



Ofta ställda frågor

1. Vem säljer produkterna?

Här inträffar de flesta missförstånden inom nätverksmarknadsföring, vilket är förståeligt, då det är den svåraste delen att förstå. Men om det förklaras och blir korrekt besvarat blir bilden klarare. Det kan uppstå en viss förvirring om vem som säljer produkterna.

Hur kan denna lilla mängd produkter eller tjänster förvandlas till stora pengar?

Säljer inte personen människor istället för produkter?

Kommer jag att bli en dörrförsäljare?

Jag känner till två nätverksmarknadsföretag som har tjänat en miljard dollar på produktförsäljning under en tvåårsperiod. Väldigt få företag, oberoende av bransch tjänar någonsin det. Varför skulle Microsoft, Coca-Cola och många andra företag distribuera allt eller en del av sina produkter och tjänster genom nätverksmarknadsföring om det inte var vinstgivande? De insåg tydligen hur kraftfull denna distributionskanal är.

Vad har detta att göra med vem som säljer produkterna? **Allt.** Industrin skulle inte locka till sig dessa företag och skapa så snabbt växande företag om de sålde människor istället för produkter. Låt oss titta i detalj hur detta fungerar. Jag kommer att förklara vem som säljer produkten med en liknelse av tre kugghjul som driver en försäljningsvolym.

Det första kugghjulet som driver försäljningsvolymen är marknadsföring, dvs. att få folk intresserade av produkten. Låt oss säga att du gillat vad du sett hittills och du tycker det verkar vettigt. Nästa steg blir då att köpa några produkter eller använda en tjänst, inte sant? Du skulle väl inte främja ett företag om du inte tyckte om produkterna eller litade på den försäljaren. I samma ögonblick som du köper några produkter är det en volym som just har sålts. Låt mig ge ett exempel på hur denna volym kan uppstå. För ett år sedan lät jag företagets dator ta fram en lista på hur många nya personer som kom in i mitt företag under några månader. Det var 2.400 nya personer. Tag nu papper och penna och multiplicera 2.400 med valfritt antal: 50, 100, 300 dollar för att se betydelsen i vad jag pratar om. Om bara några få av de som kom in i mitt företag kom för att undersöka produkterna är det en stor försäljningsvolym. ($2400 \times 50\$ = 2400 \times 500 =$ En miljon tvåhundra tusen)

Vilka personer är bäst på att marknadsföra produkterna? Är inte den som älskar produkterna mest lämpad att marknadsföra dem? Naturligtvis. Därför måste man börja sin affärssatsning genom att använda produkterna.

Detta driver det andra kugghjulet, vilket är grossistkonsumtion. När folk prövar varor eller tjänster de gillar och antingen gillar varan eller varans pris vill de fortsätta använda den. Ta en titt på hur de har utvecklat företag där kunderna kan köpa ekonomiförpackningar. Där betalar du t.ex. 40, 50, 60 dollar och får deras produkter i parti. Tänk på vilken slags volym grossistvolymen är. Det är lojala kunder. De som är förtjusta i varor eller priset på varor. Denna volym är så säker som någon försäljningsvolym kan bli. Det finns över 56.000 personer i mitt företag utspridda i hela världen. Låt mig säga, bara som exempel, att genomsnittet är fem, tjugo, hundra dollar per månad.

Vilket tal som helst gånger 56.000 är en stor konsumtionsvolym. Den volymen min organisation säljer varje månad är utspridd på 24 olika länder, vilket är mycket bättre än att vara begränsad till ett område som i franchising eller äga en egen lokal firma som t.ex. auktoriserad revisor, rörmokare, hud terapeut.

All denna grossistkonsumtion och intresse för produkten driver det tredje kugghjulet. Det tredje kugghjulet är detaljhandel som jag inte skall belysa i detalj, eftersom det är så de flesta varor distribueras från grossist till detaljist. Därför verkar det som om dem som sysslar med nätverksmarknadsföring är mer fokuserade på att skaffa distributörer än att sälja produkter. I själva verket är det förståelsen av dess tre kuggar som sätter fokus på att skaffa egna distributörer i motsats till nya kunder.

En ny distributör är det samma som de som jobbar i detaljhandeln, som bara har ett kugghjul. Det främsta sättet som jag säljer mina varor på är att prata om dem. Ett annat sätt att sälja varor på är att visa kunden verksamheten och varan på samma gång. Den personen kanske säger till mig: Jag är inte intresserad av verksamheten men jag intresserar mig för dina produkter. De blir kunder som köper produkter.

Min huvudpunkt är att detaljhandel är utomordentligt viktigt, men det är bara en av kuggarna som ger volym. Om du tänker igenom vad jag nyss sagt inser du att du inte enbart tjänar pengar på en sorts volym som t.ex. detaljhandel. Du kan tjäna pengar på alla tre tillsammans med alla i din organisation. När jag förstod detta skulle jag aldrig kunna gå tillbaka till någon annan form av distribution – allt är ineffektivt jämfört med detta.

2. Behöver du försäljnings vana?

Nej, det har du redan mycket av. Låt mig förklara. Vem är bäst på att marknadsföra en vara eller tjänst? Jag har inte hittat någon på nio år som säger emot detta svar: En nöjd kund är den som bäst säljer en produkt eller tjänst. Detta är rekommendationer med ord, inte försäljning. Tänk dig in i följande situation. Du och fem vänner är på restaurang. Innan kyparen kommer för att fråga vad ni vill dricka, vad pratar ni om?

Detta var samtalet som hölls: Ed, berättar för alla om filmen som han nyligen sett och vad säger han om filmen? Ni måste bara se den här filmen om så bara för specialeffekterna. Samtidigt säger David till Sharon: Du ser strålande ut, hur många kilon har du gått ner? Sharon svarar: Ungefär 30 kg. Det är ett helt nytt bantningsprogram jag använder. Det gör verkligen nytta. David fortsätter: Sharon, vad heter programmet? Medan detta samtal fortsätter får Gina ett samtal på sin mobil och öppnar den lilla telefonen och pratar. När hon lagt på säger Ed: Vilken liten mobil, får jag titta. Gina svarar: Naturligtvis, den kostade ingenting, den ingick i ett program jag köpte. Jag känner en kille, Eric, som gav mig en bra affär. Ed säger: Jag måste ha hans namn och telefonnummer...

Vad sysslar de med? De säljer – de säljer till varandra. Om du frågar var och en ifall de är försäljare säger de nej. Filmindustrin, mobilindustrin, hälsoindustrin fick just betalt för att de sålde någonting. Det var gratis annonsering för alla branscherna. Borde du inte få betalt för vad du rekommenderar? Du gör det ju i alla fall. Ingen av personerna på bilden har lärt sig att sälja. Ändå gör dem det hela dagen. Anledningen till att mun till mun metoden är bättre än någon annan form av reklam, som, direktreklam, TV eller radio är, att den bygger på relationer och relation är vad reklam inte har, dvs. förtroende. Ingen annan form av marknadsföring kommer i närheten av den kraften. Behöver jag försäljnings vana?

Låt ingen lura dig. Alla säljer. Försäljning är bara ett överförande av idéer och om du inte tycker du är bra på det borde du bli det. Jag har lärt mig att kommunikation är något man lär sig och inte är född med, men det är något som antingen hjälper eller stjälper dig i livet. Den enda utvägen är att anställa eller stå bakom någon som har kommunikationsfärdigheter som du saknar. Jag berättade tidigare att jag byggt upp ett företag med över 56.000 anställda mäklare och agenter som ger 25.000.000 dollar i affärer. 250 miljoner Skr.

Jag har ingen försäljnings vana. Jag hoppas du verkligen förstår betydelsen i vad jag nyss sagt. En del av dessa 56.000 mäklare och agenter har försäljnings vana andra saknar det. Det viktiga är att jag kan bli hjälpt av dem som har det och de som saknar det tror jag bara saknar erfarenhet. Det är lite som sport. Vem är den bäst betalde basketspelaren i världen? Jerry Reinsdorf. Vem är det? Du trodde säkert att det var Michael Jordan. Nej. Denne Jerry var Michaels ägare. Du förstår, du behöver inte vara superstjärna. Gör bara vad som krävs för att hitta en superstjärna eller hitta en person som hittar stjärnan åt dig. Jag svarade på en annons i Washington Post.

3. Ökar inte priserna på varorna pga. provisionsnivån?

Kanske har vi fått dig att ställa frågan: Om ett nätverksmarknadsföretag betalar provision till alla personer i både fjärde och sjätte ledet ökar det inte priset på produkten? Naturligtvis, men betyder det att konsumenten får betala mer? Inte nödvändigtvis.

Många gånger är det billigare än traditionella varor. Även om nätverksmarknadsföring får lägga till pengar för att betala anställda i alla led, minskar de kostnaderna genom att ta bort en del av de traditionella distributionskanalerna. Jag skall strax förklara hur. Inte för att du alltid skall önska en billigare produkt. Ibland får du bättre utdelning av en dyrare vara. Ofta tittar man på priset innan man tittar på varans värde, men det är i fel ordning.

Låt oss titta på hur en organisation bakom distribution av en produkt ser ut. Vi börjar med det traditionella sättet att distribuera varor. Läskedryck är ett bra exempel. Hur mycket tror du en dricka kostar? Tillverkarens råvaror kostar ca sex cent (motsvarar 60 öre) för drickan och burken. De behöver en vinstmarginal. Tillverkaren går sedan till den nationelle agenten som sätter priset. Sedan sätter den nationella grossisten sitt pris. Efter det är det den lokala återförsäljaren som sätter sitt pris. Marknadsföring tar sin del. Den lokale återförsäljaren t.ex. en restaurang som till sist säljer drycken för 2\$ (20 kr). Så från 6 cent till två dollar har priset ökat, 1,94 dollar. (19 kronor och 40 öre).

I detta exempel skall jag dela upp dessa 1,94 dollar lika på alla distributionskanaler som höjer priset. Det gör jag inte för att påstå att prishöjningen på alla distributionsled eller varor är likadan. Det är inte sant. Jag ville bara hjälpa dig att förstå att flera distributionskanaler ökar priset. Så 1,94 dollar uppdelade på sex distributionsled blir 32 cent på varje led (3:20). Som du kan se är ca 85 % av priset i traditionell försäljning en distributionskostnad – att få ut varan till köparen. 15 % står tillverkning för.

Ända tills nyligen har alla dragit ner på tillverkningskostnaderna, vilket naturligtvis kan minska produktkvaliteten.

Inom nätverksmarknadsföring drar man istället ner på distributionskostnader.

Nu till nätverksmarknadsföring. Tillverkaren behåller samma 32 cent. Nästa del är den nationella distributören som är nätverksmarknadsföretaget, behåller också 32 cent. Företaget har fyra led från vilka de kan omfördela pengar. Låt oss säga att vi i detta exempel har 32 cent från ett överflödigt led och ger till tillverkaren så att han kan göra en bättre produkt. Det är därför som produktkvalitet ofta är betydligt högre på produkter inom nätverksmarknadsföring. Sedan för de över pengar från ett led till en forsknings och utvecklingsavdelning i företaget, för att finna nya produkter.

Nu kommer den del som du är mest intresserad av. Företag inom nätverksmarknadsföring behöver distribuera sina varor på något sätt. De hittar en återförsäljare, låt oss kalla honom A. Företaget säger till A, vi vill att du säljer vår dricka och lönen vi ger dig är den försäljningsvinst som restaurangen tidigare fick. Detta ger A en möjlighet att köpa till grossistpris och sälja direkt till kunden. Denna köp - sälj metod kallas direktförsäljning. Nu behöver företaget fler försäljare. De kan antingen leta upp försäljare själva eller ge A en bonus för varje ny distributör han lyckas hitta.

Vem är bäst på att hitta distributörer? Återförsäljaren eller företaget? Återförsäljaren. De är ute i verkligheten, de träffar nöjda kunder och endast med hjälp av dem kan man marknadsföra varan. Det finns andra sätt att locka till sig återförsäljare inom nätverksmarknadsföring. Låt oss ta som exempel att du är återförsäljare A och du åker hem till din bror i en splitter ny bil. Din bror säger: Hur sjutton kan du ha råd med den bilen? Du säger: Tja, jag är återförsäljare inom det företaget och tjänar mycket pengar. Din bror blir intresserad pga. det ekonomiska. Logiskt sett så är en återförsäljare bättre på att hitta återförsäljare än ett företag.

Jämför detta med Procter & Gambler. Vem säljer deras produkter? Flera företag, inte sant? Stormarknader, närbutiker, apotek... Vem distribuerar Procter & Gamblers produkter? Deras försäljare som de har anställt och utbildat.

Istället för att låta företaget anställa säljare för att hitta återförsäljare till deras produkter ger nätverksmarknadsföringsföretaget en bonus åt varje återförsäljare som skaffar en ny distributör.

Företaget säger till återförsäljare A: Vi betalar dig vad vi skulle ha betalt i reklam samt för att anställa och utbilda försäljare. Dessutom får du fortlöpande provision för de varor som beställts samt för de kunder och återförsäljare som du knutit till företaget. Vi ger de pengarna till dig i bonus i fall du söker upp och lär upp nya återförsäljare.

I mitt exempel har vi kapat bort två led i distributionskedjan. Vi har skapat möjlighet för vem som helst, t.ex. du eller jag, att få en inkomst från försäljning av varor, att bygga upp ett team av återförsäljare, ge mer pengar till tillverkaren av drickan men ändå behålla samma pris till kunden.

4. Är du orolig för att sälja till vänner?

Någon sa en gång till mig: Det är fel att tjäna pengar på mina vänner och familjen. Om du tycker så, vem tycker du då det är rätt att tjäna pengar på? Troligtvis någon du inte känner. Hur försvarar du att du tjänar på en främling? Ditt försvar skulle troligtvis bli: Jag erbjuder en bra produkt eller bra tjänst till ett rimligt pris. Varför skulle du inte kunna erbjuda en familjemedlem det? Sätt dig själv i din familjs ställe. Du tror att din familj eller dina vänner hellre vill betala en främling för samma vara eller tjänst som du erbjuder. Skulle du inte hellre betala en familjemedlem än en främling?

Min syster är i tryckeribranschen. Jag säger till henne: Cindy om du kan förena kvalitet och pris så ger jag hellre dig arbetet än någon annan. Låter inte det vettigt. En annan liten detalj. Har du någonsin gjort affärer med en fiende? Om du inte gör affärer med din familj och dina vänner, vem gör du då affärer med?

5. Måste du komma in i branschen i början?

När var den bästa tiden för att intressera sig för Microsoft eller Kodak? Naturligtvis var de i början. Har du funderat på hur många företag som startats i staten Washington varje dag? Hur många av dem blev lika stora som Microsoft? Det finns vinnare och förlorare i både nya och etablerade företag. Om du vill bevittna totalt kaos inom detta område, titta på ekonominyheterna när deltagarna, gästerna, analytikerna försöker förutspå vad de nya resp. gamla företagen skall göra. Det är dråpligt. De flesta experterna har satsat på fel kort.

Här kommer en annan gåta. Har Microsoft nått toppen eller kommer det att bli ett företag värt 30 miljarder dollar med över 100 000 aktier. Kommer alla att använda Microsofts system? Jag har inget svar på detta och ingen annan heller. Några är bättre utbildade på vad man skall leta efter i ett företags historia. Historien är en utgångspunkt. Jag har också sett hur en persons idéer kan få det sämsta företaget till succé på ett år. Den klarsynte personen kan vara du. Lyssna till dina instinkter. Dina idéer är lika bra som någon annans.

6. Letar du efter något säkrare arbete eller fast lön?

En av mina kolleger visade sin fru dessa idéer och hon sa: Skaffa dig ett riktigt jobb. Han visade henne Times Magazine där det uppgavs att sju företag friställde 165 000 personer det året. Då frågade han henne: Vilket företag vill du att jag skall skicka min CV till?

(Personprofil och meritlista)

Han fortsatte förklara att alla dessa 165 000 personerna nu tävlar om samma jobb, svarar på samma annonser som han och vill ha samma jobb. Jobb inom företag kan man i bästa fall behålla tre till sex år. Så varför ödsla ner tid på något som ändå inte ger långsiktig ekonomisk säkerhet?

Dr King, jag sökte upp ett säkert jobb. Jag arbetade i den amerikanska armén i elva år. En dag begrep jag att det viktigaste för dem i armén var att pensionera sig. Pensionen var 50 % av lönen. Jag skulle vara fattig med en pension på 100 % av lönen. Vad fick dom att tro att 50 % var en bra idé för mig? Jag vill leva, inte bara existera. Lura dig inte att tro att du är säker i landet Amerika.

7. Känner du till någon som har misslyckats med nätverksmarknadsföring?

Jag antar att du har hört talas om nätverksmarknadsföring tidigare eller känner till personer som lyckats eller misslyckats. Du kanske t.o.m. har försökt dig på det tidigare. När jag just kommit in i verksamheten var det en kille som sa till mig: Jag vet en som har försökt sig på det där och misslyckats. Det verkade som om han trodde att hans påstående skulle påverka mig. Självklart kan man misslyckas, folk kan misslyckas i allt. Elever misslyckas på mitt gymnasium.

Det värsta du kan göra i livet är att jämföra dig med den som misslyckas, för du vet inte hur de närmat sig verksamheten. Gjorde de det som ett yrke eller som hobby. Vad jag menar är att du inte kan titta objektivt på andras framgång eller brist på framgång och låta det bestämma vad du kan uppnå. Detta är som med allt annat i livet. Det blir vad du gör av det. Du kan lära dig att bli bra på det här. Jag vet.

8. Är du orolig för vad dina vänner skall säga?

Hindrar din familj, maka/make eller dina vänner dig? Är du orolig för vad de skall tycka?

Jag måste vara väldigt klar med den här frågan. Om du är den sortens person som alltid behöver andras godkännande innan du gör något, får du troligtvis aldrig vad du vill ha. Hur många riktigt rika tror du blev det med en hejarklack bakom sig? Kanske bara en person bakom sig? Ingen. I Napoleon Hills klassiska bok: Think and grow rich, visade hans forskning att rädsla för vad folk skulle säga var en av de främsta anledningarna till att man inte nådde ekonomisk framgång.

Om du skulle göra en lista på de som har negativa åsikter, är det oftast mindre än fem personer enligt egna undersökningar. Ska man verkligen tillåta fem personer att hindra en från det man strävar efter ett helt liv? Skulle verkliga vänner vilja ha ett sådant ansvar, nämligen att hindra dig att förverkliga din drömmar. Du är du – det är du som avgör. Jag vet att det låter torrt, men försök att förstå hur unik du är.

Du har dina drömmar och mål. Låt ingen ta dem ifrån dig. Dessutom är det inte heller riktiga vänner som hindrar dig. Då skulle du inte oroa dig för vad de skall tänka och säga. En verklig vän skulle inte försöka hindra dig. Att lyssna på dem som försöker hindra dig gör dig bara missmodig. Jag hade minsann också min beskärda del av vänner som ville ”skydda” mig men jag visste att ingen av dessa beskyddare skulle betala för mina barns utbildning, min pension eller för annat jag ville ha ut av livet. Jag hoppas du förstår att jag inte bara pratar om denna verksamhet.

Låt inget eller ingen hindra dig från att nå dina mål. Du får gärna säga nej till detta, men säg aldrig nej till något för att du är rädd för vad folk ska säga.

9. Kan du lyckas?

Kan du göra detta och lyckas? Jag känner dig inte men jag tror det. Hur blev du bra på det du gör nu? Du fortsatte bara att göra det tills det lyckades. Om du börjar med detta och upptäcker något du inte är bra på, ändra på det. Leta i böcker eller gå universitetskurser i ämnet. Det är mycket lättare att lära sig ett nytt hantverk än att utgå från en färdighet du har och sedan hitta en bransch eller ett jobb där den färdigheten inte behövs. Inse vad du är bra på och ändra och bekämpa det du inte är bra på.

När jag började med detta var jag en marinofficer och hade inte talets gåva. Jag var inte bra på det här. Jag förstår inte hur mina vänner klarade av mina första stapplande steg. Det var förfärligt. Jag höll på med den här verksamheten på deltid och hade mycket att lära, men jag visste att man antingen har ursäkter eller resultat. Man kan inte få både och. Jag bestämde mig bara för att bli bättre inom de områden jag behövde förbättra, istället för att fokusera på vad som inte fungerade. Jag skulle bli rättfram om jag inte redan var det. Du använder redan värdefull tid till att bli bra på något. Borde inte det ge dig en hög inkomst och ge dig full frihet?

Du slösar bort din talang genom att sälja dig billigt och jobba för någon annans drömmar. Jag tittade på denna verksamhet och sa: Självklart är det jobbigt.

Allt är jobbigt, men jag tycker det är jobbigare att inte kunna få vad man vill i livet, än att ta bort det jobbiga.

Återigen tack till Gunilla Thuresson och Richard Brood för hjälp med översättning.

