



**Jiří
Šedek**

Průvodce síťového marketingu

8 kroků k vybudování
stabilního týmu



Osobní profil

www.facebook.com/sedekjiri

Stránka s rozhovory a videoblogem

www.facebook.com/orgasedek



www.linkedin.com/in/jirisedek



www.instagram.com/jirisedek



jiri@jirisedek.com

Jiří Šedek
Průvodce síťového marketingu

© Jiří Šedek, 2020
© Backstage Books, 2020

ISBN 978-80-88049-98-2

Jiří Šedek

Průvodce síťového marketingu



Backstage Books

2020

OBSAH

PŘEDMLUVA	9
Průvodce moderního síťového marketingu	9
Výsledky díky správné cestě přijdou rychle.	10
Cílová stanice: hojnost ve všech oblastech života.	10
Svoboda při zachování vysoké životní úrovně	12
O AUTOROVI	13
JAK S KNIHOU PRACOVAT.	17
AL CAPONE A JEHO SÍŤ	19
1. KAPITOLA	
JAK NASTOUPIT NA SPRÁVNOU LOŤ – VÝBĚR SPOLEČNOSTI.	23
Kontrolní seznam pěti bodů.	23
Společnost a její zázemí.	24
Základ úspěchu: sponzorská linie	25
Systém práce – předpoklad pro růst a finanční prosperitu	27
Důležité pravidlo: neprodávat nic, co bych si sám nekoupil	28
Kompenzační plán	30
2. KAPITOLA	
SYSTÉM VÝSTAVBY „ZDRAVÉ“ SÍŤE	35
První krok: vstup do systému.	36

Druhý krok: vyjasnění si postoje a stanovení cílů	37
Ujasnit si, čeho chcete dosáhnout!	38
Ujasnit si, čeho jste ochotni se vzdát pro splnění svého cíle	40
Jak se prezentovat v okolí.	41
Třetí krok: napojení na tým a systém	42
Čtvrtý krok: práce s kontakty	43
Praktický návod, jak začít psát jmenný seznam	45
Hvězdičkový systém.	47
Pátý krok: kontaktování	48
Vzory oslovení	49
Šestý krok: prezentace příležitosti	53
Osobní příběh	55
Koncovka	58
Sedmý krok: dosledování	61
Co dělat, když má zájem o produkt i spolupráci	63
Co dělat, když nemá zájem o nic.	64
Udržovací hovor večer po schůzce	65
Osmý krok: startování a prohloubení	66
Startování (do 72 hodin)	67
Komunikátor	68
Barevná typologie	69

3. KAPITOLA

START NA ZELENÉ LOUCE	75
Budování šířky	78
Sprint na 90 dní – efekt sněhové koule	79
Plánování dosažení vytyčených cílů	81
Jak dělat správně první kroky s novými spolupracovníky	85
Jak dále přistupovat ke spolupracovníkům během spolupráce	87
Kmenový vůdce	94
Nástroje na rychlejší budování hloubky	95
Uvítací hovor	95

4. KAPITOLA	
HLEDÁNÍ DIAMANTŮ	101
Vůle se rychle rozvíjet	104
Vášeň a ambice – malé cíle plodí malé myšlenky	105
Schopnost překonávat překážky	106
Zdravá sebedůvěra a pozitivní vnímání sebe sama	108
Hluboká nespokojenost jako motivace	110
Obchodník, manažer a podnikatel	112
Život v jednom kole	114
Úspěch v síťovém marketingu	116
První typ: Fanoušek	117
Druhý typ: Padlý anděl	117
Třetí typ: Úspěšný lídr	118
Vnitřní oheň.	119
Může se stát LÍDREM kdokoli?	122
SLOVNÍČEK NEJČASTĚJŠÍCH POJMŮ V SÍŤOVÉM MARKETINGU	125
ZÁVĚR.	127

PŘEDMLUVA

Vítám vás u čtení „kuchařky“ síťového marketingu. Původně jsem chtěl knihu napsat pro své stávající a budoucí obchodní partnery z mého týmu, ale rozhodl jsem se ji věnovat i všem zájemcům o obor síťového marketingu.

Je určená pro začínající obchodníky, kteří se zajímají o tento obchodní model. Svě si najdou i ti, kteří se v tomto oboru již nějakou dobu pohybují a chtějí získat novou inspiraci.

Nechtěl bych se obsahem knihy pasovat do role odborníka nebo prezentovat své názory jako „jedinou možnou cestu“. Popisuji zde svou cestu a zveřejňuji postupy, které mi pomohly dostat se do bodu, kde jsem dnes. Pevně věřím, že moje zkušenosti a názory pomůžou i vám.

PRŮVODCE MODERNÍHO SÍŤOVÉHO MARKETINGU

Tento praktický průvodce vznikl jako pomůcka k lepší orientaci v aktuálním prostředí síťového marketingu. Ukáži vám, jak si cestu k úspěchu zbytečně nekomplikovat a zároveň u toho využívat moderní postupy síťového marketingu.

VÝSLEDKY DÍKY SPRÁVNÉ CESTĚ PŘIJDOU RYCHLE

Dalším cílem je navést vás na cestu, jak se stát lídrem a jak dlouhodobě vytvářet svojí prací pozitivní dopad na své okolí ať formou vzdělávání, nebo vytvářením příležitostí k vydělání peněz. Díky tomu, že půjdete po správné cestě, vyhnete se mnohým začátečnickým chybám a „zkratkám“, které v dlouhodobém horizontu mohou vést do slepé ulice. Osvojíte si cestu „zdravého“ růstu – udržitelného rozvoje, který přináší dlouhodobé výsledky až překvapivou rychlostí.

Pro dlouhodobý úspěch je klíčové správné pochopení systému. Nejde o to se bezhlavě učit postupy nebo od základu měnit váš dosavadní styl práce. Rozhodně nezhazujte to, co už umíte. Kniha vám pomůže obor síťového marketingu pochopit komplexněji. Objevíte díky ní aspekty, které mohou být při letném pohledu „zvenku“ skryté. Udělám maximum pro to, abyste pochopili vnitřní logiku celého oboru.

CÍLOVÁ STANICE: HOJNOST VE VŠECH OBLASTECH ŽIVOTA

Cesta, na kterou se společně vydáváme, rozhodně není snadná. Ale co je dnes snadné? Čeká vás nejedno zklamání a momenty, kdy bude daleko snazší vaše úsilí vzdát než pokračovat. Bude te čelit situacím, kdy vám okolí nebude příliš nakloněno. Mnozí, často blízcí, nebudou mít pochopení pro to, co děláte. Můžete mi však věřit, že pokud se mnou vydržíte, výsledek bude stát za to.

„Ničeho jsem nenabyl lehce, každá věc mne stála nejtvrďší práci. Nehledejte lehké cesty. Ty hledá tolik lidí, že se po nich nedá přijít nikam.“

Tomáš Baťa

Mnoho lidí tvrdí, že náš obor je pouze o penězích. Určitě se shodneme, **že peníze v životě hrají důležitou roli, protože velmi zásadně ovlivňují kvalitu našeho života.** Netajím se faktem, že téměř polovinu zájemců přivede do tohoto odvětví možnost vytvoření si dalšího zdroje příjmu pro svoji rodinu a s tím spojená změna životní úrovně.

Neberte tento můj názor jako přehnaný materialismus, ale směnný obchod již pár let nefunguje. Možnost se sousedem vyměnit půlku prasete za kočárek pro své děti – s tím se už asi dnes příliš nesetkáme. Peníze jsou dnes univerzální směnnou jednotkou, která nám umožní získat více toho, po čem toužíte. Více zdraví, více času na rodinu, koníčky, které nám dokážou zajistit pohodlnější život.

Pokud patříte mezi ty, kteří mají lásku a vztahy na prvním místě, dobře víte, že bez peněz nemůžete svoji drahou polovičkou pozvat ani na kávu. Na druhou stranu: ze světa kolem nás víme, že **pouze materiální zajištění nám samo o sobě šťastný život nezaručí.**

SVOBODA PŘI ZACHOVÁNÍ VYSOKÉ ŽIVOTNÍ ÚROVNĚ

Mnozí si již dnes dokážou zajistit opravdu vysoké příjmy, ale za jakou cenu? Oběťují vztahy, fyzické i duševní zdraví. V podstatě nežijí a nemají čas si opravdu užívat života. Velmi často tito lidé ani nevědí, že by tomu mohlo být jinak. Mnohdy je pak nepřivede do síťového marketingu možnost zvýšit si příjmy, ale touha vydělávat peníze s větší mírou svobody a menší porcí stresu.

Zaujme je životní styl a nezávislost. To naprosto okouzlo i mě. Během své kariéry jsem se seznámil s mnoha podnikateli v našem oboru, kteří mají velmi vysokou životní úroveň a žijí svobodně a bez stresu. **Síťový marketing poskytuje svobodu při zachování vysoké životní úrovně.**

O AUTOROVI

Jmenuji se Jiří Šedek a na úvod bych napsal pár vět k mé osobě. Koho zajímají typologie, jsem narozen ve znamení Býka a dle sociioniky typ Stierlitz, MBTI: ESTJ. Poměrně brzo jsem objevil knihy osobního rozvoje, které jsem měl doma na dosah. Jednou z prvních, která se mi nejvíce vryla do paměti a mnozí ji jistě znáte, je kniha „Bohatý táta, chudý táta“ od Roberta Kiyosakiho. Poprvé jsem ji četl už na konci základní školy. Začal jsem si uvědomovat, že chodit do práce od/do nemusí být jediný způsob vydělávání peněz. Díky vedení svých rodičů jsem si vybral studium ekonomického zaměření – Střední škola podnikatelská a Vyšší odborná škola ve Zlíně – obor řízení firem. Otevřel se mi svět v tématech, jako je vedení lidí, marketing a podnikání. Měli jsme dokonce se spolužáky možnost založit studentskou firmu a vyzkoušet si tak „podnikání na nečisto“. Dalším faktorem, který mě velmi ovlivnil, byly dvě firmy mých rodičů. Jedna tradičního typu – zaměstnanci, sklady, provozovny a faktury. Druhá formou síťového marketingu, kde jsem získal i praktický pohled na rozdílnost obou typů podnikání. Následně jsem trávil dva roky studiem oboru management a ekonomika na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

Od roku 2010 se aktivně věnuji prodeji, marketingu a vedení lidí. Mezi mé největší koníčky patří natáčení videí na sociální sítě, osobní rozvoj a cestování. Mám rád indickou kuchyni, prosecco, italskou kávu, bílou barvu a chodit bos po pláži.

Zaměřuji se na rozvoj systému práce a výcvik klíčových partnerů v rámci naší organizace. Působíme již společně s týmem v několika zemích Evropy a desítkách měst po ČR/SR.

Oblíbený citát:

„Jsem si jist, že jsme pány svého osudu, že naše úkoly, jež před námi leží, nejsou nad naše síly, a že žádná dřina a úsilí nejsou větší, než můžeme snést. Dokud věříme tomu, co děláme, a dokud máme nezdolnou vůli vítězit, vítězství je naše.“

Sir Winston Churchill

Mé životní krédo je:

Síla je v pokoji.

Rychlost je v preciznosti.

Jistota je v odvaze.

S některými z vás jsme se mohli již setkat i v rámci mého videoblogu **Ranní rychlovka**, který publikuji na stránce Orga Šedek na Facebooku, Instagramu, YouTube a na dalších kanálech.

Také natáčím rozhovory ***Jízda s úspěšnými***, kam si zvu hosty z různých oblastí. Sdílí zde své recepty, které je dovedly k úspěchu v jejich oboru. Témata se točí především kolem podnikání, komunikace, mezilidských vztahů a osobního rozvoje. Mezi hosty patřili například Ivo Toman, Marian Jelínek nebo Martin Kolenička.

Dlouho předtím, než jsem byl tím, kým jsem dnes, můj život vypadal zcela jinak. Žil jsem, jak se říká, takový temný život. Možná to někteří znáte – trávil jsem celé dny i večery v práci, kterou jsem v podstatě dělal jen kvůli složenkám. Týdny se podobaly jeden druhému. Ráno jsem vstával do práce, bez cíle, bez vize, bez radosti. Neměl jsem zdravé vztahy a okolí se mě dokonce začalo ptát, kam zmizel můj pověstný smysl pro humor. Zmiňuji to proto, abyste chápali, že jsem začínal opravdu od nuly. To, co budete číst na dalších stránkách, nejsou žádné teorie z motivačních knížek nebo něco, s čím jen „sympatizuji“. Je to reálný systém. Systém, který mně osobně pomohl chytit pevně kormidlo a otočit směr mého života.

JAK S KNIHOU PRACOVAT

Kapitoly jsou řazeny tak, jak bude vaše podnikání růst. Bude čas od času dobré si tohoto průvodce znovu přečíst. Některé kapitoly si také případně nechat na později. Může nastat situace, že je budete číst v nesprávný čas, a nemusí být proto pro vás srozumitelné. Poslední kapitola je zaměřená na hledání diamantů – lídrů a práci s nimi. Pravděpodobně vám to nebude zapadat do souvislostí, pokud jste nyní na úplném začátku. Dejte tomu čas. Věřím, že se k informacím z této knihy budete během vaší cesty rádi vracet.

Nemohu vám říct, kam vás tato cesta zavede, ale mohu vám ukázat, jak začít. Zde je krátký manuál, jak se v knize orientovat.



Kapitola 1. Jak nastoupit na správnou loď – výběr společnosti

Pojednává o tom, jak si vybrat správného obchodního partnera – síťovou společnost. Obor, produkt, marketingový plán a na co si dát při rozhodování pozor. Stále se objevují firmy, kterým je lepší se vyhnout.

Kapitola 2. Systém výstavby zdravé sítě

Kapitola obsahuje 8 kroků k vytvoření jasného a duplikovatelné-

ho systému práce. Ukážu vám svých 8 kroků. Celý systém tvorby sítě z ptačí perspektivy krok za krokem. Berte to především jako můj osobní návod, nikoli jako dogma nebo jediný správný způsob. Je i mnoho jiných systémů práce, které používají zkušení lídři.

Rovněž se budu zaměřovat na váš správný osobní přístup. V tomto oboru platí pravidlo **lidé nedělají to, co jim říkáte, ale to, co vidí dělat vás**. Proto je nutné si udělat pořádek sám v sobě a nastavit si mysl na úspěch, abyste si hned na začátku vytvořili správné návyky.

Důležité je se ten systém práce správně naučit, pochopit a pak aplikovat ve svém týmu.

Kapitola 3. Start na zelené louce

Tento oddíl se věnujete tomu, čím začít a jak rychle dosáhnout prvních výsledků. Obzvláště velkou pozornost je nutné věnovat oddílu „90denní sprint“.

Provede vás tím, jak správně pracovat s nově vznikajícím týmem, a pomůže k lepší orientaci komu věnovat pozornost více, komu trochu a komu méně 😊

Kapitola 4. Hledání diamantů

Zaměříme se na práci s těmi nejperspektivnějšími spolupracovníky. Silnou firmu lze postavit jedině na silných lidech, takže se podíváme, jak je IDENTIFIKOVAT.

Přirovnal bych je k lidem, kteří za čas přijdou a s úsměvem vám podají ruku se slovy „dál už to zvládnou sám“.

AL CAPONE A JEHO SÍŤ

Pro správné pochopení potenciálu našeho obchodního modelu je třeba se podívat trochu do historie. Kde jsou kořeny – JAK a hlavně PROČ vznikl tento způsob distribuce.

Vraťme se zpátky do začátku minulého století, k jednomu mladému Italovi žijícímu v New Yorku v USA jménem Alphonse. Více než křestní jméno vám bude spíše známý jako Al Capone – šéf mafie. Během prohibice 20. let byla zakázána výroba a prodej alkoholu, poptávka tímto omezením ale neklesla. Naopak se řešil problém, jak zajistit náhradním způsobem výrobu a distribuci. Mafie vycítila příležitost k pohádkovému byznysu. Al Capone našel řešení, jak efektivně prodávat alkohol mimo běžnou obchodní síť. Našel řešení, které bude stát na podnikavosti některých lidí. Našel řešení, které splňovalo 3 kritéria:

- musí to být rychlá a snadná cesta zboží ke spotřebiteli
- musí motivovat každého spotřebitele k dalšímu prodeji
- musí spotřebitele finančně motivovat k rozšiřování distribuční sítě

Začalo to jako prostá myšlenka – každý přece zná někoho, kdo pije alkohol. Tak mu nabídněme výhodnější cenu a odměnu, pokud pár lahví prodá svým známým. Pokud své známé získá nejen jako odběratele, ale i jako další distributory, dostane i odměnu jako podíl z jejich odběru. Tímto způsobem vznikal víceúrovňový model překupníků, kteří byli odměňováni nejen podle prodeje, který dokázali zajistit sami, ale také prostřednictvím dalších členů, které do distribuční sítě zapojili. Jak prosté a jednoduché.

Myslíte, že takto jednoduchý systém mohl fungovat?

A jak skvěle! Systém se rozběhl natolik efektivně, že během pár měsíců mafie prodávala tímto způsobem více alkoholu než v běžné distribuční síti před začátkem prohibice. Vláda nakonec po třinácti letech prohibici zrušila, protože přicházela o obrovské sumy na dani, která se z takto prodávaného alkoholu neodváděla.

Tímto způsobem položil Al Capone základy síťového obchodu, aniž by si to možná sám uvědomoval. Mnohé obchodní systémy na tento model později navázaly.

Pojďme si udělat krátké shrnutí z marketingového pohledu. Důvodů, proč byl tento model tak úspěšný, bylo hned několik. Spojilo se několik důležitých faktorů, spotřební produkt se stávalou poptávkou a motivace k další distribuci. Díky těmto faktorům se udržoval pravidelný finanční tok v rámci celé sítě, který

dokázal uživit velké množství prodejců a překupníků. Ti se pak díky tomu mohli více věnovat dalšímu rozšiřování svého impéria. Tedy s rostoucím počtem členů sítě se tempo růstu obratu ještě zrychlovalo.

Co dále výrazně ovlivňovalo růst sítě a jejího obratu, byla cenová politika. Došlo k velmi výraznému poklesu ceny. Tím, že produkt nebyl zatížen náklady spojenými s provozem prodejen, mohla jít cena výrazně níž. Zboží bylo tedy i dostupnější. Dalším aspektem byla motivace každého spotřebitele, který věděl, že když získá nového odběratele nebo obchodníka, dostane odměnu a zároveň svoji lahev o něco levněji.

Takto jednoduše dokázala mafie vytvořit systém – síť, která díky motivaci k prodeji a získávání dalších prodejců rostla neuvěřitelnou rychlostí. Tento aspekt využívá i moderní síťový marketing, který formou sítě zásobuje klienty zbožím, které není zatíženo náklady, tak jak to známe z maloobchodního prodeje. Místo tradiční reklamy v médiích používá pro další distribuci model osobního doporučení.

1. kapitola

JAK NASTOUPIT NA SPRÁVNOU LOŤ – VÝBĚR SPOLEČNOSTI

Za dobu strávenou v tomto oboru a stovkami rozhovorů s lidmi z jiných společností síťového marketingu jsem si uvědomil důležitou věc. Mnoho lidí tomuto nepřikládá příliš velký význam. Výběr SPRÁVNÉ společnosti je velmi zásadní a jakékoli následné změny jsou obvykle komplikované.

KONTROLNÍ SEZNAM PĚTI BODŮ

Každý den se nám otevírají dveře do desítek společností síťového marketingu, které se snaží najít si své místo na trhu. Je proto velmi důležité vědět, jak se mezi nimi zorientovat a podle jakých parametrů si vybrat tu správnou pro sebe. Na trhu jsou společnosti, které rychle vzniknou a stejně rychle skončí. Další z nich obvykle neudrží tu úvodní vlnu a kolem 4. až 5. roku se zpomalí růst nebo nastane stagnace. Naproti tomu jsou zde silné společnosti s dlouhodobou vizí pro růst a úspěch svých obchodních partnerů.



Často se setkávám s mylnými názory, že uspět se dá pouze u začínajících společností a že uspějí jen ti, kteří začnou mezi prvními.

Prozradím vám pět zásadních oblastí, o které bych se zajímal, kdybych s dnešními zkušenostmi hledal novou společnost. Setkal jsem se již s lidmi, kteří dokážou díky své pracovitosti vystoupat po jakémkoli kariérním žebříku. Bohužel často věnovali malou pozornost tomu, o jakou zeď je kariérní žebřík opřený. **Výběr správné společnosti vám může cestu zjednodušit a urychlit.**

SPOLEČNOST A JEJÍ ZÁZEMÍ

Pro vaše rozhodnutí je zásadní znát zázemí a historii firmy ve vaší zemi. Až příliš často lidé podléhají nadšení pro nově založené společnosti bez prokazatelné historie a zázemí.

I marketingový plán takové společnosti je často nastaven jen pro krátkodobý ekonomický úspěch a pro distributory je nastaven výhodně jen v první fázi. Také plán odměňování se často mění, samozřejmě ve prospěch společnosti/majitelů. Toto začátečník málokdy pozná.

Naopak, stanete-li se partnerem společnosti, která má několikaletou historii a srozumitelnou strategii, poznáte to už z materiálů a prezentace společnosti. Budete mít i větší jistotu a důvěru, že v rámci takové společnosti dosáhnete opravdového osobního i finančního růstu.

Určitě bych se zajímal o to:

- kdo je majitelem, kdo ji skutečně vede a jaké má v oboru zkušenosti;
- kde jsou lokální pobočky, zda to není jen „skořápka“;
- zda pořádá společnost živé události a má lokální marketingovou podporu.

Především zdůrazňuji poslední bod, protože mnoho velkých společností z Východu i Západu nemá zájem lokálně podnikat a investovat do obchodní infrastruktury. Tyto společnosti u nás vykazují jen krátkodobý úspěch.

Předchozí řádky berte jako výzvu k opatrnosti při rozhodování. Ušetříte si tím pozdější zbytečné zklamání, vyhozené peníze a promarněný čas. Případné problémy jsou většinou pro oko zkušeného zřejmé již na začátku, ale nováčky je z nezkušenosti nevidí.



ZÁKLAD ÚSPĚCHU: SPONZORSKÁ LINIE

Na úspěch či neúspěch vašeho podnikání má naprosto zásadní vliv volba sponzorské linie a sponzora. Zní to možná přehnaně, ale je třeba si to říci takto na rovinu. Ne každému tento fakt může být příjemný. Pokud totiž do společnosti vstoupíte jen kvůli tomu, že s ní spolupracuje vaše sestřenice nebo soused, není to logicky záruka úspěchu.

Kdo je to vlastně přímý **sponzor**? Sponzor je osoba, která vás přivedla do síťové společnosti. V nadneseném významu jde

o vašeho „byznys rodiče“, který vás provede prvními kroky. V ideálním případě to bude váš nejlepší parťák po celou dobu kariéry. Bude vám vždy oporou a rádcem, protože má přímou motivaci na vašem úspěchu. V zaměstnání je to ekvivalent přímého nadřízeného. Díky tomu, že každý spolupracovník má svého sponzora, je zajištěno to, že vždy se o každého nováčka stará někdo zkušený. I váš sponzor má svého sponzora, ten má zase svého a tak neustále nahoru. Tomuto řetězci se říká **sponzorská linie**. Důležité: Někdy vás nutně nemusí vést osoba, která vás přivedla do týmu. Často vás seznámí a napojí na někoho ze sponzorské linie nad vámi, protože máte třeba větší ambice než váš sponzor.

Abyste opravdu poznali svého přímého sponzora, je ideální:

- osobně se s ním seznámit (nelitoval bych cestovat klidně i několik hodin),
- navštívit jím pořádané akce online nebo offline.

Mnozí ze zkušených lídrů vás nechají nahlédnout „pod pokličku“ ještě před vaším vstupem do jejich týmu.

Důležité je dozvědět se něco o SYSTÉMU podpory a vzdělávání ze strany sponzorské linie, který budete mít k dispozici – online i offline. Pokud se nahodile připojíte k nějakému týmu, který nic takového nemá, patrně již brzy ztratíte svůj zápal a nadšení. Je možné, že v takovém případě dříve či později ztratíte kontakt s tím, co se vlastně ve vaší společnosti děje.

Ze zkušenosti mohu potvrdit, že u každé společnosti jsou „živé“ i „mrtvé“ týmy. Některé společnosti a jejich týmy jsou v režimu „údržby“ – udržet si své výdělky s co nejmenší námahou.



Přínos z práce v síťovém marketingu plyne mimo jiné i z toho, že jste v prostředí mezi pozitivními a úspěšnými lidmi, kteří vás motivují v kariéře a podněcují i k osobnímu růstu. Pokud ale nejste na takové prostředí skrze svého sponzora a tým napojeni, je jen velmi malá pravděpodobnost, že jako jednotlivec u dané společnosti dlouhodobě „přežijete“.

SYSTÉM PRÁCE – PŘEDPOKLAD PRO RŮST A FINANČNÍ PROSPERITU

Pro úspěch v jakémkoli byznysu je potřeba mít jasnou, jednoduchou a duplikovatelnou metodiku práce, která bude oporou nejen pro vás, ale i pro růst celého vašeho týmu. **Díky této metodice se začne tým dynamicky rozvíjet a vytvářet pasivní příjem.**

Je naprosto frustrující, když nic takového neexistuje a každý dělá, co ho napadne. Budete si připadat stejně bezmocně, jako když bloudíte v lese.

Pro dlouhodobý úspěch je nutné, aby každý lídr loajálně dodržoval způsob práce a duplikoval ho přesně do svého týmu. Při efektivním systému práce není třeba znovu vynalézat, co již bylo vynalezeno. Jakmile lidé ve vašem týmu zjistí, že vy pracujete

v rozporu se systémem práce, který prosazujete v týmu, a děláte si to po svém, začnou s tím i oni. V ten moment skončila duplikace a začal chaos.



Čím snadněji a rychleji se lze systém práce naučit – duplikovat, tím rychleji váš tým poroste.

DŮLEŽITÉ PRAVIDLO: NEPRODÁVAT NIC, CO BYCH SI SÁM NEKOUPIL

Existuje mýtus, že na produktu příliš nezáleží – s čímž nesouhlasím. **Chcete-li mít ve svém podnikání příjem, je třeba vytvářet obrat. A proto je na místě se ujistit, že budete pracovat s produkty, které vy sami i lidé ve vašem okolí budete chtít opakovaně kupovat.**

Proč má tolik lidí odpor vůči prodeji? Vždyť celý život je o prodeji. Všichni něco prodáváme. Už ve škole prodáváme své znalosti a platí nám známkami. Zbylou část života pak prodáváme své nápady, dovednosti, vědomosti a sami sebe. I přes tento fakt je většině lidí něco nabízet proti srsti. Denně se setkávám s tím, jak prodejci někoho přemlouvají a snaží se lidi přesvědčit, že jejich produkt nutně potřebují.

Mistrovství obchodu však spočívá v jednoduchém pravidle: neprodávejte nic, co byste si sami nekoupili. Pokud se vaše společnost snaží pro svůj produkt uměle vytvořit potřebu = vytvořit trh, bude výrazně náročnější uskutečňovat opakované prodeje.

To je naopak jednodušší u produktů, po nichž již existuje skutečná poptávka. Je tedy lepší, když mají lidé o váš produkt sami zájem a je spjatý s přirozenými potřebami. Když pracujete se správným produktem, budete mít výrazně větší motivaci a budete se vy a váš tým více angažovat. **Správným produktem se navyšuje potenciál vašeho obchodního týmu**, protože se vám budou snadněji získávat spolupracovníci a mohou uspět i ti méně zdatní obchodníci.

Při posuzování produktů různých společností k sobě buďte maximálně upřímní. **Pokud s určitostí víte, že byste si sami takový produkt nekoupili, nesnažte sami sebe obalamutit nabízenou výší odměny.** Postavte se k záležitosti čelem a na rovinu si řekněte, že tato společnost pro vás prostě není vhodná!

Důležitou roli rovněž hraje šířka sortimentu: čím širší portfolio má společnost v daném segmentu trhu, tím je snadnější získat „ano“ u vašich zákazníků. Mají prostě z čeho vybírat a také opakovaně co kupovat. Společnost, která má v nabídce 50 produktů z oblasti zdraví a péče o tělo, dosáhne automaticky většího obratu u klientů než společnost se dvěma produkty ze stejné oblasti. Jednoduše tím dokáže nahradit více produktů z těch, které vaše rodina pravidelně kupuje. Tím obchodník logicky dokáže vytvořit u každého klienta větší obrat a zajistit si tak pravidelný měsíční zisk.

Díky větší šířce sortimentu může firma pracovat s menší marží a mít lepší poměr cena/kvalita. Tím se stává dostup-

nější pro běžné spotřebitele, kteří pak i častěji nakupují. Toto naopak nemůže fungovat u společností s pár produkty, kde provoz celé firmy a odměny sítě musí zaplatit vysoká marže na pár výrobcích.

KOMPENZAČNÍ PLÁN

Kompenzační plán musí být nastavený tak, aby vám dokázal zajistit dostatečné příjmy jak z prodeje, tak z vedení týmu, nikoli jen přivýdělek.

Každá firma musí část svého obratu investovat zpátky do marketingu a propagace. Firmy „tradičního“ modelu tyto peníze platí reklamním agenturám, médiím, hradí pronájmy prodejen, reklamních ploch a podobně. Firmy síťového marketingu tyto peníze vyplácejí svým spolupracovníkům za to, že se starají o reklamu, získávání klientů a péči.

Je to pro všechny strany velmi výhodné. Pro firmu je to výrazně levnější cesta k zákazníkovi než model „reklamy a pronájmů“ a spolupracovníkům vzniká možnost i vytvoření si trvalého vedlejšího a hlavního příjmu. Díky tomu si mohou síťové společnosti zpravidla dovolit prodávat levnější a kvalitnější produkty, než je tomu v maloobchodní síti. Odpadá tím zatížení fixními náklady.

Způsobu, jakým se tyto peníze vyplácí spolupracovníkům, se říká kompenzační plán. Kompenzuje jejich čas a úsilí strávené při propagaci společnosti a péči o zákazníky. Někdy se používá pojem marketingový plán.

Výhodou je, že tento kompenzační plán je předem pevně stanoven, bez ohledu na věk, vzdělání, pohlaví a zkušenosti. Tohle jistě ocení především ženy, protože se jedná o jedno z mála odvětví, kde muži a ženy dostávají stejnou odměnu za svou práci. Rovněž jim to umožňuje najít harmonii mezi rodinným a pracovním životem.

Kompenzační plány jsou mnohdy výrazně složitější, než by bylo nutné. Existuje mnoho variant kompenzačních plánů – schodové, binární, maticové – a jsou mezi nimi výrazné rozdíly. Ty rozdíly spočívají ve způsobu rozdělování odměn spolupracovníkům.

Ještě před zahájením spolupráce s určitou společností si položme níže uvedené otázky. Je třeba ujasnit si, že vámi investovaný čas do budování byznysu v této společnosti bude stát za to:

1. Jaké procento výtěžku budu mít z mých osobních zákazníků?
2. Jaké procento z obratu si můžu vydělat ze zprostředkovaného obratu svého týmu a co je potřeba k tomu, abych měl na takový příjem nárok?
3. Jaké nefinanční benefity jsou dostupné a co budu muset udělat, abych na ně měl nárok?

Je třeba znovu říci, že určitě nebudete placeni za nicnedělání, protože k zajímavému příjmu bude zcela jistě zapotřebí adekvátní pracovní nasazení.

Kompenzační plán musí být v každém případě srozumitelný a transparentní. Je ve vašem zájmu správně chápat celý způsob odměňování a to, jaký objem obratu je třeba pro určitý příjem udělat.

ŽEBŘÍK OPŘENÝ O SPRÁVNOU ZED'

Uvedli jsme si zde 5 zásadních bodů, které do sebe zapadají jako PUZZLE. Důkladně si je ověřte před tím, než se pustíte do práce, ať máte jistotu, že žebřík, po kterém budete stoupat, je opřené o správnou zed'. Možná nárazově jde dosáhnout výsledků i za situace, že z výše uvedených bodů nebude většina naplněna. Bude to ale vyžadovat obrovské úsilí a výsledek bude možná krátkodobý a nejistý. Rovněž se v takové situaci těžko získávají další spolupracovníci. Taková příležitost nebude totiž zajímavá v porovnání s tím, co nabízí jiné společnosti.



Doposud to znělo možná až moc jednoduše a růžově, že? Kdyby to opravdu bylo tak jednoduché, tak to přeci zvládne každý. Musí to mít nějaký háček! A má!

Ted' řeknu něco, co se mnohým nebude líbit: Ten háček – překážku na cestě – tvoří lidský faktor. Jedinou překážkou k dosažení úspěchu jste vy sami. Pokud se na cestě objeví nějaké překážky, tak většinou jen ty, které si házíte pod nohy sami. **Nejčastější příčina neúspěchu drtivé většiny lidí obecně je to, že neudělají ani první krok.** Strach z neúspěchu je přirozená lidská vlastnost.

Prvních 72 hodin je pro vaši kariéru nejdůležitějších.

Zaručený návod, jak svůj strach porazit: **udělat první kroky do 72 hodin**. Pokud je ovšem strávíte „přípravami na přípravy“ a nebudete tak dělat vůbec nic, vychladne vaše nadšení. V nejlepším případě zůstanete pouze odběratel produktů.

Mrzí mě, že tito lidé pak šíří negativní řeči kolem našeho podnikání jako „ono to nefunguje“ nebo „ono mi to nic nevydělalo“. Tito lidé přitom ani vůbec nezačali a nevyvinuli žádnou aktivitu. Je to, jako by se někdo divil, že nedostal výplatu, když nebyl ani jednou v práci. Případně se divil, že nemá peníze za situace, kdy jeho firma má zavřenou prodejnu a nulový obrat.

Z těchto důvodů je důležité být s vašimi sponzory v prvních dnech v úzkém kontaktu. Oni jsou si totiž vědomi důležitosti počátečního období. Nebud'te tak překvapení z jejich angažovanosti a zájmu o vás.



ZÁVĚR

Pevně věřím, že vám tento průvodce pomohl vnést jasnější pohled do oblasti síťového marketingu. Mým cílem bylo především vás navést k převzetí kontroly a odpovědnosti nad vaším týmem. Posunout postoj z „ono se to nějak děje“ na „chápu, jak náš obchod funguje, a vím, jak postupovat dál“. Jak začít jako jednotlivec a naučit se vše nutné pro vybudování týmů čítajících stovky spolupracovníků. Stejně jako v každém jiném odvětví, na úplný vrchol se člověk vždy dostane jen v případě, že se obklopí stejně nastavenými lidmi.

Jak jste již jistě poznali, dlouhodobý úspěch v tomto oboru je především o schopnosti nacházet v lidech jejich „PROČ“. Zapálit v nich vnitřní oheň.

Na vaší cestě vám přeji mnoho úspěchů a věřím, že se stanete jedním z profesionálů našeho oboru.

S pozdravem a úctou Jiří Šedek



Jiří Šedek
Průvodce síťového marketingu

Obálka: Martin Stehlík

Sazba: Miroslav Švejda

Jazyková korektura: Hedvika Landová a Tomáš Pytlíček

Tisk: Centrum Color Point Zlín s. r. o., J. A. Bati 5520, 760 01 Zlín

Vydalo nakladatelství Toman Martin – Backstage Books

Brigádnická 73, 621 00 Brno

v roce 2020 jako svou 32. publikaci

Vydání první, 128 stran

ISBN 978-80-88049-98-2

redakce@backstagebooks.cz

www.backstagebooks.cz