

CUPRINS

PREFAȚĂ	9
CAPITOLUL 1: MENTALITATEA	15
SECRETUL CAMPIONILOR	16
POSTURA	18
TE CUNOSC, ÎMI PLACI, AM ÎNCREDERE ÎN TINE	19
LEGEA CELOR 250	20
CUM SĂ GĂSEȘTI, SĂ FACI CUNOȘTINȚĂ ȘI SĂ CÂȘTIGI ÎNCREDEREA UNOR NOI PERSOANE	23
CAPITOLUL 2: PROCESUL PROSPECTĂRII (10 pași	
pentru a găsi prospecti și în piatră seacă)	25
LOCURI ȘI FEȚE	26
ÎNCEPEREA PROCESULUI DE PROSPECTARE	28
Pasul numărul unu: Adaptează-ți atitudinea la motivul pentru care participi la eveniment	28
Pasul numărul doi: Fă o „trecere în revistă a terenului”	28
Pasul numărul trei: Localizează, fără să le abordezi, câteva „centre de influență”	29
Pasul numărul patru: Încearcă să faci cunoștință cu una dintre persoane	30
NU VORBI DESPRE AFACEREA TA DE MARKETING ÎN REȚEA SAU DESPRE PRODUSELE PE CĂRE LE DISTRIBUI!!!!	31
CONVERSAȚIA INIȚIALĂ	31

Pasul numărul cinci: Începe să construiești o conexiune	31
Pasul numărul șase: Pune întrebări deschise, alese dintre cele pe care le-am strâns sub numele de <i>Bob Burg's 10 Feel-Good Questions®</i>	32
ÎNTREBĂRI CARE ÎI FAC PE OAMENI SĂ SE SIMTĂ BINE	33
Întrebarea numărul unu: „Cum ai început să lucrezi în această afacere?”	33
Întrebarea numărul doi: <i>Ce îți place cel mai mult în munca ta?</i>	34
Întrebarea numărul trei: <i>Prin ce se distinge compania ta de concurență?</i>	34
Întrebarea numărul patru: <i>Ce sfat ai da cuiva care tocmai începe să lucreze în domeniul tău?</i>	34
Întrebarea numărul cinci: <i>Care este cea mai memorabilă (sau mai amuzantă) întâmplare pe care ai trăit-o în afacerea ta?</i>	34
Întrebare suplimentară: <i>Cum prevezi că vor evolua lucrurile în domeniul tău de activitate?</i>	35
Întrebarea Cheie care te va demarca de toți ceilalți oameni pe care i-a întâlnit vreodată prospectul: „Cum pot să știu dacă o persoană cu care stau de vorbă este pentru tine un prospect cu potențial?”	35
Un alt tip de întrebări pe care le poți pune se numește FORM	38
F este de la familie	38
O este de la ocupație	38
R este de la relaxare	38
M este de la mesaj	39
ÎNCHEIE DISCUȚIA ȘI TRECI LA URMĂTORUL PAS	39
Pasul numărul șapte: Încheie discuția	39
Pasul numărul opt: Prezintă-te următorului prospect	40
CONTINUĂ SĂ FACI O IMPRESIE MINUNATĂ	41
Pasul numărul nouă: Ține minte numele prospectilor	41
Pasul numărul zece: Prezintă-i unii altora pe cei cu care ai făcut cunoștință	42
CAPITOLUL 3: Consolidarea relației (Într-un mod amabil și eficient)	45
O ALTĂ „PRIMĂ” IMPRESIE MINUNATĂ	47
Pasul numărul unu: Trimite prospectului o notă de mulțumire personalizată și scrisă de mână	47
IMPRESIA PE CARE AI FĂCUT-O DE CE ESTE IMPORTANTĂ FOTOGRAFIA? PENTRU CĂ NOI TOȚI GÂNDIM ÎN IMAGINI	49
PĂSTREAZĂ-I ÎN MINTE	51

Pasul numărul doi: Trimite prospectiilor orice articole extrase din ziare și reviste și orice informații interesante pentru ei personal sau pentru afacerile lor	51
Pasul numărul trei: Ori de câte ori afli că o persoană are o anumită dorință sau o nevoie de un produs sau serviciu, pune-ți întrebarea: „Care dintre prospectii mei ar putea să satisfacă acea dorință sau nevoie?”	52
ACUM A VENIT TIMPUL	53
Pasul numărul patru: În acest moment, lista cu nume a devenit atât de lungă și crește atât de repede încât a venit timpul să începi să dai telefoane	53
CAPITOLUL 4: PROSPECTARE „RAPIDĂ” (Asigură o mulțime de prospecti!)	55
VREA CINEVA O CAFEA?	56
Pasul numărul unu: Relaxează-te la o masă cu o cafea, ia o carte și citește	57
Pasul numărul doi: Observă o persoană cu aspect rafinat ce stă la o masă vecină	57
Pasul numărul trei: Stabilește contactul vizual, zâmbește și salută	57
Pasul numărul trei (supliment): Mergă oricând altă frază de lansare a conversației	57
Pasul numărul patru: pune câteva întrebări care au darul să facă interlocutorul să se simtă bine	57
DECLARAȚIA „CHEIE”	58
Pasul numărul cinci: Rostește Declarația Cheie	58
Răspunsul numărul 1: „Da, îmi place munca mea. Este minunată. Foarte plăcută și aducătoare de satisfacții.”	58
Răspunsul numărul 2: „Nu, îmi urăsc munca. Nu câștig cât ar trebui și mă simt foarte dezamăgit. Mi-ar plăcea să fac altceva.”	59
CAPITOLUL 5: SĂ PUNEM LUCRURILE CAP LA CAP (CELE DE PÂNĂ ACUM) (Recapitularea elementelor de bază)	61
CONSTRUIEȘTE PE BAZA MICILOR SUCESE	62
FOLOSEȘTE SISTEMUL	62
CAPITOLUL 6: RECOMANDĂRILE	65
CEA MAI OBIȘNUITĂ GREȘEALĂ	67
AI AUZIT-O PE CEA DESPRE...	68
SOLUȚIA ESTE SĂ ÎNGUSTEZI CADRUL DE REFERINȚĂ	69
CAPITOLUL 7: STABILIREA ÎNTÂLNIRILOR PE BAZA RECOMANDĂRILOR	73
CAPITOLUL 8: CONVORBIRILE TELEFONICE ÎN TREI (Ușor ca ABC)	77
INTERES RAȚIONAL: PROPRIUL PROFIT	78

CUM SE FACE	79
DUBLĂ CONSTRUIRE A IMAGINII	80
CAPITOLUL 9: OBIECȚIILE (Ar putea însemna mai mult decât par la prima vedere) (Plus: Cum să le tratezi!)	83
Ideea numărul unu: Păstrează în minte ce vrea să comunice <i>cu adevărat</i> cineva care spune că nu are 320 \$ pentru a se afilia	86
O altă idee	86
CAPITOLUL 10: CUM SĂ RĂSPUNZI OBIECȚIILOR ȘI SĂ CONVINGI PROSPECTUL (Fără să răspunzi obiecțiilor și fără să încerci să-l convingi)	89
CAPITOLUL 11: SISTEMELE CONDUC LA SUCCES	95
CAPITOLUL 12: REALITĂȚI PERCEPTUALE	99
CAPITOLUL 13: LEGEA DĂRUIRII ȘI PRIMIRII CU SUCCES (Partea 1: <i>Extras din Endless Referrals: Network Your Everyday Contacts into Sales</i> , de Bob Burg)	105
CAPITOLUL 14: SĂ ÎNȚELEGEM LEGEA DĂRUIRII ȘI PRIMIRII CU SUCCES (Partea a 2a: „Marele Paradox”; <i>Extras din Endless Referrals: Network Your Everyday Contacts into Sales</i> , de Bob Burg)	111
MARELE PARADOX LEGAT DE A DĂRUI ȘI A PRIMI	113
SUPERVEDETELE MARKETINGULUI ÎN REȚEA	114
Numărul unu: Le place să dăruiască	114
Numărul doi: Știi să conecteze oamenii între ei (ceea ce, într-un sens, ține tot de plăcerea de a dăru)	114
O ADEVĂRATĂ SUPERVEDETĂ A MARKETINGULUI ÎN REȚEA	117
CAPITOLUL 15: DACĂ MARKETINGUL ÎN REȚEA ESTE UN JOC, CÂND ȘTII CĂ AI CĂȘTIGAT?	119
<i>Rețea de relații (definiție Burg)</i>	120
<i>Joc</i>	120
<i>A câștiga</i>	121
DESPRE BOB BURG	123
Despre editura BusinessTech International	125
Sfârșit	128

PREFAȚĂ

Ei bine, am vești bune și vești proaste.

Mai întâi veștile bune. Ai în mâinile tale cea mai bună oportunitate de afaceri de pe fața pământului. Te afli la locul potrivit și în momentul potrivit pentru a-ți construi propria afacere. Ai cei mai buni mentori (sponsori, lideri sau oricum i-ai numi pe îndrumătorii tăi) și cel mai bun sistem de construire a unei afaceri, iar compania care se află în spatele acestui sistem este fără reproș, având ani de experiență și succes.

Care este acest sector de activitate?

Marketingul în rețea sau multilevel marketingul, formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți și independenți care primesc un comision atât pentru vânzările proprii, cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți și independenți pe care i-au recrutat și îi îndrumă

personal. Marketingul în rețea a creat milionari și s-a dovedit un mijloc de a obține libertate financiară și mai mult timp liber pentru indivizi întreprinzători exact ca tine. Acest sistem și-a demonstrat viabilitatea timp de atâția ani încât succesul lui este considerat acum de la sine înțeles. Reviste de prestigiu au prezentat obiectiv marketingul în rețea, acordându-i credibilitate și respect. Pentru a avea și tu succes, ai la dispoziție instrumente și cunoștințe în care companiile au investit milioane și milioane de dolari. Vei avea acces la cele mai noi tehnologii și echipamente, iar mijloacele de comunicare ca sistemele de teleconferință sau videoconferință abundă. Ești parte a unei infrastructuri care te așează în scaunul șoferului pe autostrada vieții.

Acestea sunt veștile bune. Și cred că ești de acord cu mine că ele sunt chiar al naibii de bune!

Prin urmare, care sunt veștile proaste?

De fapt, nu sunt chiar niște vești rele. Sunt, mai degrabă, vești din „lumea reală”. Chiar dacă te alături unei companii cu adevărat minunate, cu cele mai bune produse din sector și oferind potențial pentru a câștiga sume de bani enorme și a-ți oferi o viață plină de confort și libertate... ESTE O AFACERE CU OAMENII!!! Așa a fost întotdeauna și așa va fi mereu.

Deci, Bob, spui că este o afacere cu oamenii. Și ce mare lucru? De ce este asta o veste proastă? Scuze, o veste din „lumea reală”. Adică de ce faci atâta caz că este o afacere cu oamenii. Toate afacerile sunt făcute de oameni și cu oameni.

Oamenii pot fi dificili. Iată, ... am spus-o. Sincer, asta nu este o mare surpriză pentru tine, nu-i așa? Oamenii sunt dificili și nu acționează întotdeauna în mod logic.

Poate să le fie prezentată o șansă de a scăpa de o viață mediocră, de a oferi mai mult familiilor lor, de a investi mai mult în acțiunile caritabile pe care le preferă și de a-și trăi Visul dar, cu toate acestea, majoritatea spun „nu”. Ei bine, cred că ai dreptul să spui „nu” în anumite situații, dar de ce ar refuza cineva produsele pe care le oferi, compania pentru care lucrezi și șansa de a trăi mai bine?

Și iată și răspunsul meu: habar n-am!

Iar acum VESTEA CU ADEVĂRAT BUNĂ este că... **nu contează** dacă cineva spune „nu”. Și asta pentru că există o mulțime de oameni care caută exact oportunitatea pe care le-o oferi tu, așa încât, tot ce trebuie să faci este să fii pregătit să nu te descurajezi când cineva spune „nu”. Continuă să înaintezi, trecând de suficiente „nu-uri” ca să ajungi și la „da-uri”. Nu contează câți oameni îți spun „nu” și asta deoarece tu știi următoarele:

Există nenumărați oameni pe care îi poți aborda cu încredere și ușurință într-un mod care nu te va face să te simți nervos sau încredut, iar ei vor fi total deschiși la ideea de a fi abordați spre a li se prezenta o oportunitate de afaceri.

Dar, Bob, din păcate eu nu sunt un profesionist în materie de relaționare. Nu cunosc nenumărați oameni pe care să-i pot aborda cu încredere.

Înțeleg asta. Te rog să nu crezi că ești singurul în această situație. Sunt fără număr cei care au simțit exact la fel. Apoi, au descoperit că există o metodă de

prospectare, *un sistem* care îți permite să găsești câți oameni dorești spre a le prezenta planul tău de afaceri. Și aplicând acest sistem, nenumărați oameni nu au mai avut nevoie niciodată să-și pună cea mai înfricoșătoare întrebare:

„Pe cine să mai abordez acum, când lista inițială de nume s-a epuizat?”

Cunoștințele din această carte te vor îndruma pas cu pas de-a lungul călătoriei pentru găsirea propriei liste nesfârșite de *prospecți* cu potențial. Este ca o hartă care te va conduce direct către comoară!

Aș fi zis mai sus „potențiali clienți” pentru ușurința lecturii. Am scris însă „prospecți”, pentru că știm amândoi că tu nu cauți, pur și simplu, oameni cărora să le vinzi niște produse, ci oameni de care ai nevoie pentru prosperitatea afacerii tale. Tu urmărești să îți construiești o organizație proprie, o rețea puternică de distribuitori direcți pe care să îi coordonezi și de aceea ceea ce cauți tu permanent sunt persoane noi pe care să le ajuți să se înscrie în afacerea pe care o reprezintă.

Înainte de a trece la primul capitol, trebuie să fac trei declarații:

1. Acest sistem funcționează cu certitudine și a fost folosit cu mare succes de către distribuitori, consultanți, întreprinzători independenți, vânzători și afiliați ai multor companii diferite.
2. Norocul nu are nicio legătură cu acest sistem; este strict o chestiune de cauză și efect. Fă ce trebuie și vei avea rezultate.

3. Dacă pare că mă laud, nu este cazul. Nu mă laud deloc cu aceste metode, tehnici și principii de succes, deoarece știu că nu am niciun merit. Am învățat mult mai mult de la alții, comparativ cu ce i-am învățat eu pe alții. De fapt, pot spune cu sinceritate că *nu am făcut descoperiri paradoxale niciodată în viața mea și nu am avut idei autentice*. Am învățat, am aplicat și am perfecționat. Le sunt foarte recunoscător tuturor celor de la care am învățat și sunt onorat să îți împărtășesc și ție, drag cititor, ceea ce am învățat. Nu îți fie teamă ca, la rândul tău, să împărtășești aceste cunoștințe cu alții. După cum vei vedea, nu vei duce niciodată lipsă de prospecți, așa că nu există niciun motiv să păstrezi secrete aceste metode de prospectare!

Îți urez mult succes pe calea ta către schimbarea în bine a vieților multor oameni.

PENTRU TINE ȘI LIBERTATEA TA!
Bob Burg

CAPITOLUL I

MENTALITATEA

(Singura ta avere sunt
oamenii)

Începi cu o listă bogată de nume ale oamenilor pe care îi cunoști: membri ai familiei, prieteni, o mulțime de cunoștințe. Ești entuziasmat. Știi că toți acești oameni de pe listă vor fi la fel de entuziasmați ca tine în legătură cu această incredibilă oportunitate de afaceri. Cum ar putea să nu fie entuziasmați?

Dai câteva telefoane și ești refuzat de câteva ori. Abordezi personal mai mulți oameni și ești refuzat din nou. Oferi altor oameni niște materiale informative cu adevărat grozave și continui să te lovești de refuzuri. Reîncepi să dai telefoane și primești și mai multe refuzuri. Poate că începi să-ți aduci aminte de

acel cântec de succes din anii '70 care o ținea într-una cu „Nu, nu, nu...”.

Și așa începi să te îndoiești...

*Uf, ce sentiment mizerabil. Ce se întâmplă?
De ce toți acești oameni nu sunt interesați?
Nu sunt în toate mințile? De ce nu-i interesează libertatea financiară, o viață mai puțin stresantă sau produsele care le pot schimba viața?*

Să ne întoarcem puțin la primul cuvânt din paragraful anterior: „Uf”.

Cuvântul acesta vrea să spună: „Dacă mulți alți oameni continuă să mă refuze, mai devreme sau mai târziu (probabil mai devreme), îmi voi epuiza lista cu nume. Atunci ce voi face? Înseamnă că voi ieși din afacere!”

Ei bine, știm cât este de important să avem cui prezenta afacerea, nu-i așa? În fond, marile succese ne arată întotdeauna că „acela care reușește să-și prezinte afacerea celor mai mulți oameni, câștigă”. Cu alte cuvinte, nu contează cu adevărat câți oameni spun „nu”, atât timp cât găsești suficient de mulți oameni care să spună „da”.

SECRETUL CAMPIONILOR

Până în momentul scrierii acestei cărți, am avut privilegiul să țin prelegeri pentru peste 90 de organizații care activează în vânzări directe și marketing în rețea. Când încep o prelegere, îi întreb pe cei cu realizări de vârf: „Ce v-a adus succes în afaceri?” Ei vorbesc cu entuziasm despre sistemul format din cărți, materiale video, seminarii, conferințe, convorbirile telefonice

în trei etc. Apoi, întreb: „Ei bine, mulți oameni folosesc aceste metode cu mare succes, adică, în mod evident, ei evoluează rapid, dar încă nu au ajuns la realizări de vârf. Deci care este *factorul determinant*, motivul pentru care voi ați ajuns în vârf, iar ei încă nu au ajuns acolo?”

Răspunsul lor a fost *întotdeauna* – te rog, reține asta –, dar *întotdeauna același*: „Pur și simplu, aceia dintre noi care au ajuns la un nivel de vârf în companie, au prezentat afacerea unui număr mai mare de oameni”. Cu alte cuvinte, nu contează cu adevărat câți oameni spun „nu”, atâta timp cât găsești suficient de mulți oameni care să spună „da”.

Chiar așa să fie? Este chiar atât de simplu?

Ei bine, da, dragă învățăcelule, este *simplic*, dar nu neapărat și *ușor*.

Ai putea să te întrebi:

Cum să îi găsesc pe toți acei oameni? După cum merg lucrurile acum, lista mea de nume se epuizează rapid. I-am contactat pe aproape toți oamenii pe care îi cunosc, chiar și pe unii pe care nu-i cunosc așa de bine, și încep să am sentimentul că oamenii mă evită. Poate că, pur și simplu, marketingul în rețea nu este pentru mine.

Prin urmare, cum găsești permanent noi oameni pe care să-i abordezi? Tocmai de acest lucru ne vom ocupa în continuare.

Apropo de refuzuri – acestea sunt suficient de neplăcute – dar nu-i așa că partea cea mai rea este când începi să te simți neajutorat, ba chiar de-a dreptul disperat? Ca și cum tu ai avea nevoie de alții mai mult decât au nevoie alții de tine... La un moment dat, te-ai mulțumi să auzi pe cineva spunând că faci un lucru

bun. Dar oamenii sunt o specie ciudată, nu-i așa?
Dacă simt că ești disperat, devin mai puțin interesați.
Și exact asta se întâmplă de fiecare dată.

POSTURA

Aici intervine un concept pe care eu îl numesc „postură” și îl definesc ca fiind atitudinea „care arată că îți pasă... dar nu *chiar atât de mult*”. Cu cât îți reușește mai bine această atitudine, cu atât oamenii vor reacționa mai bine. Când simt că nu-ți pasă *chiar atât de mult*, dacă sunt interesați devin, brusc, mai interesați. „Hmm, ce face el este atât de grozav încât nici nu-i pasă cu adevărat dacă eu sunt interesat?” Și chiar dacă oamenii nu acceptă propunerea ta, postura îți dă mai multă încredere când treci la următorul prospect.

Nu vreau să spun că trebuie să joci teatru. Postura care funcționează este atunci când *cu adevărat nu-ți pasă chiar atât de mult!*

Te rog, nu mă înțelege greșit. Da, îți pasă cum va reacționa persoana, dar nu ești nicidecum „atașat emoțional” de rezultatul conversației. Cei care au rezultate excelente în marketingul în rețea știu să adopte postura optimă. Dacă cineva nu este interesat de oferta lor, ei nu insistă și nu iau refuzul ca pe o insultă personală. Pur și simplu, merg mai departe. Sunt experți în a spune: „URMĂTORUL!”

Din câte știu eu, există doar două căi de a-ți dezvolta postura optimă. O cale este să ai încredere în tine, ca întreprinzător de neoprit, combinată cu credința că atât timp cât faci ce trebuie făcut, vor veni și rezultatele.

Cealaltă cale este să adaugi permanent nume de calitate la lista de prospecti, astfel încât să știi că aceasta nu se

va sfârși absolut niciodată. Faptul că ești sigur că ai suficient de mulți prospecti te ajută să adopți postura optimă.

În mod ideal, ar trebui să le ai pe amândouă: și încredere în tine, și o listă nesfârșită de prospecti!

Să începem să vorbim chiar acum despre a doua cale.

Prima cale o las pentru tine și mentorii tăi.

TE CUNOSC, ÎMI PLACI, AM ÎNCREDERE ÎN TINE

Să începem cu ceea ce eu numesc „Regula de Aur” a afacerilor în rețea.

Când toate celelalte condiții sunt similare, oamenii îi vor prefera pe cei pe care îi cunosc, îi plac și în care au încredere ca să facă afaceri și recomandări.

Gândește-te puțin la asta. Nu așa procedezi și tu în calitate de consumator? În afară de ceea ce cumperi direct prin afacerea ta, nu-i așa că atunci când vrei să faci o achiziție – o mașină, mobilă, haine sau orice altceva –, dacă prețul este același și toți factorii determinanți sunt similari (sau aproape similari), atunci cumperi de la vânzătorul pe care îl cunoști, îl plac și ai încredere în el? Afacerile sunt în întregime bazate pe relații.

Și, probabil, îl recomanzi cu plăcere și altora, nu-i așa? Același lucru se întâmplă și în afacerea ta, indiferent că este vorba de clienți sau de oameni pe care îi vrei în echipa ta. Desigur, pentru scopul acestei cărți, ne referim la construirea unei organizații de marketing în rețea și vom acționa având acest lucru în minte.

Sarcina ta este acum să adopți mentalitatea necesară pentru dezvoltarea relațiilor și să cultivi aceste relații astfel încât oamenii noi pe care îi întâlnești zilnic să te placă. Să se simtă atât de bine cu tine încât să aibă impresia că te cunosc și că pot avea încredere în tine (și asta pentru bunul motiv că ești tipul de persoană care merită aceste sentimente din partea altora). Să își dorească să te ajute să ai succes, să găsești noi oportunități de afaceri, poate chiar să se implice în afacerea ta; să își dorească cu adevărat să facă parte din viața ta.

Vom vorbi despre cum putem da naștere la asemenea sentimente rapid și la momentul oportun. Și, mai important, vom discuta mai exact cum să realizezi aceste lucruri într-un mod care să facă procesul de prospectare relaxant, confortabil și distractiv. Da, ai înțeles bine: distractiv! Nu vei mai simți că ți se strânge stomacul pentru că trebuie să faci ceva ce nu îți place să faci. Nu vei mai adopta o atitudine defensivă când abordezi pe cineva care nu vrea să fie abordat, ca să îi vorbești despre ceva ce nu-i trezește niciun interes. Acest sistem va face cu adevărat ca procesul de prospectare să devină de-a dreptul distractiv!

LEGEA CELOR 250

Joe Girard a fost vânzător de mașini în Detroit, Michigan. „Și ce dacă? Ce legătură are cu mine?”, ai putea să întrebi tu. Poate că vânzarea de mașini nu are legătură cu tine, dar înțelepciunea lui Girard îți poate folosi din plin. Ei bine, Joe Girard a fost inclus în Cartea Recordurilor Guinness 14 ani la rând ca fiind vânzătorul cu cel mai mare succes din lume în baza

numărului de mașini vândute. Ai aflat deja din sistemul de succes la care ești conectat prin linia ta de mentori că metodele înțelepte dintr-un domeniu se pot aplica și în alte domenii, respectiv că pot fi aplicate și în afacerea ta, nu-i așa? Probabil că amândoi credem că o persoană care a avut atât de mult succes, și pe o perioadă atât de lungă, are ceva înțelepciune pe care să ne-o împărtășească și nouă pentru a o putea folosi pentru propriul succes. Prin urmare, în ce constă această înțelepciune?

În cartea sa de succes *How to Sell Anything to Anybody* (Pentru ediția în limba română, *Cum să vinzi orice oricui*, vezi www.businessstech.ro), Joe ne explică ceea ce el numește *Legea celor 250*. (La prima vedere, nici mie nu mi-a plăcut titlul cărții, dar conținutul este excelent și justifică titlul.) Această lege ne spune, pur și simplu, că fiecare dintre noi are o sferă de influență personală (acei oameni pe care îi cunoaștem în mod firesc, adică membrii apropiați ai familiei, rudele mai îndepărtate, prieteni apropiați, cunoștințe, colegi de școală și de muncă, oameni care ne furnizează servicii, ca instalatorul, croitorul, coaforul, contabilul, avocatul etc.) Toți aceștia sunt cam 250. Girard mai spune și că acesta este numărul de persoane care vor veni la nunta noastră... Și la înmormântare!

Deși cifra pentru aceste două evenimente majore pare cam mare, totuși *Legea celor 250* pare să fie valabilă. De pildă, dacă iei un creion și scrii numele tuturor persoanelor pe care le cunoști (chiar pe toate!), vei avea o listă cu aproximativ 250 de nume.

Încearcă acest mic exercițiu: ia un ghid gen *Pagini Aurii* sau, mai simplu, accesează un site de profil și citește clasificarea după afaceri de la A la Z. Câți cunoscuți ai putut identifica? Pe cine cunoști care este:

- A. Avocat, Administrator, Artizan etc.
- B. Băcan, Bancher, Brutar etc.
- C. Croitor, Contabil, Critic de artă etc.

Vom reveni curând la toate acestea.

Te rog să înțelegi că atunci când recrutezi sau sponsori-zezi un nou membru al echipei tale și acesta spune că nu poate scrie pe hârtie decât trei nume („aceștia sunt toți oamenii pe care îi cunosc!” – și spune asta chiar și dacă are cinci frați), nu aceasta este adevărata sa sferă de influență. De fapt, ei comunică faptul că, ținând seama de lipsa lor de cunoștințe despre afacere și de lipsa lor de încredere în propria persoană (la momentul respectiv), sunt dispuși să riște în acel moment să-ți spună doar cele trei nume.

Este în regulă, atât timp cât tu înțelegi asta. Apoi, vei fi în poziția să-i asiguri pe oameni că, și dacă îi ajuți să identifice imediat 250 de nume, ei vor începe să contacteze acele persoane numai și numai când se vor simți pregătiți s-o facă.

În regulă, acum să ne ocupăm de această sferă de influență pe care o are fiecare persoană. Nu este important că *tu* cunoști 250 de persoane. Cheia este că fiecare nouă persoană pe care o întâlnești cunoaște, de asemenea, 250 de persoane.

Așa este: de fiecare dată când inițiezi și cultivi o relație cu o nouă persoană în așa fel încât aceasta să ajungă să simtă că te cunoaște, te place și are încredere în tine, îți lărgești sfera de influență cu încă 250 de oameni... **ABSOLUT DE FIECARE DATĂ!** Străduiește-te să stabilești o relație cu doar o singură persoană nouă în fiecare zi și în foarte scurt timp vei avea o sferă de influență enormă!

Acest concept simplu dar deosebit de eficient este, cu siguranță, cheia realizărilor de vârf în Marketingul în Rețea și poate fi și cheia către succesul tău personal.

CUM SĂ GĂSEȘTI, SĂ FACI CUNOȘTINȚĂ ȘI SĂ CÂȘTIGI ÎNCREDEREA UNOR NOI PERSOANE

Singura problemă rămasă este cum să faci. Teoria este destul de simplă, dar cum faci să adaugi în fiecare zi nume noi pe lista ta – cea mai mare avere a ta –, fiecare cu propria sferă de influență de 250 de persoane?

Mai întâi, trebuie să ne punem întrebarea: „Unde putem găsi prospecti cu potențial?” Răspunsul este: „practic pretutindeni”. Următoarea întrebare este: „Unde putem găsi acești oameni într-un cadru care se pretează abordării într-o manieră relaxată, neamenințătoare (este important ca nici ei și nici tu să nu simțiți vreo amenințare)”. Numai într-o astfel de situație există oportunitatea să-i cunoști și să începi procesul de dezvoltare a unei relații în care ambele părți au numai de câștigat.

În următorul capitol vei învăța cum să realizezi acest lucru și să-ți construiești o sferă de influență enormă.