odległe cele mogą jej nie wystarczyć. Osoby, które już od najmłodszych lat przyzwyczajone są do posiadania smartfona nie traktują go w ten sam sposób, co ich rodzice. Dla nich to pewna forma komunikacji: nie jest ona jednoznaczna z brakiem pewności siebie czy lenistwem, jednak w codziennej komunikacji z kierownictwem może prowadzić do konfliktów. Jednym z rozwiązań jest poproszenie o odłożenie swoich telefonów i pełne zaangażowanie się w dyskusję. Osoby, które pamiętają czasy młodości bez Internetu powinny dzielić się swoim doświadczeniem z młodym pokoleniem. Jest to ich swoisty obowiązek, ponieważ dla Pokolenia Z czy też Millenialsów komunikator to standardowy tryb komunikacji, a w prawdziwym świecie i pracy międzyludzkiej często jest to narzędzie nieefektywne.

### Zmiany pozytywne lecz wymagające świadomości

Era Internetu dopiero się rozwija. Niewiele osób wie, ale za kilka lat do naszego życia wkroczą w pełni zautomatyzowane maszyny-roboty. W naszych kuchniach standardem stanie się lodówka podłączona do Internetu, która sama zamówi brakujące towary. Wirtualna rzeczywistość prawdopodobnie jeszcze bardziej odmieni nasze codzienne życie, a każde następne młode pokolenie będzie tym jeszcze bardziej przesiąknięte. Osoby, które zrozumieją skąd wynikają zmiany w podejściu do pracy czy komunikowania się będą w stanie efektywnie współpracować z młodymi ludźmi, a tym samym lepiej rozwijać swój biznes.

Era Internetu i zmieniają...

Paweł Łapiński

## Oknem Astrologa

**J**esiień jest okresem, w którym na pierwszy plan wysuną się relacje i związki, te osobiste oraz biznesowe.

Kiedy w znaku Wagi przebywają trzy planety, w tym słońce (już od 22.09), wenus i mars, a do tego jest nów księżyca, nasza uwaga i energia mocno skieruje się w kierunku tworzenia i budowania partnerskich relacji z drugą osobą.

Doskonały czas na wszelką współpracę, rozmowy i ustalenia oraz zawieranie umów rozpocznie się gdy 14.10 do znaku Wagi wejdzie Wenus, planeta miłości i pieniędzy, a 22.10 Mars, który odpowiada za nasze działania. Ludzie będą teraz naturalnie dążyć do harmonii i porozumienia, a także będą chcieli wzbudzać zainteresowanie swoją osobą i tym, co mają do zaoferowania. Jest to doskonały czas na spotkania, które mają na celu autoprezentację, przedstawienie oferty czy bliższe poznanie się. Znajomości zawarte w tym czasie będą procentować a rozpoczęte projekty we współpracy z innymi okażą się owocne.

Pierwszy jesienny nów księżyca także ma miejsce w znaku Wagi. Nów, czyli świeża energia i nowe początki! Księżyc i słońce łączą się w jednym punkcie, a więc energia jest mocno skoncentrowana i gotowa na podjęcie przez nas nowych decyzji i kroków. Astrologicznie nie ma lepszego czasu na zmianę i rozpoczęcie nowego przedsięwzięcia lub ruszenie z czymś, o czym od dłuższego czasu myślimy. Nów w znaku Wagi otwiera nas na Nowe i pomaga wyjść z kolein starych wzorców dotyczących relacji. Wzorce wyniesione z przeszłości,

negatywne przekonania lub nadmierne oczekiwania mają szansę teraz odejść. Pytajmy siebie o to, czego chcemy w relacjach, co jest dla nas ważne, czego potrzebujemy. Kluczowym tematem w październiku będzie równowaga w relacjach i balans pomiędzy daniem a braniem, byciem dla kogoś a byciem dla siebie. Warto pamiętać o tej równowadze, aby w dążeniu do współpracy nie zdradzić i nie zagubić siebie.

Również pomocna jest świadomość, że relacja z inną osobą jest odzwierciedleniem relacji z samym sobą. Dlatego ważne stanie się zadbanie o swoje prawdziwe potrzeby, wypracowanie w sobie poczucia wartości, po to aby móc przyjmować od innych, to czego pragniemy. 10 października Jowisz, planeta szczęścia i obfitości wejdzie do intensywnego znaku Skorpiona i pozostanie w nim aż do listopada 2018r. Wodny znak skorpiona mówi o głęboko skrywanych emocjach, namiętności, pasji. Jowisz w skorpionie będzie zachęcał i uczył nas, aby zająć się swoimi prawdziwymi emocjami i pragnieniami. Wzrośnie jeszcze bardziej zainteresowanie psychologią, uzdrawianiem i sprawami do tej pory ukrytymi.

Różnego rodzaju badania i research będą opłacalne i przynoszące zyski. Dochodowe będą także działania związane z uzdrawianiem, przemianą i odnową. Sukces i powodzenie będzie należeć do tych, którzy skupią swoją energię i oddadzą się z pasją realizacji planów. Najlepsze efekty przyniesie zaangażowanie i silna wola, tak samo autentyczność w tym co i jak robimy. To doskonały czas, aby wejrzeć w siebie, odkryć niewykorzystane zasoby i obudzić drzemiące talenty.

Anna Tkaczyk - astrolog, psycholog, [facebook.com/astrocoachpl/](https://facebook.com/astrocoachpl/)



# MILLIONAIRE MIND INTENSIVE

Odmień swoje życie finansowe raz na zawsze!

3-5 listopada 2017

Hotel Sangate

ul. 17 Stycznia 32  
02-148 Warszawa



[www.snm.global/millionaire-mind-intensive/](http://www.snm.global/millionaire-mind-intensive/)

[www.bilety.mmipolska.com/?setPartner=aggie](http://www.bilety.mmipolska.com/?setPartner=aggie)