



Denna skrift är en fri översättning av Tim Sales och Professor Charles Kings presentation på videobandet på denna hemsida.

Den är för dig som har lite svårt att hänga med på engelskan och kan också vara ett bra stöd för en ny Distributör att ha tillsammans med sitt övriga material.

Jag rekommenderar att Du har dessa 10 sidor utskrivna då du ser på videon. Det är vissa bilder du behöver se på filmen.

Start...  
Start...

Hej, jag heter Tim Sales. Jag, tillsammans med professor Charles King som erhöll sin doktorexamen på **Harvard Business School**, som är professor i marknadsföring vid Illinoisuniversitetet i Chicago, kommer här kortfattat att presentera en affärsmodell som verkligen fungerar.

Med denna metod lyckades jag bygga upp ett företag vars intäkter överstiger 25 miljoner från 24 olika länder. Det är i och för sig inte så ovanligt men jag gjorde det utan anställda, utan kundfordringar, utan leverantörsskulder och utan några inventarier.

Någon sade nyligen till mig: Att det låter allt för bra för att vara sant. Mitt svar till honom var: Är det en tillräcklig bra andledning för att sluta titta - utforska?

Med alla de tiotusentals dollar vi tjänar varje vecka och hur vi spenderar pengar på annonsering för att få din uppmärksamhet hoppas vi att Du kan urskilja en professionell affärsmetod när Du upptäcker en.

När ni tar del av denna information kom då ihåg från vem dessa idéer kommer. Professor King är inte bara professor i marknadsföring på universitetet utan han har också en mycket stor konsultverksamhet. Han har också utfört konsultarbeten till många av de främsta företagen i världen;

Företag som Blue Cross/Blue Shield Associates of America, General Electric Cooperation, General Motors, National Association of Realtor (NAR), Purdue University, Sears Robot and Company, Texas Instruments Inc. US Department of Energy, Westinghouse Electric Cooperation och över 100 andra stora till medelstora företag.

Vi vill verkligen nu uppmana er att sätta er tillrätta och verkligen lyssna (läsa) dom nästa 20 minuterna på denna information. När ni är färdiga kommer ni att kunna interagera med en dator i vår affärsmetod för att få ut det bästa resultatet.

## Professor Charles King

Tim och jag känner att det är viktigt att börja presentationen med **fyra affärsprinciper** som är nödvändiga för alla framgångsrika marknadsstrategier.

Den första av de fyra principerna är att ha **en enorm expanderande marknad**. Om du var den störste tillverkaren av CD-skivor idag i världen, skulle det ha någon betydelse idag? Nej, det spelar ingen roll hur duktig du är i den dagens industri. Varje år skulle du vara tvungen att arbeta hårdare för att tjäna lika mycket. Så den första principen innebär att fokusera på **varor eller tjänster av kategorier som är enorma och expanderande**.

Den andra principen är att ha **unika och konsumerbara produkter**. Jag tänkte förklara unik först. Om du inte har en unik produkt så konkurrerar du om pris och tillgänglighet. Vem har bäst priset och vem har bästa läget för kunden? Om du har en unik produkt så måste kunden komma till Dig för att få produkterna. Om man inte har en unik produkt måste man ha en engagerande plan för att behålla kunden. Nästa steg är att ha konsumerbara produkter. Om du inte har den typen av produkter är du arbetslös till nästa försäljning.

För att lyckas med affärer krävs att du har en upprepad försäljning av konsumerbara produkter. Om det nu är varje gång någon lyfter telefonluren, kopplar upp på Internet, förnyar ett medlemskap, slår på elektriciteten, eller när innehållet i burken eller flaskan börjar ta slut så är det oväsentligt. Du vill ha dessa upprepade beställningar för det kan betala sig ett flertal gånger från första försöket.

## Tim igen...

Den tredje principen är "timing". I första hand talar jag om **trender i ett tidsperspektiv**. Under alla ekonomiska kretslopp finns det folk som förlorar eller tjänar pengar på grund av trender. De som lyckas ekonomiskt är de som står för nya trender och förlorarna är de som ignorerar dem. Hur snappar man upp dessa trender? Du studerar hur de skapas.

För närvarande är det **babyboomgenerationen** som skapar de största trenderna i världen. Barn från den generationen utmärker sig som de som föddes exakt efter andra världskriget. Under dessa arton år mellan **1946 och 1964** – det är 18 år - föddes 76 miljoner barn i USA och en miljard i hela världen. Jag har gjort en liknelse med antalet barn som föddes då med en basketboll som rullar genom en trädgårdsslang.

Om du kan förutsäga hur denna basketboll tänker rulla genom slangen, har du förmågan att skapa en förmögenhet. Låt oss omformulera det hela: Om du kan förutsäga vad en miljard människor kommer att vilja köpa, kan du tjäna en förmögenhet. Jag kan ge er några historiska exempel på några uppenbara köp mönster hos denna generation.

Till att börja med: vad behöver en miljard bebisar, vilken affärsverksamhet skulle du vilja vara del av? Vad sägs om barnmat? Gerber sålde nästan två miljarder burkar barnmat år 1955. Vad behöver en miljard barn vidare i livet? Vad sägs om skor och leksaker? Buster Brown, Kinney Shoes, Mattel och Hasbroos blev rika på att sälja leksaker och skor till dessa unga grupper.

Jag skulle kunna fortsätta med exempel, men jag tror ni förstår. Låt oss se utvecklingen en bit framåt när de är i mitten på tjugotalet och i början av de trettio. (Mellan 25-30 år.) Om du hade en miljard människor i den åldersgruppen, vilken företagsamhet skulle du vilja syssla med? Detta var i mitten på sjuttioalet och i början av åttiotalet. Då var det var den största försäljningen i husköp genom tiderna. Varför? Eftersom en miljard människor behövde ett eget hem.

Nu när ni förstått hur lönsamma denna grupp av människor kan vara måste jag också berätta hur skadliga dessa boomers kan vara. Vad hände under slutet av 80-talet med den blomstrande fastighetsbranschen? Den gick i stöpet, inte sant? Varför? Byggherrarna insåg inte att antalet hus köpare började sina. De fortsatte ändå att bygga hus. När man har ett överskott går efterfrågan ner och det har varit en konstant nedgång sedan dess. Det är skillnaden mellan att vara före eller efter basketbollen.

Om du är framför basketbollen kan du vara en ”medelsvensson” och tjäna väldigt mycket pengar. Men om du befinner dig bakom bollen så måste du vara väldigt duktig inom ditt område - för det är bara de starka och väldigt duktiga som kommer att klara sig.

Vad är vår synpunkt? Det spelar ingen roll inom vilket område du arbetar. Din uppgift är att verkligen **undersöka vilka branscher som har tillväxt och vilka som kommer att expandera**. Vi rekommenderar att du inte är lojal till den branschen du har utbildning i eller bara för gammal vanas skull. Så låt oss flytta basketbollen till år 2000. Det finns en miljard människor mellan 36 och 54 år. Se på det så här: Var åttonde sekund i 18 år framåt kommer någon att bli 54 år. Vilken bransch skulle du vilja vara i? Bry dig inte om 36-åringarna, de är vid bollens baksida. Koncentrera dig på 54-åringarna. På så sätt har du 18 år framåt i tiden fyllda med människor som vill ha dina produkter.

Låt oss se på några av de tydliga trenderna: **Hälsa** är en tydlig trend, **se yngre ut**. Dessa boomers tycker inte om hur åldern påverkar dem. Pensionsfrågan, **trygghet, pengar och effektivitet**. De har alltid varit förälskade i teknologi av den sort som gör livet bekvämare.

Den fjärde principen i affärsverksamhet är att **anställa folk** så att du får mer gjort. Det finns huvudsakligen tre sätt att tjäna pengar på idag:

1. Jobba för någon lika med att någon anställer dig.
2. Vara fackman, läkare, advokat, kamrer, någon slags ingenjör...

I både fallen 1 och 2 skaffar du en utbildning som fackman i något och erbjuder din sakkunskap mot någon annans pengar. Det verkliga problemet med den formen är att om du inte utbyter din expertis, tjänar du inga pengar.

Så det slutar med att du bränner ut dig eftersom du jobbar jämt och ständigt. Den vanligaste frasen är: Jag är så upptagen, jag har inte tillräckligt med tid, tills en dag då du gör en kalkyl som visar att du inte kommer ikapp med det du gör. Normalt så gömmer sig folk bakom tv-n och hoppas att problemet skall försvinna, eller de så börjar dom **utbilda sig inom ett område som verkligen skapar välstånd**.

Det tredje sättet att tjäna pengar på är att ha sitt egna företag. I varje affärsverksamhet kommer du att inse att du kommer att få mindre tid och mindre kompetens. Du försöker göra allting själv men du inser att du är tvungen att anställa folk för att få mer gjort. Genom att anställa andra åtnjuter du frukterna av andras ansträngningar. Du kan skaffa vidare utbildning i ditt utvalda yrke och därmed höja din lön något men verkligt välstånd är utom allas räckhåll, utan att anställa folk.

Låt mig förklara detta: Välstånd skapas antingen genom människor eller genom pengar som arbetar. Till exempel: Fem miljoner dollar med 10 % ränta ger ungefär 500 000 dollar i avkastning varje år eller 41.000 dollar/månad som återkommande vinst. Du utnyttjar dina pengar. Dina pengar arbetar för dig. Målet är att ha pengar i arbete, men hur får man pengar att förräntas? Genom att du har folk i arbete.

Anta att du har ett företag och att du anställer en person – mig. Jag arbetar åtta timmar på måndag och du arbetar lika länge på måndag som jag. Lägg nu märke till att du får betalt för 16 timmars arbete, eftersom du får en del av min produktivitet som inkomst åt dig själv. Du får del av mina ansträngningar eftersom jag är anställd av dig. Så tekniskt sett, ju fler anställda du har desto större avkastning har du. **(Hävstångseffekt, multiplicerande vinst)**. Detta är lika med (=) med folk som arbetar.

Har du någonsin haft anställda? Om du haft det vet du att anställda personer verkar vara en utmärkt idé teoretiskt sett, men det är väldigt svårt att uppnå avkastning **(hävstångseffekt, multiplicerande vinst)** och vinst genom att ha anställda.

Anledningen är helt enkelt att ingen anställd kommer någonsin att arbeta lika hårt för ditt företag som du gör, eftersom de inte äger det. För att du skall ha verkligt avkastning måste du skapa ett läge där **alla har lika mycket att vinna**. Då och endast då kommer du att ha verklig avkastning (hävstångseffekt – multiplicerande vinst). Låt mig ge dig ett exempel på denna typ av avkastning, vilket är vad fastighetsmäklare och försäkringsagenter använder sig av. Låt oss säga att jag är mäklare och jag anställer en mäklare som heter Robert.

Robert säljer ett hus. Robert får en viss procent på husets försäljningspris och det gör även jag. Varför får jag som mäklare en viss procent, när det i själva verket var Robert som sålde huset? Eftersom **jag** som mäklare **annonserade, jag utbildade** Robert, som min agent, det är **mitt kontor** och **jag tar riskerna**. Jag gjorde massor med saker. Så det är välgrundat att jag som mäklare tjänar en del pengar på Roberts ansträngningar till firman. Robert arbetar inte för mig han är agent som jobbar åt sig själv. Det ligger helt i agentens intresse att tjäna mer pengar.

Detta är en väldigt viktig skillnad gentemot att vara anställd. Om mäklare vill få en bättre inkomst är han tvungen att anställa fler agenter. Vad jag vill antyda här är att mäklaren och agenten har lika mycket att vinna på försäljningen av ett hus, vilket är en form av avkastning (hävstångseffekt – multiplicerande vinst) för mäklaren. Mäklaren har människor i arbete, men inte i form av anställda. Agenter är mycket bättre än anställda, men det är fortfarande problem med strukturen.

Du kanske redan har insett strukturproblemet. Mäklaren kan ha åtskilliga agenter, däremot kan inte agenterna ha det. Mäklarna har avkastning (hävstångseffekt – multiplicerande vinst), men inte agenterna, vilket skapar en konflikt tills agenterna gör vad de flesta mäklare fruktar.

Vad händer om jag som mäklare varit väldigt grundlig med att lära Robert att bli en bra agent? Vad kommer Robert att vilja göra om några år? Vilja starta eget. Är detta en fördel för mig? Nej! Så fort han blir en mäklare händer **två dåliga saker** för mig. Han bryter sig loss och så fort han får sitt eget företag förlorar jag honom som inkomstkälla.

Det värsta är att **då blir han min konkurrent**. Vem lärde upp denne nya konkurrent? Jag! Han vet hur jag sköter min verksamhet, vilket betyder att han känner till mina knep. Detta händer för övrigt inte bara i mäklarbranschen. Det händer i praktiskt taget alla branscher. Har du möjligtvis hört uttrycket: Jag skall bara jobba där för att skaffa erfarenhet. Vad betyder det? Det betyder: Jag skall bara stjäla deras kunskaper och sedan göra detsamma i egen regi. Om du är en företagsledare, hur många personer har du utbildat som inte längre arbetar för dig? **Hur många har du tränat upp till att bli dina konkurrenter?**

**Det blir bara värre!** Låt oss säga att Robert är en mäklare längre ner på samma gata. Där börjar han anställa sina egna agenter. Låt oss säga att en av dessa agenter heter Linda. Linda vill så småningom också bli mäklare. Hon blir en konkurrent till mig, som jag indirekt utbildat, liksom Robert som är utbildad hos mig. Detta bara fortsätter. Jag som mäklare skapade faktiskt denna kedjereaktion då jag utbildade dem. Är detta ett smart sätt att utveckla sin verksamhet? Absolut inte!

Vad sägs om att göra något helt annat? **Låt oss istället säga att jag som mäklare kommer att uppmuntra Robert att bli mäklare**. Jag vill att han skall bli en mäklare från dag ett. Att hålla tillbaka Robert eller inte lära honom mina bästa affärstips är fel väg att gå.

Det enda sättet som du eller jag någonsin kan behålla en bra mäklare är att sörja för att de får samma möjlighet till utveckling och tillväxt som vi har, vilket är som jag tidigare antytt det enda sättet att ha verkligt inflytande är när du skapar **en struktur där alla har lika mycket att vinna**.

**Så från dag ett kommer jag att uppmuntra Robert att bli mäklare** och när han blir det lämnar han mig inte för att bli min konkurrent. Robert byter bara titel, från agent till mäklare, vilket tillåter honom att anställa egna agenter precis som jag har gjort. **Jag kommer att fortsätta att tjäna en andel på vad hans agenter säljer. Varför skall jag inte göra det? Jag utbildade honom, jag tog riskerna, det är mitt kontor, alla orsaker jag nämnde tidigare.**

Den procentandel jag tjänar på Robert och hans agenter ska vara mindre än då han var min agent, men jag skall fortfarande få en andel. Varför skall du eller jag jobba med Roberts agenter? Eftersom det ligger i vårt finansiella intresse. **Ju mer pengar Roberts agenter tjänar desto mer tjänar vi.** Ju mer pengar Robert tjänar, desto mer tjänar vi. Det är anledningen till vårt motiv att alltid fortsätta att hjälpa Robert och hans agenter så att alla tjänar på det.

En del personer tittar på detta och säger: Är det inte ett av de där pyramidspelen? Vad är uppfattningen av en pyramid? Personen högst upp tar alla pengarna och folk längre ner gör allt arbete, inte sant? Är inte det uppfattningen av en pyramid?

Professor King förklara varför detta inte är en pyramid och varför inte de som är högst upp nödvändigtvis får de bästa inkomsterna.

## Professor Charles King:

Låt mig göra en snabb kommentar innan jag förklarar pyramid bilden. **Det är inte den geometriska formen folk har problem med.** Den geometriska formen är troligtvis formen på ditt familjetråd, formen på vår regering och för arkitekten är det den starkaste konstruktion vi känner till. Struktur på varenda organisation i världen har denna form så formen är inte problemet.

Emellertid låt mig peka ut hur uppfattningen är av de som sitter på toppositioner och tjänar alla pengar. Här är ett typiskt företag. I toppen har vi VD: n som står för verkställande direktör. Tjänar ordföranden mer än VD: n i ett vanligt företag? Inte normalt sett. Hur är det med ordföranden och vice ordföranden? Tjänar vice ordföranden mer än ordföranden? Nej. Vad skulle hända om vice ordföranden tjänade mer än ordföranden? Vad skulle då hända? Total förvirring.

Denna struktur kallas delegering. Anledningen till att ordföranden kan tala om för vice ordföranden hur han skall utföra ett jobb beror på att ordföranden har en högre lön. Varje nivå nedåt i företagsstrukturen har en lägre inkomst. Det kallas hierarki. Så här ser en företagsstruktur ut. Personer i toppen tjänar majoriteten av pengarna och personer i det lägsta positionerna gör det inte.

Det finns ingen i de lägre regionerna hos Kodak som får en löneförhöjning med 25 miljoner dollar på ett år. I själva verket, ingen anställd kommer ens på tanken att begära det, men George Fisher, som är VD kan det göra det eftersom han har personer som jobbar åt honom. VD: n i varje företag får avkastning (hävstångseffekt – multiplicerande vinst) av den produktivitet som skapas av alla som jobbar i företaget. **Det orättvisa är att VD:n är den enda som har avkastning** (hävstångseffekt – multiplicerande vinst).

Den modellen som vi presenterar här är mycket smartare för där får du som individ samma möjlighet till inflytande som varje VD har. Den struktur som vi har funnit och som tillåter detta kallas ibland för Nätverksmarknadsföreling. Kommer du ihåg vad Tim sade tidigare: För att nå **totalt avkastning** måste du **skapa en situation där alla har lika mycket att vinna**. Det är precis vad vi beskrivit. Tim kommer att visa er vad som gör **nätverksmarknadsförelingens struktur som den absolut rättvisaste som finns tillgänglig idag**.

## Tim igen

I de flesta Närverksmarknadsförelag kan alla tjäna upp till en viss nivå i den organisation de bygger upp. Alla i förelaget kan nå upp till samma nivå. Kanske fyra eller sex nivåer. Jag kommer att använda fyra nivåer för att ge ett snabbt exempel på varför detta är en mer rättvis struktur.

Om du bygger större och mer produktiv organisation än jag, kommer du att tjäna mer än jag, även om du tillhör min organisation. I det givna exemplet är din 2:a, 3:e och 4:e nivå utom räckhåll för mig, som du ser så är det mesta av din volym på fjärde nivån. Den har nästan lika stor volym som på andra och tredje nivån sammantaget. Det finns folk i min organisation som tjänar mer pengar än jag gör. **Jag kallar det rättvisa!** Rättvisa. Borde det inte alltid vara så - studera alla strukturer!

Borde inte den som är mest produktiv tjäna mer? Naturligtvis! Normalt sett är mätinstrumentet vid lönesättning en imponerande meritförteckning eller årtal av erfarenhet men vad har det att göra med produktivitet? Ingenting. Om du drar in mer vinst till ett förelag eller en organisation, förtjänar du mer vinst än någon annan, inte sant?

Professor King, hur kom det sig att du blev du engagerad i Nätverksmarknadsföreling på universitetet i Illinois?

## Professor Charles King

1990 hade vi en stor ekonomisk konjunkturedgång i USA. Mellanvästern och särskilt Chicago var väldigt starkt negativt påverkat, vilket ledde till att branschrepresentanter slutade komma till vårt universitet för att intervjua eventuella medarbetare. Hundratals studenter avslutade sina studier hos oss per termin utan att få jobb. Våra före detta studenter kom tillbaka till oss då de förlorat sina jobb och ville ha hjälp men vi kunde inte erbjuda dem någonting. Nu började jag pga. min bakgrund i affärs rådgivning undersöka alternativa vägar.

Jag gick ut på marknaden och började undersöka hur man startar upp sin egen firma och förelag som kan skötas från hemmet. Jag undersökte franchising, direktföreljning och därifrån kom jag in på Nätverksmarknadsföreling. Jag var jag mycket cynisk och skeptisk. Tim, jag var negativ till Nätverksmarknadsföreling. Dom undervisade inte i det på Harvard Business School, så jag visste inte så mycket om det.

En dag frågade en av mina studenter som var med i gruppen: Varför är du så negativ till Nätverksmarknadsföreling?

Jag tittade på den unge mannen och sa: Unge man, jag vet tillräckligt för att veta att jag inte vill veta mer”.

Studenten tittade på mig och sa: ”Professor om jag gav er det svaret på frågan utan att veta något mer, så skulle ni ge mig ett F = IG (icke godkänt).” Jag vände mig mot honom och sa: Du hur har helt rätt. Jag har ingen grund för det påståendet. Då får jag ge dig ett A - mycket väl godkänt för detta - VG.

Som en följd av detta gick vi till biblioteket, gick på möten under de närmsta sex månaderna. Jag besökte de största företagen i branschen och jag träffade ledare, som en följd växte jag in i det hela. Åren 1990-91 började vi undervisa i Nätverksmarknadsföring på universitetet inom ämnet: Marknadsföring.

## Tim Sales igen...

Varför skulle Microsoft, AT & T, Gillette, City Bank, MCI, IBM, Toyota, Xerox, Texas Instruments, General Motors, General Electric, AOL, Netscape, Oracle, Sun Micro Systems, Colgate, Skytel, Coca-Cola, och många andra distribuera sina produkter eller tjänster genom - helt eller delvis - Nätverksmarknadsföring.

Dessa stora företag är starka bevis på branschens framgång och trovärdighet. Flertalet av dessa stora företag har börjat använda sig av metoden under de senaste åren. Det bekräftar vad professor King sade om att branschen börjar bli inarbetad och är ett accepterat yrke. Fundera på varför det är ett bra affärsbeslut för dessa företag att distribuera deras produkter genom Nätverksmarknadsföring. Fundera på vilka steg som behöver vidtas för AT & T ska få ut en mobiltelefon på marknaden. Det första är att göra reklam: TV, tidningar, veckotidningar, affischer, direktreklam mm. Hur mycket pengar har de lagt ut på reklam? Miljoner för en ynkelig mobil innan den är såld.

För det andra fordras en kundtjänst vars personer de måste anställa och utbilda. Hur mycket kostar inte det? Hur många telefoner har de sålt? Inga. Det tredje är försäljningsombud vilka de behöver anställas och utbildas för att distribuera telefonerna till kunderna. Hur mycket pengar kostar det att anställa och utbilda försäljningsombuden i lön och provision? Mycket. Hur många telefoner har sålts? Inga än så länge.

Jämför detta med AT & T som förenar risktagandet med ett nätverksmarknadsföretag. Allt som ett nätverksmarknadsföretag behöver göra är att skicka ett e-mail till alla sina mäklare och agenter eller skicka ett telefonmeddelande och 50, 75, 100 000 mäklare och agenter som köper telefonen. Därefter börjar mäklarna utbilda agenterna i hur de skall marknadsföra telefonen. Med ett nätverksföretags kanaler lägger AT & T ut pengar endast när en telefon säljs. Det är därför som många företag har blandat risktagande med Nätverksmarknadsföring idag och också därför denna trend börjat på marknaden.

Vi skulle vilja avverka en sak till innan vi slutar, något vi anser är de viktigaste. Har du någonsin tänkt på att det finns folk som tjänar (tiotusen dollar per år) 10.000 dollar/år och att det även finns de som samma år tjänar tio miljoner dollar (10.000.000 dollar).



De tjänar sina pengar på samma 24 timmar per dag, inte sant? Vad är det som den ena personen känner till men inte den andra? Du måste kunna se skillnaden. Om det är någonstans som jag ser hur människor totalt förstör sina chanser till att någon gång skapa välstånd är i deras uppfattning eller bristen på att kunna **förstå sambandet mellan tid och produktivitet**.

Jag hör alltid människor klaga över att de är för upptagna och inte har tillräckligt med tid. **Människor agerar som om tiden ägde dem istället för tvärtom**. Nästa punkt jag kommer att anförtro er är varför jag inte tror att människor uppnår sina ekonomiska drömmar.

Det är lättare att göra allt själv än att få andra att göra det, eller det går fortare att göra det själv än att få andra att göra det. Anledningen till att folk är så upptagna och inte har tillräckligt med tid är att de **saknar förståelse för vilken investering det är att utbilda andra så att de får mer gjort**. Folk misslyckas med att utträta detta, eftersom det normalt sett inte lönar sig att låta folk få ta del av din sakkunskap. De tar bara med sig av dina idéer som du bidragit med och gör själva en vinst.

**I nätverksmarknadsföring belönas du rikligt för din vilja att utbilda andra effektivt**. När du till fullo förstår kraften i att utbilda och uppmuntra andra så att du kan få mer gjort är verkligheten på god väg till rikedom.

Det jag nu citerar bör ni lägga på minnet. **”Rikedom är gömd för dem som måste göra allt själv. Medan rikedom kommer till dem som har tillräckligt med tålamod att lära upp andra.”** Anta att du har en son på fyra år och hans skosnören inte är knutna. Du har ett val. Du kan knyta skorna åt honom, vilket går fortare, eller du kan lära honom hur. Ja, han kommer att ignorera dig. Låt honom hålla i ett snöre när du knyter det andra. Fortsätt göra det i två till tre veckor och snart kommer han att försöka ta det andra skosnöret ur händerna på dig. När han slutligen gjort det slutar det inte där.

Fortsätt lära honom saker. Snart har du skapat en stolt kille och du avlastar dig själv, så att du kan få mer gjort. Vad som är viktigast här är att du förstår att detta är din undervisningslektion. Han kommer att lära sig att knyta sina skor när du lärt dig att lära honom.

**Nätverksmarknadsföring är den mest etiskt korrekta affärsformen jag någonsin sett**. Det utvecklar verkligen människor när det görs på rätt sätt. Min huvudpunkt här är att du har duplicerat dig själv. Skosnörena blir fortfarande knutna men inte av dig. När du använt din tid för att lära upp andra - istället för att slösa egen tid på att göra själv – har du investerat din tid på att göra saker på ett snabbare och enklare sätt. Detta förverkligas av de som har fått ekonomisk frihet. **Detta är vad de rikare vet och infört i sin verksamhet**.

När du nu vet detta kan du förstå varför vi anser att nätverksmarknadsföring ger en brilliant kompensation. Det du inom nätverksmarknadsföring gör, är att duplicera det du gör, nämligen att finna och träna andra personer. När du använder nätverksmarknadsföring på mitt sätt finns inget bättre. Låt mig berätta varför.

Låt oss anta att du är en arbetsnarkoman. Hur många timmar kan du som mest arbeta på en dag? **24 timmar, inte sant?** Om du skulle jobba ett helt år utan att sova skulle det bli **8760 timmar**. Men det är max antal timmar man kan jobba på ett helt år, håller du inte med?

Jag har ungefär 56 000 mäklare och agenter i mitt företag, utspritt i hela världen. Anta att alla 56 000 bara jobbade **en timme på ett helt år**. 56 000 gånger en timme per person blir **56 000 timmars** arbete som jag får betalt för. För att tjäna ihop till 56 000 timmars arbete, måste de flesta arbeta i över 6 år - 24 timmar per dygn utan att sova, för att åstadkomma det jag kunnat åstadkomma bara genom att jobba en enda timme på ett helt år.

Låt mig berätta något riktigt löjligt. Anta att alla mina 56 000 medarbetare jobbade en åttatimmarsdag per år. Lagg märke till att jag inte sa jobbar åtta timmar per dag i ett år. **En åttatimmars dag per år...**

56 000 gånger åtta blir **448 000 timmar som jag får betalt för**. För de flesta skulle de kräva att man jobbade över 51 år, 24 timmar om dygnet för att uppnå vad jag gör på åtta timmar per år. **Åtta timmar på ett år i motsats till 51 år verkar väl inte vidare rättvist?** Det är absolut inte rättvist. Vad som inte är rättvist är att du inte förstått detta förrän nu - medan andra har.

Men nu när du förstår det – utnyttja det. Skillnaden mellan de rika och alla andra är inte ett mysterium. Det är avkastning – hävstångseffekt – multiplicerande vinst och det måste du förstå. Jag sade det tidigare: Du måste antingen ha pengar eller människor i arbete. Det finns inget mer etiskt ”win win” sätt än denna struktur - **som alla tjänar på** - än nätverks marknadsföring. Är inte nätverksmarknadsföring perfekt. Naturligtvis inte! Alla branscher har sina brister.

Nätverksmarknadsföring har dock fler bra sidor än dåliga för de flesta människor. Kräver det kanske hårt arbete? Absolut? Är det värt det? Absolut, eftersom **du utnyttjar din tid istället för att slösa bort den som anställd hos någon annan**.

För att sammanfatta: **Välstånd, skapas genom att hitta en produkt eller tjänst som många vill ha och behöver. Se till att du får upprepad försäljning så att insatsen blir flerfaldig. Välj vara eller tjänst genom att undersöka trenderna. Anställ folk så att du får mer gjort. Se till att sättet du anställer folk på inte äventyrar ditt företag genom att du lär upp dina värsta konkurrenter och se till att du erbjuder dina anställd samma möjlighet att växa som du.**

Nästa del är svar på vanliga ställda frågor. Professor King och jag tar tillfället i akt och tacka för den tid du tagit dig för att lyssna till denna presentation och vi hoppas att det varit lärorikt.

Slut  
Slut

**Ett stort tack för hjälp med översättning till: Gunilla Thuresson & Richard Brodd**