

Budowanie Relacji

**czyli jak zwiększyć
efektywność
prezentacji
biznesowych o 300%**

Darmowa publikacja dostarczona przez SekretyMLM.pl

Edycja z dnia : 30 lipca 2010

Tytuł: Budowanie Relacji czyli jak zwiększyć efektywność prezentacji o 300%

Autor: Grzegorz Utnik

GrzegorzUtnik@sekretymmlm.pl

**Niniejsza publikacja jest darmowym prezentem
dla czytelników SekretyMLM.pl**

Może być kopiowana oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy.

© Copyright by [Grzegorz Utnik](http://GrzegorzUtnik) & Sekretymlm.pl

Spis Treści

Wstęp.....	4
Różne typy osobowości.....	5
Lustrzane dopasowanie.....	6
Prędkość mówienia.....	8
Dopasowanie prędkości oddechu.....	8
Elektryzowanie rozmowy.....	9
Charakterystyka zachowań.....	10
Rozpoznanie.....	10
Zadawaj pytania i czytaj odpowiedzi.....	11
Prezentacja.....	12
Jak przeprowadzić prezentację.....	12
Brutalna prawda o dobrej prezentacji.....	13
Bonus1 : 10 wskazówek dotyczących budowania relacji z klientami i partnerami.....	15
Bonus2 : 3 magiczne słowa i strzelanie samobója.....	18

WSTĘP

Witaj czytelniku. Przeprowadzę Cię teraz przez pewien proces, którego zadaniem będzie przedstawienie Ci jakie najczęściej błędy popełniają ludzie w marketingu sieciowym, co jest przyczyną tylu odrzuceń i oczywiście jak temu zaradzić wprowadzając od zaraz wiedzę zawartą w tym poradniku.

Po pierwsze musisz wiedzieć, że budowanie biznesu opartego o marketing sieciowy to w rzeczywistości budowanie relacji. Jest jedna z najważniejszych umiejętności jakie będziesz potrzebować w tym biznesie. Są oczywiście i inne jak chociażby pozyskiwanie nowych kontaktów, umiejętności przywódcze, umiejętności sprzedaży produktów/usług i wiele innych. Jednak relacje są jednymi z najważniejszych.

Z tego poradnika dowiesz się jak zbudować relację z inną osobą, jak sprawić aby ta osoba nas polubiła i chętnie słuchała tego co mamy do powiedzenia. Cześć osób uważa że stosowanie psychologii w kontaktach to manipulacja. Osobiście nienawidzę manipulacji i jestem bardzo wyczulony kiedy ktoś próbuje na mnie ją stosować. Nie szanuje ludzi, którzy wykorzystują psychologię do nieetycznej manipulacji. To czego chcę Ci teraz nauczyć ma Ci pomóc w zbudowaniu relacji, a nie wpływaniu na decyzję czy jakiejś chorej manipulacji. Jeśli będziesz stosować sztuczki psychologiczne w nieetyczny sposób to wszystko się zwróci w końcu przeciwko Tobie.

Przestawię Ci pewne mechanizmy, które jeśli dobrze zrozumiesz przestaniesz strzelać gole do własnej bramki. Następnie przedstawię Ci 4 różne cechy osobowości jakie możesz napotkać (masz jedną z nich) i jak to wpływa na rozmowę, akceptację i nieporozumienia oraz jak dzięki znajomości tych reguł ludzkiej psychiki opuszczać mury zamiast kruszyć kopie.

Zaczynamy!

RÓŻNE TYPY OSOBOWOŚCI

Czy zdarzyło Ci się kiedyś spotkać osobę, z którą od razu nawiązałeś nić porozumienia? A zdarzyło Ci się spotkać kogoś z kim nie miałaś ochoty rozmawiać jak tylko zamieniłeś z nim 2 słowa? Dzieje się tak ponieważ istnieją różne typy osobowości. Jest to także największy błąd jaki popełniają ludzie w marketingu sieciowym w rozmowie z inną osobą. Zakładamy, że każdy jest taki sam jak my.

Cała sztuka polega na tym aby dopasować się do swojego rozmówcy pod względem fizycznym i psychicznym. Dzięki temu on/ona podświadomie będzie Cie lubić. Nie ma w tym wielkiej filozofii.

Jest to prostsze niż Ci się wydaje. Zanim jednak do tego dojdziemy, zanim do kogoś się dopasujesz zgodzisz się ze mną, że dobrze by było poznać najpierw własną osobowość i widzieć, który z 4 typów osobowości się reprezentuje? Jest to potrzebne dlatego, że w większości przypadków Twoja dominująca osobowość będzie się uzewnętrzniać i „łamać” dopasowanie się. Wypadało by wiedzieć, w którym momencie to może nastąpić i dla jakich typów osobowości może to być źle odebrane.

Pod tym adresem znajdziesz plik w Excelu na test osobowości łącznie z krótką instrukcją jak to wykonać.

<http://www.sekretyMLM.pl/rekomendacje/TestOsobowosci>

Zajmie Ci on pewnie ok 5 minut. Jedna z cech będzie dominująca i w 80% przypadków będzie jeszcze druga cecha, która będzie wspierać cechę podstawową.

Teraz jesteś jednym z dominujących zwierząt : rekin, delfin, jeżowiec, wieloryb. Pamiętaj, że osobowość nie ma wpływu na osiągnięcie sukcesu (każdy może to uczynić). Będziemy się uczyć budować relację i ten test jest do tego bardzo potrzebny. Jest warunkiem dopasowania się do osobowości naszego rozmówcy.

Poniżej znajdziesz schemat określający ogólnie charakterystykę każdego z typów osobowości. Zapoznaj się z nim, jeszcze do niego wrócimy.

Czym się charakteryzują poszczególne „zwierzątka”?



Do tej pory byłeś w stanie dotrzeć do tylko do tej osobowości, którą sam reprezentujesz. Dzieje się tak dlatego, że podobieństwa się przyciągają, a różnice odpychają się. Jeśli jesteś rekinem – nie dogadasz się z wielorybem. Cały widz polega na tym aby dopasować się do osoby, z którą rozmawiasz. Można dopasować się na 2 płaszczyznach (i należy na obu). Fizycznej i psychicznej.

LUSTRZANE DOPASOWANIE

Fizyczna wygląda tak, że układasz swoje działo i ruchy dokładnie jak twój rozmówca. Wyobraź sobie, że stajesz przed lustrem. Lustro „patrzy” na twoją postawę, ułożenie rąk, pozycję tułowia, głowy i kopiuje twoje ruchy. Twoje zadanie to stać się

takim lustrem kiedy rozmawiasz z inną osobą. Ludzie chętniej rozmawiają z osobami, które są takie same jak one. Kiedy zachowujesz się podobnie do osoby, z którą rozmawiasz wysyłasz jej podświadomie sygnał „*jestem taki jak TY*”. Wtedy opadają bariery i osoba jest bardziej otwarta na to co masz do powiedzenia.

Nie kopiuj pozycji obronnych. Jeśli zobaczysz, że na jakieś słowo lub zdanie osoba zareaguje skrzyżowaniem rąk na piersi oznacza to najczęściej pozycję obronną. Więcej o mowie ciała możesz się dowiedzieć z książki [Łukasz Milewskiego „Mowa Ciała a Sukces”](#). Twoje zadanie to sprawić aby pozycja obronna nie miała miejsca, a stanie się to tylko wtedy jeśli odpowiednio zbudujesz relację na początku poprzez dopasowanie się.

Najważniejsze to odpowiednio reagować kiedy następuje pozycja obronna. Zwróć uwagę w jakim momencie następuje pozycja obronna i odpowiednio zareaguj. Jeśli np. prowadzisz swoją prezentację i przechodzisz po kolei przez wszystkie jej punkty, a na punkcie związanym z budowaniem grupy i przedstawieniu marketingu sieciowego ktoś układa się w pozycji obronnej (krzyżuje ręce na piersi) to jest to dla Ciebie sygnał, że coś mu się nie podoba.

Jeśli widzisz, że ktoś w tej konkretnej sytuacji stawia się w pozycji obronnej zapytaj co mu się w tym do tej pory podoba. Czasami jest tak, że zaoszczędzisz swój i jego czas jeśli zadasz to jedno pytanie. Są osoby, które mają wyrobione zdanie na temat marketingu sieciowego (często fałszywe) i za góry złota zdania tego nie zmieniają. Jeśli teraz zaczniesz przekonywać kogoś, że to jest dobre – zaczniesz mu sprzedawać marketing sieciowy. Ta osoba tylko bardziej utwierdzi się w swoim przekonaniu, a ty stracisz czas na tłumaczenia.

Czasami jest jednak tak, że pozycja obronna nie oznacza tego co Ci się wydaje, że oznacza. Jeśli po pytaniu „*co Ci się najbardziej do tej pory podoba*” odpowie „*to i to*”, zgódź się i zapytaj następnie „*czy możemy iść dalej*”. I idź dalej. Mowa ciała i jej znajomość może dać Ci niesamowitą ilość informacji o danej

osobie. Tutaj dałem Ci przykład jednego z możliwych przypadków.

PRĘDKOŚĆ MÓWIENIA

Kolejny ważny aspekt dopasowania fizycznego to prędkość mówienia. Są różne typy osobowości do czego zaraz przejdę w szczegółach, ale jedną z podstaw (dość trudnej do nauczenia się) jest dostosowanie prędkości mówienia do naszego rozmówcy.

W zależności od typu osobowości każdy mówi z określoną prędkością – przyjrzyj się schematowi powyżej. Jeśli ty mówisz bardzo szybko, a osoba przed tobą bardzo wolno to nie złapiesz z nią dobrego kontaktu.

Podobnie dotyczy to intonacji głosu czyli tego czy mówisz entuzjastycznie czy pesymistycznie, cicho czy głośno. Dopasowanie się w pesymistycznym podejściu może wydać Ci się dziwne, ale czasami jest konieczne aby opuścić mury między wami.

To Ci się może wydać niekomfortowe i wręcz głupie, ale daje ciekawe efekty. Dostosuj prędkość mówienia do tego człowieka. Kiedy poznasz dokładnie te 4 typy osobowości będziesz wiedzieć jak jest to ważne i co się stanie jeśli tę kwestię pominiesz.

DOPASOWANIE PRĘDKOŚCI ODDECHU

Jest to najtrudniejsza i zarazem najpotężniejsza technika dopasowania fizycznego. Stanowi jedyną funkcję naszego organizmu, której nie kontrolujemy podczas rozmowy ponieważ wymaga ciągłego świadomego skupienia.

Mimo wszystko można dzięki temu nawiązać niesamowitą więź bez wypowiedzania nawet jednego słowa. Kiedy zauważysz w czasie rozmowy z inną osobą, że bierze wdech – też weź wdech. Kiedy zobaczysz wydech – zrób to samo. Dopasuj się.

Możesz to trenować w prosty sposób. Kiedy widzisz jakies 2 osoby prowadzące rozmowę – wybierz jedną i zacznij oddychać tak jak ona. Możesz także trenować z rodziną i znajomymi w czasie normalnej rozmowy z nimi (oczywiście oni nie mogą wiedzieć co robisz, bo nie będą naturalni).

ELEKTRYZOWANIE ROZMOWY

„Podstawowy błąd jaki popełniamy w kontaktach z ludźmi to zakładamy, że każdy jest taki sam jak my „

Jeśli wykonałeś test, który Ci wcześniej podałem będziesz w stanie to zrozumieć od razu – jeśli jeszcze nie zrobiłeś tego, no cóż marketing sieciowy to miejsce dla ludzi czynu, a nie ludzi z wymówkami. Idź teraz wykonać test osobowości!

Po wykonaniu testu zauważysz, że posiadasz cechy np. rekina (dominujący) i delfina (poboczny) albo całkowicie zdominowanie przez jeden typ osobowości i jesteś np. rasowym jeżowcem.

Co wyróżnia poszczególne typy osobowości i jak je rozpoznać?

Spójrz na rysunek z podziałem na poszczególne rodzaje osobowości. To jest podstawowy wyznacznik dotyczący charakteru danej osoby i tego na jakiej podstawie będzie podejmować decyzje o dołączeniu do biznesu.



CHARAKTERYSTYKA ZACHOWAŃ

Rekin. Rekin to osoba, która szybko myśli, szybko mówi, szybko się porusza i działa, nie ma cierpliwości . Jest poważny, nie emocjonuje się zbyt. Jest zorientowany na cele, ma naturalne umiejętności przywódcze. Motywowany przez pieniądze. Lubią przejść do sedna, nie lubią owijania i „lania wody”.

Jeżowiec. To osoba analityczna, lubi posiadać dużo informacji. Myśli, mówi i porusza się powoli. Zadaje masę pytań, chce wszystko zrobić jak należy. Jest zawsze dobrze zorganizowany, metodyczny. Pozbawiony emocji przy podejmowaniu decyzji.

Wieloryb. To osoba, która stawia inne osoby przed sobą samym. Chce pomagać innym osobom. Myśli, mówi i porusza się powoli. Taka osoba ma bardzo pogodne nastawienie, jest wyluzowana, zrelaksowana. Ma świetne umiejętności słuchania, jest dobrym słuchaczem. Nie lubi konfrontacji, jest miła, sympatyczna i zgodna na różne pomysły.

Delfin. To osoba kochająca przebywać z ludźmi. Ma niesamowitą ilość energii. Myśli, mówi i porusza się szybko. Lubi być w centrum uwagi, jest kreatywna i „wielobarwna”. Ma świetne poczucie humoru, ceni sobie swobodę i zazwyczaj nie jest dobrze zorganizowana.

ROZPOZNANIE

Jak rozpoznać z kim w danej chwili rozmawiamy aby się do niego zacząć dopasowywać?

Kilka wskazówek. Prędkość mówienia i tematyka rozmowy. O prędkości pisałem wyżej. Jeśli ktoś mówi szybko to znak, że jest rekinem albo delfinem. Jeśli powoli to mamy do czynienia z jeżowcem lub wielorybem. Rekiny i jeżowce lubią przejść do sedna. Siadają i mówią „*co tam masz*”. Delfiny i wieloryby lubią sobie pogadać.

Pamiętaj musisz się dopasować. Jeśli jesteś na przykład rekinem to nie przechodź do sedna sprawy jeśli masz przed sobą delfina!

Twoje zadanie przez całą rozmowę to być zainteresowanym tą drugą osobą. Jaki jest ulubiony temat każdego człowieka? On sam. Zadawaj więc pytania o ich cele i dotychczasowe doświadczenia. Podświadomie zaczną Cię bardziej lubić, a odpowiedzi powiedzą Ci dodatkowe informacje na temat osobowości danej osoby i pomogą w jeszcze dokładniejszym dopasowaniu się.

Rekina i jeżowca będzie mniej interesować jacy ludzie są w danej firmie, bardziej zainteresują go możliwości zarobkowe (fakty, liczby). Z kolei wieloryb lub delfin przez rozmowę przed prezentacją samą w sobie podświadomie podejmuje decyzje czy chce pracować z osobą taką jak Ty czy nie. Patrzy na twój stan emocjonalny i na tej bazie głównie podejmuje decyzję. Dla jednych ważniejsze są fakty dla drugiej osoby.

ZADAWAJ PYTANIA I CZYTAJ ODPOWIEDZI

Przykłady pytań i odpowiedzi.

Zapytaj o ich powód DLACZEGO mieli by to robić. Jakie są ich cele/marzenia życiowe.

Jeśli odpowie, że chce dzięki temu zarobić 2 miliony – rekin; jeśli powie, że chce postawić szpital dla samotnych matek – wieloryb.

Zapytaj co by zrobił gdyby miał na koncie tyle pieniędzy, że mógłby sobie pozwolić na absolutnie wszystko.

Jeśli powie, że stworzyłby czasopismo albo serwis internetowy gdzie mógłby udzielać szczegółowych informacji technicznych dotyczących podzespołów komputerowych – jeżowiec; jeśli powie że podróżować po świecie z przyjaciółmi, kupić samolot i skakać ze spadochronem – delfin.

Odpowiedzi nakierują Cię na rodzaj osoby z jaką masz aktualnie do czynienia. Budujemy relację. Dopasuj się. Mów wolniej do wieloryba i szybciej do rekina. Dopasuj ułożenie swojego ciała do swojego rozmówcy i przygotuj prezentację pod dany typ osoby.

PREZENTACJA

Kiedy przejść do sedna i rozpocząć prezentację? Dokładnie wtedy kiedy oni tego zechcą. Rekiny i jeżowce lubią przejść do sedna. Z kolei delfiny i wieloryby lubią rozmawiać i może się zdarzyć, że przegadacie cały czas przeznaczony na prezentację. Niczym się nie przejmuj. Oni podejmują decyzję zanim zrobisz prezentację. Pójdą za tobą jeśli Cię polubią.

Pamiętaj aby stawiać rozmówców zawsze na pierwszym miejscu. Dostosuj się do ich tempa, interesuj się nimi. Dzięki temu niezależnie od tego jaka jest twoja osobowość będziesz w stanie dotrzeć do większej ilości ludzi. Jeśli jesteś delfinem to do tej pory byłeś w stanie dotrzeć tylko do delfina. Teraz możesz dotrzeć do pozostałej części. Jeśli założyć, że wszystkie typy osobowości występują na świecie po równo (25% każda) to na pewno dostrzegasz korzyść z komunikacji z pozostałymi 75%.

JAK PRZEPROWADZIĆ PREZENTACJĘ?

Masz już za sobą zbudowanie raportu, znasz cele osoby, z którą rozmawiasz, wiesz jaki ma typ osobowości. Twoim zadaniem będzie teraz dobrze sprzedać prezentację. Co mam na myśli? Kiedy pierwszy raz poznałem marketing sieciowy byłem niesamowicie podekscytowany możliwościami jakie poznałem. Co takiego wywołało u mnie takie emocje? Plan wynagrodzeń? Ludzie, którzy chcieli mi pomóc? A może produkty i usługi? Nic z tych rzeczy. Marketingowi sieciowemu zawdzięczam wykopanie dawno zagrzebanych marzeń i wiarę w ich osiągnięcie.

To jest właśnie to co musi sprzedać twoja prezentacja. Marzenia osoby, z którą rozmawiasz. Jak to zrobić? Przede wszystkim twoja prezentacja musi być możliwie krótka (mniej niż 15 minut), ponieważ jeżeli ktoś odniesie wrażenie, że to jest długie i trudne nigdy nie zdobędzie się na odwagę aby to powtórzyć.

Jeśli prowadzisz prezentację dla rekina lub jeżowca interesować ich będą bardziej fakty. Możesz nieco bardziej szczegółowo omówić temat wynagrodzeń, szczegóły związane z cyframi (fakty). Nie interesuje ich lanie wody – pamiętaj o tym.

Jeśli prezentację prowadzisz dla wieloryba lub delfina koniecznie pominię skupianie się na szczegółach gdzie jest masa cyferek i wyliczeń. Zanudzą się na śmierć i stracisz ich. Ciebie może ekscytować plan wynagrodzeń i produkt i to jest OK, ale teraz robisz prezentację dla delfina, a nie dla siebie.

Kolejna ważna sprawa to umiejscowienie ICH marzenia w TWOJEJ prezentacji. Jak to zrobić?

Użyj ich własnej wyobraźni. Rozmawiasz np. z delfinem, poznałeś jego/jej cele i jest nim na przykład podróżowanie po Ameryce Północnej ze swoim partnerem. Przedstawiasz prezentację krok po kroku i kiedy dochodzisz do punktu związanego z budowaniem dźwigni (budowanie sieci dystrybutorów), możesz powiedzieć coś w rodzaju „*Wyobraź sobie, że będziesz budować taką strukturę przez rok czasu i zbudujesz pasywny dochód, dzięki któremu będziesz w stanie pojechać ze swoim partnerem do Ameryki Północnej nie martwiąc się o pieniądze*”.

To jest klucz. Formuła [wyobraź sobie, że] + [robisz coś] = [jego/jej cel lub marzenie]. Najłatwiej jest to ułożyć dla własnego typu osobowości. Poświęć chwilę czasu i napisz sobie po jednym przykładzie dla pozostałych 3 typów.

BRUTALNA PRAWDA O DOBREJ PREZENTACJI

Pamiętaj jednak, że chociaż będziesz umieć robić najlepszą prezentację na ziemi, ale nie będziesz miał jej komu prezentować to niestety ale nie zarobisz w tym biznesie ani grosza. Powinieneś ustalić sobie priorytety i wąskie gardło. To na priorytetach i na rozwiązaniu największych problemów powinieneś koncentrować swoją uwagę.

Jeśli rozmawiasz z bardzo wieloma osobami i masz kiepskie wyniki – moim zdaniem ten poradnik jest w sam raz dla Ciebie. Jeśli nie rozmawiasz z wieloma osobami, nie masz wielu kontaktów albo już wyczerpałeś swoją listę polecam Ci skoncentrować się właśnie na pozyskaniu większej ich liczby.

Kiedy załatwisz ten problem zapytaj sam siebie „*gdzie jest teraz moje wąskie gardło?*” i zacznij się koncentrować na odpowiedzi na to pytanie.

Słyszałem historię mającą już 20 lat o pewnej osobie, która działała w firmie Amway w USA. Nie wiedziała zupełnie nic na temat budowania relacji, podchodziła do każdego na ulicy, w barze, w restauracji i wręcz natrętnie proponowała wspólny biznes. Jak Ci się wydaje, udało jej się cokolwiek osiągnąć nie mając podstaw budowania relacji?

Przez 3 lata działania w ten sposób ta osoba zarobiła ponad 3 miliony dolarów.

Powinieneś wiedzieć, że nawet jeśli zrobisz wszystko źle, a będziesz prezentować swój biznes ogromnej liczbie osób – odmieni to twoje życie.

Zasady przedstawione w tym poradniku nie są niczym nowym. Znane są od czasów Hipokratesa, ale mimo to niewiele osób ma ich świadomość, a jeszcze mniej z nich korzysta. Ty już je znasz. Teraz od Ciebie zależy czy będziesz człowiekiem czynu czy wymówek.

BONUS 1

10 WSKAZÓWEK DOTYCZĄCYCH BUDOWANIA RELACJI Z KLIENTAMI I PARTNERAMI

1. Będziesz potrzebować wyrobić w sobie wycucie empatii oraz szczerze interesowanie się drugą osobą. Budowanie relacji opiera się o kilka poziomów komunikacji, które poznałeś już w tym poradniku.

2. Użyj wiedzy do budowania relacji. Odkryj czym się interesują i niech to będzie tematem rozmowy. Ludzie uwielbiają mówić o tym co lubią i o tym na czym się znają. Jeśli masz możliwość dowiedzieć się przed spotkaniem czym się dana osoba interesuje, zrób mały wywiad i dowiedz się czegoś na temat jego zainteresowań.

3. Zdarza się, że natrafisz na osobę, która będzie bardzo niechętna do dzielenia się jakimikolwiek informacjami o swoim życiu prywatnym (o rodzinie, hobby itp.) i nie będzie miała specjalnie ochoty na konwersację. Jak wtedy poradzić sobie z opuszczaniem barier i budowaniem relacji?

Znasz już to z poprzedniej części. To lustrzane odbicie, prędkość mówienia, intonacja głosu i dopasowanie prędkości oddechu.

4. Kiedy poznać, że relacja, więź została zbudowana? Możesz to sprawdzić poprzez „prowadzenie”. To trzeci etap prowadzący do rozpoczęcia prezentacji. Pierwszym jest zainteresowanie drugą osobą, drugim jest dopasowanie fizyczne.

Prowadzenie można sprawdzić poprzez zmianę położenia ciała, zmianę tonu głosu, zmianę prędkości oddechu itp. Jeśli osoba podąży za tobą (np. zmieni ułożenie swojego ciała aby dopasować się do Ciebie albo weźmie do ręki herbatę kiedy ty to robisz itp.) zbudowana została więź. Jeśli nie podąży – musisz zacząć budować relację od początku.

5. Zasada wzajemności. Kiedy przystępujesz do prezentacji daj coś osobie, z którą rozmawiasz nie oczekując nic w zamian.

Potraktuj to jako inwestycję. Powinno to być coś za co ta osoba może być wdzięczna. Długopisy firmowe, kalendarze itp. to przereklamowane przedmioty i nie wywołują pożądanego efektu. Powinno to być coś unikalnego. Zgodzisz się ze mną, że jest coś magicznego w otrzymywaniu ciekawych prezentów. Taki gest pomaga w zbudowaniu wzajemnej więzi.

6. Wróg publiczny. Pewnie obito Ci się o uszy powiedzenie „*wróg mojego wroga jest moim przyjacielem*”. Jeśli się zdarzy, że w czasie rozmowy ktoś podzieli się z tobą kto jest jego największym wrogiem to zbudowałaś relację na całe życie. To mogą być podatki, rozprawy sądowe, policja, dozorczy budynków, paliwo na stacjach benzynowych itp. Sprawy, które dotyczą was obojga i stawiają po jednej stronie barykady.

Jeśli powiesz, że sprzymierzasz się z ich wrogiem (np. „*podatki są słusznie naliczane i powinni je nawet podnieść dla takich osób*”) to jesteś po drugiej stronie barykady i nigdy nie zbudujesz relacji. Staniesz się wrogiem.

7. Ktoś taki jak TY. Kiedy prowadzisz prezentację możesz dorzucić jakąś krótką historię (prawdziwą!) o osobie, która była dokładnie w takiej samej sytuacji jak on i jest obecnie w firmie mlm, albo jest klientem i jest z tego faktu bardzo zadowolony. Teraz kiedy nauczysz się interesować innymi osobami będziesz mieć cały wachlarz historii do dzielenia się z innymi osobami.

8. Zaserwuj komplement. Powiedz coś dobrego o tej osobie lub jej przedmiotach (pracowity; ładne kafelki na podłodze w kuchni). To musi być szczere, jeśli coś Ci się naprawdę spodoba – pochwal to. Pokażesz tym samym, że szanujesz tę osobę, jej gusta itp.

9. Zaczynij prezentację i skończ ją „wejściem smoka”. To powinna być jakaś ważna informacja albo coś co wie tylko kilka osób; możesz im pokazać coś czego nikt inny wcześniej nie widział itp. Pamiętaj, informacje i rzeczy jakie podasz muszą być prawdziwe.

Np. „*Czy wiedziałeś, że ta firma jest największa na świecie w tym i tym?*” albo „*Do tej pory mniej jak 1% ludzi w europie wie*

o tym produkcie. Czy wiesz jakie można na tym zrobić pieniądze?”

10. Dawaj więcej niż obiecasz. Dawaj zawsze dokładnie to co obiecałeś i jeszcze coś ekstra. To może być cokolwiek : książka, piwo, kartka na święta.

Obecnie żyjemy w epoce gdzie każdy chce mieć wszystko lepsze, szybsze, tańsze, łatwiejsze itp. Jeśli ktoś oprócz Ciebie może dostarczyć produkt [A] (czy to jest przedmiot czy szansa na współpracę) to masz konkurenta, ale jeśli od Ciebie mogą otrzymać [A+2] to stawiasz się na lepszej pozycji.

Zadawaj sobie pytania :

„Co takiego mogę dać swojemu klientowi/partnerowi czego nie dostanie od nikogo innego”

„Co takiego możesz zrobić dla tej osoby, a czego nikt inny nie robi?”

Odpowiedz sobie na te pytania, a następnie zrób to!

Taka jest natura każdego człowieka. Jeśli TY poświęcisz czas i energię na zbudowanie relacji z daną osobą, to ta osoba będzie również zainteresowana TOBĄ. Dzięki tym zasadom budowania relacji nie będzie Ci potrzebna wielka liczba technik zamykania sprzedaży. Klienci sami będą chcieli od Ciebie to co masz im do zaoferowania.

BONUS 2

3 MAGICZNE SŁOWA I STRZELANIE SAMOBÓJA

Jak to się dzieje, że strzelamy sobie sami gole do własnej bramki? Nie wiem co wiesz w tej chwili na temat NLP (programowanie neurolingwistyczne) ale zakładam, że już coś na ten temat słyszałeś.

Nie chcę się tu rozpisywać o teorii związanej z tym zagadnieniem, jeśli Cię dokładnie interesuje jak mózg interpretuje słowa, o których będę teraz pisać polecam Ci publikację Andrzeja Batko „Sztuka Perswazji” lub jakąkolwiek inną publikację poświęconą NLP (to są podstawy).

Chcę zwrócić twoją uwagę na parę głównych zwrotów jakich używasz nieświadomie w konwersacji i co one wywołują. Te zwroty to „**NIE**”, „**ALE**” i „**SPRÓBUJ**”. Każde z nich spełnia swoją funkcję w rozmowie i może działać na twoją korzyść lub nie, ale to zależy od Ciebie.

Przejdźmy do meritum.

Jak wykorzystać i jak działa słowo **NIE**? W biznesie marketingu sieciowego zdarza się, że nie chcemy aby dana osoba coś zrobiła. Mówimy np. „*NIE wchodź na Internet i NIE szukaj opinii o firmie*”.

Co zrobi i pomyśli osoba której zaserwujesz taki tekst? Pierwszą myślą będzie : „*Coś musi być w tym Internecie na ten temat i muszę to sprawdzić*”. Drugą rzeczą jest to co zrobi taka osoba po powrocie do domu czyli przeszuka Internet i informacje o firmie. Jakoś tak się dziwnie dzieje, że znajdują przeważnie te złe rzeczy, pomimo że ponad 80% opinii na temat marketingu sieciowego to opinie dobre lub bardzo dobre.

Powinieneś zrozumieć, że mózg nie rozumie negacji. Jeśli powiesz komuś żeby czegoś nie robił albo o czymś nie myślał najprawdopodobniej to właśnie uczyni. To element myślowy

każdego z nas. Mówiąc do kogoś aby nie wchodził na Internet mówisz mu właśnie : „*wchodź na Internet*”. Mózg nie rozumie słowa NIE.

Jak temu zaradzić? To proste. Zaczynij mówić wyłącznie to co ma ktoś zrobić, zamiast tego czego ma nie robić. Np. „*Przeczytaj o naszej firmie w Internecie na stronie www.firma.pl Zobaczysz tam [to i to], zobaczysz inne osoby, które odniosły sukcesy*” itp. Prawda, że proste?

Pomimo, że tak wiele osób ma świadomość działania negacji, mało kto tego używa i pamięta o tym! Jeśli używasz tego zwrotu w taki sposób jak podałem w przykładzie na początku to sam sobie strzelasz samobója.

Możesz także wykorzystać to słowo NIE w odwrotną stronę, ale to już wymaga więcej zabawy i ćwiczeń. Mówisz komuś żeby czegoś nie rozważał, ale dzięki wykorzystaniu tej konstrukcji będzie rozważać taką możliwość. Np. „*Pewnie NIE chciał byś przyjść na takie darmowe spotkanie biznesowe*”.

Pamiętaj, że jeśli chcesz aby ktoś coś zrobił, chcesz komuś przekazać konkretne instrukcje lub czynności powiedz to w formie [co ma zrobić] + [co się stanie jeśli zrobi inaczej] (zawsze mów co ma zrobić zamiast czego nie robić).

Na przykład : „*Zadzwoń do swojego znajomego i powiedz mu [to i to]. Jeśli zrobisz to po mojemu może okazać się, że Twoje zarobki będą mizerne.*”

W ten sposób jest większa szansa na to, że przemówi się komuś do rozumu.

Drugie słowo to słowo **ALE**. Krótko mówiąc kasuje ono całe wcześniejsze zdanie. Jak to najczęściej wygląda? Dla przykładu chcemy kogoś pochwalić, mówimy wtedy: „*Świetnie poprowadziłeś to spotkanie było naprawdę wspaniałe, lepszego sam nie mógłbym poprowadzić, ALE zrobiłeś źle[to i to] i musisz nad tym popracować*”.

Co taka osoba zapamięta z tego zdania? Dokładnie – tylko drugą część po „ALE”. Z drugiej części pozostaną emocje. Zapamięta spotkanie jako takie, które mogło pójść lepiej gdyby zrobił [to i to]. Koncertuje się na tym co zrobił źle, zamiast cieszyć się z tego co zrobił dobrze i z ogromnego postępu jakiego dokonał do tej pory. Taka pochwała zostanie szybko zneutralizowana, pozostanie tylko niesmak (pomimo pracy i starań – nagrodą jest reprimenda).

Jest ważne aby twoi ludzie czuli się zawsze dobrze przy tobie (pamiętasz? – budujemy relacje). Jeśli chcesz coś przekazać niemiłego dla kogoś innego znajdź coś za co możesz go pochwalić i użyj spójnika „i” zamiast „ALE”. Na przykład : *„Świetnie poprowadziłeś to spotkanie było naprawdę dopracowane w każdym szczególe, lepszego sam nie mógłbym poprowadzić i jeśli następnym razem zrobisz lepiej [to i to] nic Cię nie powstrzyma przed osiągnięciem Twojego celu”*.

Taka osoba przyjmie pochwałę, poczuje że zrobiła coś dobrze, Ty ją za to chwalisz i przekazujesz dodatkowe sugestie, że może osiągnąć swój cel jak popracuje jeszcze nad jakąś ważną kwestią. Przekaz brzmi : *„Jesteś dobry i możesz być jeszcze lepszy”* zamiast *„Jesteś dobry, ALE ...”*

Ostatnie słowo to słowo **SPRÓBUJ**, które sam wykorzystuję raczej do tego aby ktoś czegoś nie zrobił. Mianowicie słowo spróbuj to programowanie porażki. O co dokładnie chodzi? Jeśli powiesz do kogoś aby spróbował coś zrobić, jest spora szansa, że mu się to nie uda.

Na przykład : *„Spróbuj znaleźć inną firmę, która ma taki produkt i takie możliwości”*.

Jest takie powiedzenie *„jeśli masz czegoś spróbować – nawet nie wstawaj, szkoda czasu”*. Tak samo jak w życiu tak i w biznesie jeśli ktoś chce czegoś spróbować najprawdopodobniej tego nie zrobi, ponieważ już usprawiedliwia się. W razie czego powie *„przecież próbowałem”*. I wtedy rezygnuje.

Częścią ludzkiej natury jest posiadanie w sobie wielkiego lenia. Używając słowa spróbuj aktywujesz go. Pamiętaj aby używać go z pełną świadomością konsekwencji. Osobiście uważam, że jak ktoś nie próbuje to nie ma szans cokolwiek osiągnąć. Jak zapytał audiencję kiedyś Brian Tracy : *„Ile razy ludzie próbują czegoś nowego zanim się poddadzą? Ta liczba jest mniejsza od jedności”*.

Jest pewna subtelna różnica między próbowaniem, a spróbowaniem. Pierwsze wyraża się ciągłym działaniem, drugie pojedynczą próbą.

Dlatego też Twoim zadaniem jako lidera jest pomóc zespołowi w zamianie próby na działanie. Próbować warto zawsze, jeśli Ty widzisz, że ktoś w Twoim zespole (albo Ty sam) chce spróbować czegoś nowego – niech to zrobi. Powiedz „ok, zrób to”, albo „ok, zrobię to”. Zastąp wtedy słowo programujące porażkę na takie, które wywoła działanie „spróbuj” na „zrób”.

Wykorzystując te 3 magiczne słowa we właściwy sposób staniesz się jedną z bardziej efektywnych osób w kontaktach międzyludzkich. Nie tylko w biznesie, ale ogólnie w życiu. Zaczynaj od świadomego ich używania. Po pewnym czasie staną się one częścią twojej nieświadomej mowy i będziesz w stanie kontrolować przebieg rozmowy bez dodatkowego skupiania się na tych słowach.

Nigdy się nie poddawaj

Te i inne strategie dotyczące budowania biznesu w oparciu o marketing sieciowy, psychologii biznesu oraz samorozwoju znajdziesz jak zawsze na:

www.sekretyMLM.pl

Zapisz się na biuletyn aby zawsze mieć najświeższe informacje.

www.sekretymlm.pl/poradniki-mlm/