

POZNEJTE, JAK SE V SÍŤOVÉM MARKETINGU VYTVÁŘÍ SKUTEČNÍ MILIONÁŘI!

Jestliže Váš síťový marketing momentálně nešlape tak, jak byste chtěli, nebo jste byli neúspěšní v minulosti, může vás překvapit, že to nebyla Vaše vina. Samotný program, se kterým jste pracovali nebo ke kterému jste se nyní připojili, poskytuje enormní vliv na potenciál vašich příjmů a vyhlídky se dopracovat pěkných výsledků. Dokonce ani lidé, kteří desítky let pracovali v tomto byznysu často nechápou, do jaké míry jsou důležité níže uvedené faktory pro jejich úspěch.

"Kopáči v síťovém marketingu..."

Mnozí lidé, kteří to nechápou, stávají se MLM-kopáči. Jsou nuceni trvale sponzorovat nové lidi, protože jejich distributoři odchází z byznysu. Samostatně všichni dělají prezentace, provádí jednání a de facto celý byznys leží na nich. Když se zastaví třeba i na minutu, jejich organizace se začne rozpadávat. Musí trvale kopat a dokonce i uznání, velké bonus šeky, bezplatná auta a cesty stávají se slabou útěchou.

Pamatujete si na pohádku o nahém králi?

Kopáči jsou v podobné situaci. Trvale mluví o volném stylu života a zbytkovém příjmu, ale nemají ani jedno ani druhé. Pracují den i noc, protože se bojí, aby všechno neztratili. Když přestanou pracovat třeba i na pár měsíců, jejich příjem klesne nebo dokonce zanikne.

Rockové hvězdy v síťovém marketingu...

Naštěstí, existuje lepší cesta. Je to cesta rockových hvězd síťového marketing – malé skupiny lidí, které ve skutečnosti žijí svým snem. Tito přední představitelé vytvořili pro sebe styl života osudu hvězd: vydělávají miliony, žijí v luxusních domech, mají drahá auta, cestují po exotických místech a tráví čas tak, jak sami chtějí.

Dokonce lidé, kteří desetiletí pracují v byznysu, často nechápou, že se dostali do pasti pro kopáče, bez naděje se odtud dostat. Pokračují v kopání a myslí si, že záchrana na něj čeká za rohem.

Ale neuvědomují si, že situace, ve které jsou, se nikdy nezmění...

Pokračují v utrácení peněz za neefektivní marketingové materiály, rozhazují a utrácejí své síly na provedení bezvýsledných prezentací a zbývající čas zkouší vzkřísit tzv. mrtvé distributory. Po celou dobu mluví o duplikaci, ale jediné, co se jim duplikuje, jsou kreditní dluhy!

Jestliže se Vám to zdá známé, může Vám tato informace změnit život navždy. Máte šanci poznat, co odlišuje MLM-kopáče od rockových hvězd síťového marketingu a to, jak můžete dosáhnout takového úspěchu, kterého zasloužíte.

POZNEJTE, JAK SE V SÍŤOVÉM MARKETINGU VYTVÁŘÍ SKUTEČNÍ MILIONÁŘI!

- Jestliže jste zkusili síťový marketing, ale nevyšlo to...
- Jestliže se zabýváte tímto byznysem, ale nedaří se...
- Jestliže sponzorujete spoustu lidí, ale oni vás neduplikují...
- Jestliže nevyděláváte tolik, kolik si zasloužíte...

Tak to možná není vaše vina!



Randy Gage, legenda síťového marketingu, vytvořil víc MLM - milionářů a MLM - multimilionářů, než nikdo jiný. Nyní je připraven Vám povědět své tajemství, díky kterému se to stalo. Z této nahrávky zjistíte, jak vyklouznout z pasti pro kopáče, vybudovat fungující duplikaci a styl života rokových hvězd.

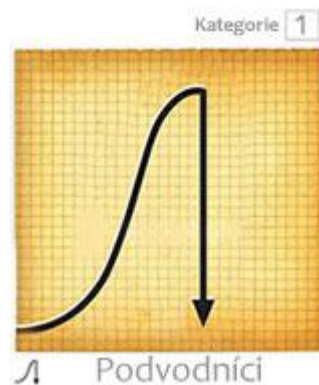
Jak vysvětluje Randy v tomto cvičení, skutečné bohatství v síťovém marketingu se vytváří pouze za přítomnosti všech potřebných faktorů. Musíte se připojit ke správnému programu ve správný čas, pokud chcete, vybudujete si styl života rokových hvězd. Je velmi důležité, abyste už byli v systému, když vzniká exponenciální růst.

Ovšem prakticky každý distributor si myslí, že jeho program se blíží k momentu exponenciálního růstu. Ale výzkum industrie a nejrůznějších obchodních možností ukazuje, že to není pravda. Zde uvedeme výčet pěti skupin, o kterých vypráví Randy Gage na svých trénincích.

Kategorie 1 – Podvodníci

Tyto společnosti velmi často cítí exponenciální růst. Ale trajektorie jejich růstu se prudce přeruší, když k nim přijdou na kontrolou výkonné úřady, což se nevyhnutelně stává při činnosti podobných obchodních schémat.

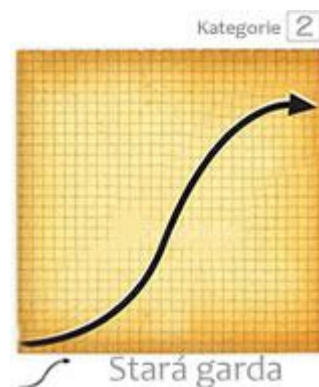
Je velmi důležité pochopit, že obchodní možnosti z této kategorie nejsou síťovým marketingem, i když tvrdí opak. To mohou být řetězové dopisy, finanční pyramidy i další schémata, které se vytváří pouze proto, aby se peníze dostaly k vrchním strukturám a přetékały z jedné kapsy do druhé. Podobná organizace je nelegální a způsobuje lidem utrpení.



Kategorie 2 – Stará garda

Tyto společnosti už zahájily exponenciální růst a udržovaly si ho během značné doby. To jsou společnosti s miliardovým obratem zboží a lidé, kteří vstoupili do časné etapy a byli důvodem růstu těchto společností, vytvořili pro sebe důležité pozice. To jsou dobré společnosti, navrhuji stálost a vyhlídky pro zajištění trvalého příjmu.

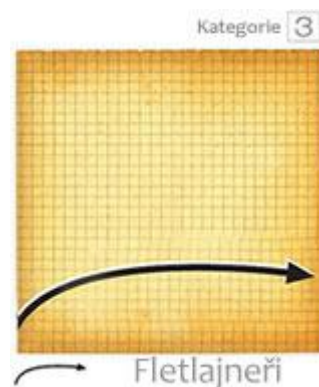
Nicméně většina expertů tohoto průmyslu souhlasí s Randym, že šance vybudovat velké bohatství v takových společnostech už není. Dosáhly již stádia zralosti, což bude silně překážet nováčkům, kteří v takových společnostech chtějí vytvořit velké bonusy.



Kategorie 3 – Fletlajneři

Společnosti této kategorie lze přirovnat ke kamarádkám nevěsty, které se nikdy nevdat. Mohou pracovat dlouhou dobu, ale nikdy se nevydají na křivku exponenciálního růstu. Jediný růst, který zažívají (pokud je) – je růst v aritmetické progresi, obvykle probíhá při otevření nových trhů. Na trzích, kde pracují dlouhou dobu, si tyto společnosti nemohou udržet pozornost publika.

Existuje spousta příčin, kvůli kterým tyto společnosti nepřejdou na exponenciální růst. Často se to děje proto, že jejich produkt není životaschopný, kompenzační plán nenapomáhá správnému chování distributorů nebo má firma špatný management.



Distributoři z těchto společností si často myslí, že exponenciální růst je nemine a co nevidět musí přijít. Ale historie ukazuje, že společnosti, které zažily exponenciální růst, to udělaly v prvních letech existence. Prakticky není možné vybudovat spolehlivé bohatství ve společnosti fletlajneru, pokud kvůli tomu nejste připraveni obětovat desetiletí svého života.

Kategorie 4 – Podomní obchodníci

Tyto společnosti možná vyvolávají víc nepochopení, než jakékoliv jiné, protože většina lidí nechápe rozdíly mezi modelem malého podnikání (s důrazem na maloobchodní prodej) a modelem velkého byznysu (vybudování duplikací a velkého týmu distributorů, kteří vytváří velký obrat zboží).

Tyto programy nabízejí telekomunikační služby a diskontní karty, klimatizace a vodní filtry, pojistky i další zboží, které vyžadují návyk prodávání. Ale problém spočívá v tom, že nedodržují vzorce stavby bohatství v síťovém marketingu:



"Vytvoření velké skupiny lidí, kteří dělají několik snadných činů v průběhu dlouhotrvajícího doby"

Ve skutečnosti je pouze 10% celého obyvatelstva přirozenými prodejci. Mají vypracované praktické znalosti prodeje, nemají strach z odmítnutí a také stále hledají nové zákazníky. Jezdí po městě ve svém autě, celé dny poslouchají motivační nahrávky a říkají si Já zbožňuji slyšet ne, protože každé další Ne mě přibližuje k odpovědi Ano!

To znamená, že 90% všeho obyvatelstva nejsou prodejci. Neví, jak je třeba prodávat, neradi to dělají a také se k smrti bojí odpovědi Ne. Nechtějí věšet na saka kartičky s hesly, dělat chladné telefonáty a lepit se na neznámé lidi v obchodních centrech. Rádi kupují výrobky pro sebe a cítí se komfortně, doporučují je svým přátelům. Těžko vidí sebe v roli prodejce.

V důsledku, těchto 90% lidí nechce dosáhnou úspěchu v podobných společnostech. Mohou se připojit k podobným společnostem, když je dobrý následek výrobků, ale jakmile tato práce narušuje jejich komfort, hned odcházejí z byznysu nebo se znovu stávají běžnými klienty.

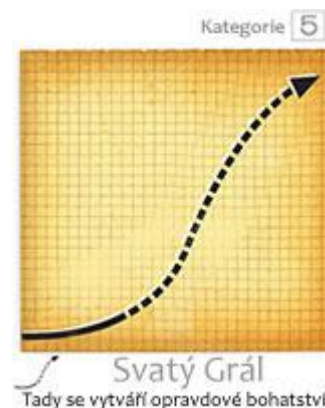
Pokud chceme následovat první část vzorce – vybudovat velkou skupinu lidí, kteří dělají několik snadných činů – tak má smysl pracovat s 90 % obyvatelstva, ale ne s 10 %. Obrovský nedostatek podobných společností - podomních prodejců spočívá v tom, že jejich přístup je zaměřen pouze na 10 % obyvatelstva – na prodejce.

Dobrý prodavač je schopný vybudovat velký příjem v podobných společnostech. Nicméně tento příjem bude záviset na trvalém každoměsíčním úsilí vynaloženém na nahrazení těch, kdo odchází z byznysu, novými lidmi. To znamená, že nemají skutečný pasivní příjem a jsou také odsouzeni zůstat kopáči po celou dobu, co pracují v této společnosti.

Kategorie 5 – Svatý Grál

Skutečné bohatství v síťovém marketingu se vytváří ve firmě z této kategorie. To je nová společnost, která má vše potřebné, aby dosáhla trvalého exponenciálního růstu a stala se další mnohem miliardovou historií úspěchu. Právě v takových společnostech se tvoří vrcholové pozice a spolehlivé bohatství.

Ovšem, každá nová společnost chce věřit v to, že je ta nej. A distributoři v těchto společnostech Vám nezáměrně neříkají pravdu. Oni svatě věří v to, co říkají. Ale bohužel, většina z nich nemá dost zkušeností, vědomostí a vize, aby skutečně pochopili, jaké faktory jsou nutné, aby společnost zažila exponenciální růst.



Jak už, pravděpodobně víte, Randy Gage, Erik Uorri, Ata Mamedov i další zkušení přední představitelé industrie věří v to, že Agel Enterprises má všechny potřebné činitele, aby se stala další společností z 5. kategorie. Je důležité pochopit, že všichni tito lidé jsou přední představitelé s ohromnými zkušenostmi, kteří vydělali miliony dolarů v síťovém byznysu a pomohli tisícům distributorům dosáhnout nejvyšší úrovně úspěchu.

Můžeme se podívat na úspěšné společnosti, které v minulosti dosáhly a stačily udržet exponenciální růst a uvidět, jaké faktory je sjednocují. Všechny tyto faktory má Agel. Tady jsou některé z nich:

1) Atraktivní linie výrobků.

Ve světě je spousta skvělých výrobků, nicméně všechny nejsou vhodné pro síťový marketing. Pro tento byznys jsou nejvhodnější, unikátní, exkluzivní a často používané a rychle spotřebovávané potraviny. Tady jsou další potřebné kritéria...

Běžný člověk musí pochopit váš produkt za 30 sekund. Pokud potřebuje 10 laboratorních zpráv a pět CD s projevy doktorů, aby pochopil váš produkt, tak to neodpovídá vzorci vytvoření bohatství. To je jedna z příčin, proč společnosti-fletlajnery nevycházejí na exponenciální růst.

Historie názorně ukazuje, že takové nespotební a pomalu se spotřebovávající zboží, jako filtr na vodu nebo klimatizace, není schopné udržet stabilní obrát zboží po dlouhou dobu. Společnosti s podobnými výrobky jsou schopny vybudovat nějaké prvotní nadšení díky frontálnímu zatížení produkcí a spěchu, ale obvykle to netrvá dlouhou dobu.

Ještě jeden šokující fakt spočívá v tom, že společnost s jedním výrobkem není schopna udržet stabilní obrát zboží po dlouhou dobu. Jako společnosti s nespotebním zbožím mohou vytvořit nějaké prvotní nadšení, ale to není dostačující pro slušný obrát zboží, kterým by bylo možno podpořit kompenzační plán a důstojně odměnit lídry. V určitý moment si tito lídři uvědomí, že distributoři z jiných společností stejné velikosti vydělávají mnohem více peněz. Proto, i když se jim dokonce líbí jejich produkt a společnost, nakonec se rozhodnou dělat byznys jinde. Během posledních deseti let se to mnohokrát dělo v nejrůznějších tzv. džusových společnostech.

Výrobní linie Agel – první svěží výrobní myšlenka za posledních 15 let v tomto odvětví. Lidé rychle chápou ideu technologií suspenzních gelů a malý balíček s gelem je pravděpodobně nejpřitažlivějším vzorem výrobků v našem byznysu. Kromě toho, čtyři jasné výrobní linie zabezpečí nekonečné možnosti pro rozšíření sortimentu, což garantuje stabilní zbytkový příjem.

2) Spolehlivé investice.

To je velmi jednoduchý a současně významný bod, nicméně většina začínajících podniků nemá dostačující množství peněz, aby zůstala naživu při vzniku nevyhnutelných překážek. Vedení Agel hned od začátku plánovalo realizovat tak rozsáhlou expanzi, kterou nikdo a nikdy v tomto průmyslu neviděl. Také věděli, že budou potřebovat miliony dolarů.

Zaručili se partnerskou podporou point venture společností, která byla založena miliardářem a získali takové množství peněz, které dovolilo Agel se proměnit v mezinárodní fenomén.

3) Zkušený management.

Společnost Agel byla snem jejího zakladatele Glena Jensena. Glen je vášnivým podnikatelem a napomáhal úspěchu v síťovém marketingu desítkám tisíců lidí po celém světě.

Na začátku své kariéry Glen pracoval jako vedoucí oddělení péče o zákazníky ve společnosti Nu Skin International. Mezi jeho povinnosti patřila kontrola práce zástupců, pracujících s Korejí, Japonskem, Kanadou a španělsky mluvícími státy.

Později docílil toho, že společnost Enrich International obdržela licenci na své výrobky a již za 2 roky objem prodeje vzrostl na 5 milionů dolarů měsíčně. Rovněž pracoval jako ředitel pro mezinárodní rozvoj v Neways Inc., otevíral trhy v Rusku a Japonsku a vyvedl tuto společnost na rekordní výsledky obratu zboží za celou dobu její existence.

Potom Glen založil společnost Synergy WorldWide, kde obsadil funkci prezidenta. Pod jeho vedením společnost dosáhla takových úspěchů, že deník INC. Magazine ji zařadil na seznam nejrychleji rostoucích společností. Jak vidíte, jeho úspěšná pracovní praxe v odvětví síťového marketingu nemá sobě rovných.

Jako prvním Glen Jensen zavolal člověku, kterého všichni znají jako jednoho z nejtíhodnějších vedoucích v tomto odvětví – svému starému příteli Cragovi Bradlymu.

Crage má největší pracovní zkušenosti. Během tří let zaujal funkci viceprezidenta prodeje v severní Americe v mnohamilionové společnosti USANA. Mimo to osm let pracoval jako viceprezident prodeje v jiných velkých společnostech síťového marketingu – Melaleuca. A jeho působivá kariéra zahrnuje práci společníka a prezidenta další úspěšné a mocně společnosti síťového marketingu – ViaViente.

Touhou Craiga je vytvoření možností, které vyvinou v lidech snahu k úspěchu. A daří se mu. Vyšší vyznamenání je pro něj práce s těmi lidmi, kteří chtějí změnit svůj život k lepšímu a života všech těch, se kterými se setkávají. Oficiálně je Crage prezidentem společnosti, ale de facto jeho povinnosti zahrnují práci jako učitele a kamaráda lidí, kteří chtějí uskutečnit své sny. Proto, když Crage obdržel telefonát od Glena, byl zcela připraven vynaložit všechny své vědomosti k vytvoření nové společnosti, která získala název Agel.

Spolu Glen a Crage vytvořili infrastrukturu, která nabízí nejlepší šance k realizaci vašich snů. Shromáždili spolu nejsilnější oddíl manažerů, kteří kdysi pracovali v počátcích společností síťového marketingu.

4) Kompenzační plán, který odměňuje za správné chování.

Od doby, kdy se na konci padesátých let zrodilo odvětví síťového marketingu, se kompenzační plány trvale vyvíjely, aby odpovídaly principům trhu. Plány, které dobře pracovaly v sedmdesátých letech, nemusely fungovat v osmdesátých. A plány, které byly dobré v devadesátých letech, často neodpovídají požadavkům současnosti.

Na tomto základě vedení Agel provedlo inovační průlom v kompenzačních plánech a vytvořili nový plán odměn – Kvadraplán.

Kvadraplán zahrnul nejlepší prvky ze čtyř základních typů kompenzačních plánů, odstranil všechny zbytečnosti, co je doprovázely. Vaši distributoři se od vás nikdy neodtrhávají, váš obrat zboží se nevynuluje každý týden a větší část vaší skupiny získá provizi. To je jedno z nejziskovějších a nejspravedlivějších plánů odměn, který byl vytvořen, a pokud hledáte možnost vytvoření spolehlivého a solidního zbytkového příjmu, společnost Agel má být na prvním místě vašeho seznamu.

Společnost nabízí 8 nejrůznějších způsobů příjmů. Většina z nich je zbytkovým příjmem, zejména kumulativní bonus – největší inovace v systému odměn za posledních 15- 20 let.

Co je ještě důležitější, Kvadraplán byl zpracován i proto, aby odměňoval lidi za správné chování! Na rozdíl od plánů s odtržením, které odměňují sponzorování do tzv. šířky, který nutí ignorovat práci s hlubokou organizací, Kvadraplán vás odměňuje za práci s hlubokou organizací a vývoj nových lídrů.

Kvadraplán Agel Vám nabízí možnost vysokých příjmů v každém stádiu vašeho byznysu: rychlá startovací provize když začínáte; vysoký příjem podle rozvoje sítě a spolehlivý zbytkový příjem, když už je vaše organizace postavená. Tento plán je jeden z mála, který Vás odměňuje tak, jak si to zasloužíte!

A nyní k 5. a možná nejdůležitějšímu faktoru...

5) Oddíl lídrů.

Popravdě řečeno, ani jedna společnost nemůže samostatně dosáhnout exponenciálního růstu. Vzniká díky úsilí lídrů – to jsou lidé, kteří se bezprostředně zabývají sponzorováním, školením a podporou týmu. Společnost Agel zapojila velký počet jedněch z nejúspěšnějších multimilionářů z tohoto odvětví. Vytvořili strukturu podpory, která Vám pomůže uskutečnit vaše sny se společností Agel Enterprises. Tato struktura se skládá ze třech komponentů, které Vám dovolí zbavit se mentality kopáče a stát se opravdovou hvězdou síťového marketingu:

*** Systém**

Existuje třístupňový systém, který můžete následovat. Není důležité, jaké máte vzdělání, zkušenosti nebo věk – Vy se můžete dopracovat dobrých výsledků, pokud budete následovat prověřenou strategii stavby byznysu. Tito přední představitelé znají nejlepší způsoby stavby organizací a vytvořili systém, díky kterému má každý člověk šanci na úspěch.

*** Infrastruktura**

Důležitým prvkem systému je správná infrastruktura. Máme silné rekrutovací materiály: časopisy, DVD- a CD- disky, webové stránky a mnohé další pracovní nástroje. Tyto zdroje vám dovolí začít rychle, dokonce i když jste se nikdy dříve nezabývali byznysem.

*** Tréninky**

Dalším důležitým prvkem je trénink, který Vás naučí správnému použití systému a infrastruktury. Budete moci navštěvovat každotýdenní tréninkové televizní konference pro lídry, webové vysílání, místní, regionální a mezinárodní tréninkové akce. Takové každoroční akce, kde Vám Agel World a Leadership Retreat nabízí špičkový trénink pro stavbu Vašeho týmu a vytvoření zbytkového příjmu.

Následující krok je na Vás:

- Jestliže jste unaveni od neúspěchu v MLM...
- Jestliže pilně pracujete, ale nejsou výsledky...
- Jestliže sponzorujete hodně lidí, ale oni vás neduplikují...
- Nedostáváte tolik, kolik si doopravdy zasloužíte...
- Jestliže jste připraveni stát se hvězdou síťového marketingu...

Tak Agel je to co potřebuje!