

≈ ÁCS ZOLTÁN ≈



# A VALÓDI ONLINE HÁLÓZATÉPÍTÉS

Üzletépítés a barátaid zaklatása nélkül  
1.rész

© 2015 – Ács Zoltán.

Minden jog fenntartva.

Az E-book kiadványt sem elektronikusan sem máshogy nem lehet másolni. Kizárólag a vevő személyre szóló használata van megengedve. Belőle idézni, bárhol megjeleníteni az író írásos engedélye nélkül szigorúan tilos! Bármilyen sokszorosítás terjesztés jogi következményeket von maga után!

Kiadja Ács Zoltán István e.v.

Tel.: +36 70/632-9859

[www.acszoltan.hu](http://www.acszoltan.hu)

e-mail: [info@acszoltan.hu](mailto:info@acszoltan.hu)

A borítót tervezte és a kiadvány online változatát tördelte:

Csonka Kata

# Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék .....	3
Ajánlások .....	6
Előszó .....	11
1. fejezet A kezdet .....	14
2. fejezet Miért fontos neked, hogy megtanuld az online értékesítés fortélyait? .	19
3. fejezet Mit tudsz elérni, ha van online rendszered?.....	23
4. fejezet Miért NEM keres az emberek 95%-a pénzt az interneten? .....	25
5. fejezet Az online kommunikáció lényege .....	28
6. fejezet A célközönség kiválasztása.....	33
7. fejezet Az értékesítési csatorna bemutatása.....	36
8. fejezet Kommunikáció a hírlevélben és a blogon .....	39
9. fejezet Videó vagy írott kommunikáció?.....	44
10. fejezet A videómegosztók használata .....	47
11. fejezet A forgalom forrásai – A közösségi média.....	49
12. fejezet Facebook rajongói oldal létrehozása .....	52
13. fejezet Facebook csoportmarketing.....	54
14. fejezet Facebook hirdetések használata .....	57
15. fejezet Négy dolog, amit kerülj el, ha online akarod az üzletedet népszerűsíteni .....	63
16. fejezet Beszélj a nagy képről, a vízióról a célpiacodnak .....	65
17. fejezet Legyél türelmes az eredményekkel kapcsolatban!.....	68
18. fejezet Soha ne spammelj! .....	70
19. fejezet Mindig kövesd a történéseket! .....	71
20. fejezet Adj értéket ingyen! .....	73
21. fejezet Szándék az írásaid mögött .....	75
22. fejezet Marketingszoftverek használata .....	77
23. fejezet Online prezentációk, képzések, képzési oldal létrehozása .....	79
24. fejezet Hogyan legyél online hálózatépítő szupersztár az üzletedben? .....	88
25. fejezet Hogyan indulj el? .....	91

26. fejezet A rendszered automatizálása .....	94
27. fejezet Kiskapuk bemutatása .....	97
28. fejezet A Facebook hirdetéseid folyamatos felülvizsgálata.....	100
29. fejezet Hogyan kezeld azokat, akik érdeklődnek, rád írnak vagy akár felhívnak?	101
30. fejezet Jó-e az neked, ha az üzlettársaid iratkoznak fel a hírleveleidre? .....	102
31. fejezet Az internetes kommunikáció legnagyobb előnye .....	105
32. fejezet Az MLM szakma megtisztulása.....	108
33. fejezet Személyes online coaching tapasztalatok .....	112
34. fejezet Egy váratlan fordulat, ami bebizonyította, hogy a valódi online hálózatépítés mindenhol működik .....	113
35. fejezet Összefoglalás .....	115
A szerzőről.....	121

# A Valódi Online Hálózatépítés

## 1. rész

Ami új szintre hozhatja az életedet. Ács  
Zoltántól, aki így építi az üzletét.

2015.

## Ajánlások

Ács Zoltánt 1997 óta ismerem. Ő az egyik legszorgalmasabb és legintelligensebb hallgatóm. Amikor saját lábra álltam, 2005-ben Zoltán már profi online szakember volt. Hónapról hónapra felhívott és elmondta, mit változtassak a hírleveleimben, honlapomon és a hirdetéseimben. Rengeteget segített nekem, hogyan legyek piacvezető és keressék sok pénzt. Ezeknek a tanácsoknak hála, Közép-Kelet-Európa legjobb értékesítési tréneré lettem. Most végre ezekhez a tanácsokhoz bárki hozzájuthat.

*Kasza Tamás*

*Lezárás Specialista, Bestseller Író,  
Nemzetközi Tréner*

Ács Zoltánt nagyon régóta ismerem, és az egyetlen olyan barátom, aki teljes egészében az Online Marketinget használja. A több mint 10 éves tapasztalata az online világban olyan professzionális szintre emelte az üzletét, melynek segítségével bárki sokkal hatékonyabbá teheti üzleti működését. Legutóbb egynapi személyes konzultációt kaptam tőle, ami gyökeresen megváltoztatta az online felületeim hatékonyságát. Szóval ha profi segítséget szeretnél az online marketingedhez, Ács Zoltánt szívből ajánlom Neked!

*Lázár Csaba*

*Márkaépítés Specialista*

Nem sok apa mondhatja el magáról, hogy a munkaideje minden percét a gyermekével töltheti, és ezt még élvezi is. A napi teendőimet végezve is szeretném, hogy kislányom ne töltsen egyedül a bölcsőben töltött perceket, ezért a guruló fekvőhelyének köszönhetően be tudom tolni az apukája dolgozószobájába. Ilyenkor ők együtt munkálkodnak. Áhítattal nézik egymást. Erről képek is készülnek, amiket újra és újra szívesen látok a közösségi hálón. Nem

utolsósorban Zoli online szaktudása és néhány kütyü lehetővé teszik azt is, hogy teljesen mindegy, hogy éppen a Balatonon, Floridában vagy Pécsen éljük a mi kis életünket.

*Getta Mónika*  
[www.babatvarok.hu](http://www.babatvarok.hu)

Zoltán könyvét már nagyon vártam. Ön egy olyan hiánypótló könyvet tart a kezében, amely egyszerűen, érthetően, Magyarországon elsőként írja le az online hálózatépítés „hogyan”-ját. A legnagyobb dolog az egészben, hogy Zoltán pontosan a könyvben leírtak szerint épít hálózatot, nem csak beszél róla. Tehát egy tökéletes, gyakorlatban is kipróbált receptet kap az, aki elolvassa a könyvet. Ha pedig betűről betűre alkalmazza is a benne leírtakat, akkor olyan módon lesz képes hálózatos üzletet építeni, amiről eddig csak álmodott. Sok sikert kívánok hozzá!

*Csonka Kata*  
[www.penztermeloblogolas.com](http://www.penztermeloblogolas.com)

Zoltánt több éve ismerem, és mindig felnéztem rá. Dolgoztunk együtt több üzletben is, amelyekben sikereket értünk el, de igazából ő mindig megelőzött ezen a téren. Az online marketing szakmát is együtt kezdtük, és mondhatom, nagyon örülök ennek, mert 2015-ben és az elkövetkező években már elengedhetetlen az online jelenlét. Ebben a könyvben minden olyan online technikát, trükköt megoszt velünk az író, ami valóban működik a gyakorlatban is.

*Gyura Attila*  
*FGXpress vezető*  
[www.gyurattila.com](http://www.gyurattila.com)

Néhány éve még meggyőződéses offline hálózatépítő koromban láttam egy videót egy emberrel, aki azt állította, hogy online módszerekkel az interneten kell hálózatot építeni. Mondanom sem kell, hogy habzott a szám, hogy miket mond és miket képzel. És különben is, mi az, hogy tripla gyémánt? Hát ezek már nem győznek

rangokat kitalálni? Rá nagyjából egy évvel kezem-lábam tettem össze örömben, amikor ugyanez az úriember zárt – természetesen csatlakoztam az üzlethez. Már a rákövetkező napokban a saját bőrömmön éreztem, hogy igazat beszélt. Talán nem meglepő, hogy – bár nem egészen önszántából – tudta ezt is fokozni, és belevetette magát az igazán, akár teljes mértékben online munkafolyamatokra épülő módszerekbe. Örömmre szolgál, hogy tanulhatok, tanulhatunk tőle. Ugyanis a tudásvágya, a taníthatósága, a szakmai alázata és a kitartása példaértékűvé emeli munkáját. Az pedig, hogy a gyakorlatban szerzett és konkrétan alkalmazott tudásról ír, különösen értékesé teszi Zoltán könyvét.

*Komár Zsolt*

Ács Zoli igazi profi az online hálózatépítésben, ezt onnan is tudom, hogy sokat segített nekem ezen a területen. Valóban ért hozzá, működik, amit tanít, és eredményt hoz. A könyve valódi igényt elégít ki, mert egyre többen próbálnak pénzt keresni az interneten. Nekik ez a mű kötelező olvasmány.

*Zseli Csaba*

*DXN TOP vezető*

*[www.zselicsaba.hu](http://www.zselicsaba.hu)*

*[www.mlmkave.hu](http://www.mlmkave.hu)*

Zoli pályafutását régóta figyelem. Őszintén, nem mindig tartozott a kedvenceim közé. De egy valamit biztosan láttam benne, hogy amit csinál, azt mindig teljes lelkesedéssel teszi, és csak profi módon. Azt láttam, hogy mindig képes tanulni, fejlődni, továbblépni és profin kommunikálni! Amióta én is próbálkozom napi videóüzenetek készítésével, látom, mennyire komoly feladat, és mekkora felkészültséget kíván az, hogy az ember mindig toppon legyen. Ma már az online hálózatépítés egyik ikonjának tartom, és odafigyelek rá, miket csinál, használ és mond. Nagyon sok ötletet, tudást merítettem az anyagaiból, így biztos vagyok benne, hogy ennek a



könyvnek minden fejezete hasznos és gyakorlatban használható lesz mindenki számára.

*Nagy Gábor*  
*DXN – DD gyémánt*

Köszönöm a bizalmadat, a barátságodat és a felkérésedet. Szenzációs a könyved. Kellőképpen rávilágít arra, hogy az új korban az internet elterjedése miként változtatta meg a gazdaságot és ezzel együtt az életet. Ács Zoltán hírnevét az üzleti tehetségénél is jobban megalapozta az előrelátása, illetve az az úttörő jellegű munka, melyben a személyes márképítést bravúrosan kombinálja az online marketinggel. Azt hiszem, hogy minden egyes embernek, aki a hálózati marketingben gyorsan akar növekedni, elkerülhetetlen annak a tudásnak a megszerzése, melyet ezzel a könyvvel átnyújtasz számunkra.

*Korb Livia*  
*Organo Gold Ruby manager*

Ács Zoli az Online MLM marketing ikonja számomra! Ő volt az, aki úttörőként rájött arra, hogy az online információ gyorsabban képes haladni, mint offline üzemmódban! Azé a világ, aki élvezi! Gyönyörű családja mellett az internet munkába fogásával Zoltáné lett a világ! Ha az olvasó a szuper kényelmet választaná és az otthonából szeretne dolgozni, akkor szinte minden érv Zoli módszere /technológiája mellett szól.

*Gyulai Szilveszter*  
*Organo Gold Ruby Manager*

Nekem mindig fontos volt, hogy az információkat hiteles, megbízható forrásból szerezzem be. Rengeteg hülyeség, használhatatlan információ kering az interneten, amik tévútra vihetnek. Zoli munkáját hónapokon keresztül figyeltem, és miután 100%-ig megbizonyosodtam róla, hogy amit mond, az valóban működik, akkor vettem fel vele a kapcsolatot és kezdtem vele együtt dolgozni. Azt

szeretem az írásaiban a legjobban, hogy érthetően, emberi nyelven adja át a legfontosabb információkat.

*Csatlós Csaba*

*www.spm.hu*

Ajánlom Ács Zoltán könyvét minden MLM hálózat építőnek. Tapasztalata, hozzáértése, munkássága példaértékű. Magam is sokat tanultam Zoltántól. Akik erre a mesterségre adták a fejüket, hogy hálózatot építenek, nagyon is figyelniük kell az online munkavégzés során is a változásokra. Zoltán e szerint végzi a dolgát, és eredményei is ezt mutatják. Trénerként ezt a tudást olyan szinten adja tovább, hogy legyen bárki, akár már sikeres hálózatépítő vagy éppen most induló, egyaránt bőséggel meríthet Zoltán tudományából.

*Litzler Mihály*

*DXN Gyémánt*

## Előszó

Ez a könyv több szempontból egyedülálló. Egyrészt azért, mert abszolút tapasztalaton alapuló, nem valamilyen elméleti szakembertől származik. Rengeteg olyan könyv létezik, aminek az írója nem csinálja azt, amiről ír, és soha nem is csinálta! Ráadásul ennek egy ideológiát is kitaláltak, miszerint szeretnének függetlenek maradni. Képzeld el azt a független szívsebészt, aki még soha nem műtött szívet, de neked épp szívműtetre van szükséged. Vagy azt a független építésszt, aki épp a te házadat felügyelné, úgy, hogy nem épített még soha házat, de már könyvet írt róla. Megbíznád ezeket a „szakembereket”? Nyilván nem! Akkor miért fogadod el olyan emberek véleményét az MLM témakörében, akik még soha nem építettek hálózatot és pláne nem lettek sikeresek benne? Költői a kérdés, de sokan elfogadnak tanácsot ezektől az emberektől, persze nem is lesznek sikeresek.

Én nem akarok független lenni, egyszerűen a tapasztalataimat akarom átadni. De ezek olyan tapasztalatok, amivel Gyémánt és Tripla Gyémánt is lettem 2 különböző üzletben. Ezeket alapvetően offline technikákkal és az általam megtapasztalt, megtanult online technikákkal építettem fel. Viszont amiről szól a könyv, az egy teljesen más tudáson alapul. Ez a tudás gyakorlatilag lehetővé teszi akár 100%-ban az online hálózatépítést is. Ez a tudás olyan emberektől származik, akik sok millió dolláros forgalmat, bevételt értek el tisztán online technikákkal. Persze Magyarországon ez a tudástechnika nemrég vált elérhetővé, és én is hozzájutottam. Elkezdtem alkalmazni, és drámai eredményeket hozott nekem. Anélkül, hogy kitenném a lábam, 2014. január 1-től december 31-ig több mint 150 ember jött be közvetlenül frontra ezzel a technikával úgy, hogy én csak 8 embernek szóltam. Szerintem ez más hálózatépítőt is érdekelne!

Most, hogy ezeket írom, 2 emberrel is beszéltem, akik rám írtak és érdeklőnek az, amivel foglalkozom. Ez az, amit az online hálózatépítés tud adni. Ne kelljen soha többet olyan emberekkel beszélni, akiket nem érdekel. Így nincs több, vagy sokkal kevesebb visszautasítás van, és ez óriási, mert a legnagyobb kivégzőosztag a hálózatépítésben nem más, mint a visszautasítás. Az emberek annyira félnek ettől, hogy egy idő után már meg sem próbálnak kommunikálni, aminek persze az a vége, hogy abbahagyják az üzletet, és nem biztos, hogy jó dolgokat mondanak utána az egész szakmáról. Gondold el, hogy ez mennyivel másabb lenne, ha az embereket nem érné ennyi stressz, és csak érdeklődőkkel beszélhetnének?

Ez az, amit az online hálózatépítés tud adni. Meg tudja adni azt, hogy végtelen mennyiségben legyenek érdeklődők, valójában több, mint amennyire szükséged van, és azt is meg tudod tanulni, hogyan működtess egy hálózatot online.

Mivel ez egy új megközelítése a hálózatépítésnek, azért persze vannak, akik támadják, meg azt mondják, hogy ez nem lehetséges, csak az offline, és csak mondják és mondják. Erről az a vicc jut eszembe, amikor a paraszt bácsi áll a zsiráf előtt az állatkertben és azt mondja, hogy márpedig ilyen állat nincs! Márpedig van! Ellenállhatsz ennek a változásnak, de van egy rossz hírem, ez az ár csak jön, és ha ellenállsz, bele fogsz fulladni.

A 18 éves korosztály már nem emlékszik az internet előtti időkre, és ez a helyzet csak fokozódik. Ennek a korosztálynak beszélhetsz kizárólag offline technikákról, azt fogják kérdezni tőled, hogy ezt nem lehet interneten csinálni? Ha a te válaszod erre az, hogy nem, akkor te veszíteni fogsz azokhoz képest, akiknek erre a válasza az, hogy igen! Ez a technika minden MLM üzletre, otthonról végezhető üzletre

alkalmazható. Vállalkozásokra is, de csak akkor, ha a cégtulajdonos, maga csinálja ezt a tevékenységet. Le lehet passzolni egy marketingesnek vagy egy informatikusnak, de soha nem fogja jól csinálni, mert nem érdeke és nem az övé a cég. Neki nincs víziója, csak a fizetés érdekl. Nagyon kevés a kivétel, és valószínű, nem a te cégednél találod, még ha ezt is hiszed!

Ezt a technikát az tudja működtetni, akinek van víziója, nagy terve, és ezt meg is akarja valósítani. Mindezt az internet segítségével. Ez a könyv abban segít, hogy ez meg is valósuljon! Sok sikert kívánok. Fényes jövőt neked és a cégednek.

*Tisztelettel*

*Ács Zoltán*

*Online Ügyfélszerzési Specialista*

# 1. fejezet

## A kezdet

1993 tavaszán ott ültem Tihanyban a Club Tihany Szálloda teniszcsarnokában. Sok ezer ember várta feszülten a csodát. Voltak olyan emberek, akiknek semmit nem jelentett. Azt gondolták, hogy ez csak egy átverés, ez nem lehet igaz, amit ott hallottak. Voltak olyanok, akiket viszont egy életre megfertőzött. Köztük voltam én is.

Úgy hoztak el ide egy hétvégére 12 000 forintos részvételi díjért, ami nekem nagyon sok pénz volt, hogy ha ide eljövök, akkor megváltozik az életem. Igazuk lett. A sors fintora, hogy akik idehívtak, nekik nem lett változás az életükben, nekem meg igen. Persze nem ott és akkor abban az üzletben, hanem később. De nyilvánvaló, hogy az volt a kiindulópont.

Ültem a sorok között valahol középen, és nem is tudom, mit vártam. A teremben éreztem a lelkesedést, olyat, amit soha azelőtt nem éreztem. Aztán jöttek az előadók, akik azt mondták, hogy szabad lehetek, és olyan pénzekről, életstílusról beszéltek, ami számomra előtte elképzelhetetlen volt. Nekem ugyanis azt tanították, hogy fiam, legyen egy rendes állásod, és akkor majd nyugdíjba mész egy tisztességes nyugdíjjal. Valahol a lelkem mélyén éreztem, hogy ez nem így lesz, de persze semmilyen más lehetőséget nem láttam, hogy ez másképp fog történni.

Nekem elsőre megtetszett a léggör és az üzenet. Voltak olyan előadók, akikre már nem is emlékszek. De volt ott valaki, aki egy életre megváltoztatta az életemet a gondolataival. Őt úgy hívják, hogy Vágyi Jenő James. Szinte az egész előadására emlékszem, pedig ez már 22 éve volt! Emlékszem arra, hogy a Super Mario videójátékot hozta fel példának. Ő már akkor tudta, hogy hogyan kell

az emberekre hatni. Rám is hatott, és örökre hálás vagyok neki, pedig nem dolgoztam vele 1 percet sem.

Viszont az üzletet elkezdtem. A legnagyobb élmény az volt, amikor a kazetták bejöttek a rendszerbe. A mai napig emlékszem, kik beszéltek rajtuk a kezdő kazettakészletben. Természetesen ott volt Vágyi Jenő James is, aki a sikertörténetéről beszélt. Teljesen lenyűgözött, hogy van egy lehetőség, amit úgy hívnak, hogy MLM, és egy ember a semmiből elképesztő magasságokba juthat.

Nem is értettem, miért kritizálják ennyien ezt a szakmát. Persze később megtanultam, hogy ha valakinek nem sikerül valami és idejekorán feladja, akkor másokat fog hibáztatni. Céget, terméket, felsővonalat, az összes embert és akár az istent is. Csak saját magát nem. Ott tanultam meg azt is, hogy ha sikeres akarsz lenni, akkor az életedért 100%-os felelősséget kell vállalnod! Én ezt megtettem és sikeres is lettem az MLM-ben.

Végül nem lettem sikeres abban az üzletben, de James elindított egy úton. Én hittem neki. Azt mondta: olvass könyveket, amik fejlesztenek téged. Soha előtte nem olvastam ilyeneket. De azt követően olvastam. Szerintem 500 és 1000 között van az elolvasott könyvek száma, amit azután kezdtem el olvasni. Ez nyilvánvaló hatással volt az életemben.

Elkezdtem hanganyagokat hallgatni. Elképesztő gyűjteményem van az elmúlt 20 évből. Legalább 1000 CD-nyi anyagom van. Enyhén szólva hatással volt rám, nem csak akkor, hanem később, évek múlva is ezeket hallgattam. Persze a harmadik tanácsot is megfogadtam, ami a rendezvényekre való járást tanácsolta. Sok rendezvényen ott voltam és sok rendezvényt rendeztem is. Ez volt az a pont, amikor elindultam a siker felé, bár ez akkor még nem látszott.

Ezután üzletkötő lettem, de ez is csak azért sikerülhetett, mert rengeteget tanultam, megtanultam az emberekkel kommunikálni, és kézenfekvő volt, hogy ez az én utam. Élveztem is 11 évig. Ebben az időben folytattam az önfejlesztő könyvek olvasását és a hanganyagok hallgatását. Az utolsó üzletkötői állásomkor viszont már láttam, hogy ezt nem tudom életem végéig csinálni, és nem is akarom.

Ekkor úgy döntöttem, felmegyek az internetre, és keresek magamnak egy MLM üzletet, amit még én is meg tudok csinálni. Mélyen élt bennem az emlék, amikor Vágyi Jenő James 1993-ban a színpadról először érintette meg a lelkemet a gondolataival.

Fel is mentem a netre, és emlékszem, azt gondoltam, hogy addig nem jövök le az internetről, amíg nem találok valamilyen üzletet magamnak. 2005-öt írtunk ekkor. De figyelj, mit írtam az előbb! Az internetre mentem, tehát az én életemre ott kerestem a megoldást! Ezzel rengetegen így vannak, és ha te nem vagy fent és nem vagy elérhető, akkor a kereső emberek számára te nem létezel! Még egyszer mondom, nem létezel számukra!

Milyen érdekes, hogy amikor döntést hozol az életedben, akkor általában történik valami. Ugyanis megtaláltam, amit kerestem. Találtam egy olyan céget, ami egy nagyon érdekes szoftverrel működő rendszerről beszélt. Az volt a lényeg, hogy van egy Downliner nevű szoftver, ami az új munkatársakat alád rakja érkezési sorrendben. Na, most gondold bele, soha nem voltam előtte MLM-ben sikeres, erre itt egy szoftver, ami ezt ígéri. Szerinted érdekelt a dolog? Naná!

EI is kezdtem nagy lendülettel, és sikeres is lettem. A sors fintora, hogy mivel én lettem a legsikeresebb ember abban a cégben, a Downliner soha nem rakott alá senkit ☺ De végül is ez indított el és



ez volt a lényeg. Ebben a cégben sok mindenben úttörők voltunk, ha az online hálózatépítésről beszélünk.

2006 környéken az elsők között voltunk, ha nem az elsők, akik bevezették a rendszeres online webkonferenciákat. Online prezentációkat és képzéseket tartottunk rendszeresen mindennap. Azóta is ezt szinte megszakítás nélkül, kisebb szünetekkel gyakorlom. Nem is hiszem, hogy ebben az országban létezik olyan ember, aki több webkonferenciát tartott, mint én, legalábbis az MLM területén. Ez egy magyar cég volt, amelynek sajnos nem volt elég tőkéje és 4 év után tönkrement. Minden, amit akkor felépítettem megszűnt, vége lett. Gyémánt voltam és egy 25 ezer fős csoportom volt, ami lényegében megszűnt. Ezt követően voltak érdekes próbálkozások és sikerek, de a cégek mentek tönkre, ami meglehetősen frusztráló volt.

Volt ezek között egy érdekes cég, amely 5 hónapon keresztül előregisztrációs szakaszban volt, és kizárólag online prezentációval egy több mint 9000 ezer fős csoportot építettünk fel. De mivelhogy lényegében nem lett belőle semmi, csak gyakorlásnak volt jó. Ezt követően egy videókommunikációs cégnél voltam, ahol Tripla Gyémánt lettem, és később a feleségemmel együtt építve, azt hittem, hogy tudom, mi az online hálózatépítés. Nagy lelki nyugalommal, lényegében az interneten, de azért plusz offline módszerekkel sikert értünk el.

Ezt a céget elhagytuk. Nem tetszett abban a formában, amiken változtattak. Egy rövid kirándulás után visszatértem, és megtaláltam a Valódi Online Hálózatépítést. Ami döbbenetes volt, hogy ez még véletlenül sem hasonlított arra, amit előtte tanultunk. Sőt! Valójában teljes tévúton jártunk! Az anyagokat tanulmányozva arra a felismerésre jutottam, hogy ezt minden hálózatépítőnek tudnia

kellene, mert sokkal könnyebb, stressz mentesebb, visszautasítások nélküli lenne, és ami a lényeg, sikerebbek lennének!

Ez a könyv erről szól. Bevezetlek abba a világba, ahol sikeres tudsz lenni, és amire szükséged lesz, bármilyen üzlettel is foglalkozol és foglalkozni fogsz a jövőben.

## 2. fejezet

# Miért fontos neked, hogy megtanuld az online értékesítés fortélyait?

Egy biztos dolog van ebben az univerzumban, ami nem más, mint a változás. Aki nem követi a trendeket, az saját maga dolgát nehezíti meg. Van egy rossz hírem, a régi idők nem térnek vissza. Sajnálom. Tudom, a rendszerváltás után lehet, hogy könnyebb volt minden. Elhiszem, hogy 5 éve egy zászlót lengettél, és csak annyit mondtál, hogy ez egy új üzlet és beléptek hozzád. Vagy kiírtál valamit a Facebookra néhány éve és máris volt érdeklődő. De ez a múlt. Ennek vége! A következő években, meggyőződésem, hogy csak értékadással lehet hosszú távú sikereket elérni. Mindig lesznek pilótajátékok, de remélem, te nem ilyenben vagy!

Ez rendben is van, de mi köze van ennek az internethez? Én eddig is ezt csináltam, miért kell nekem az internetre mennem? A válasz egyszerű. Az emberek az interneten keresik a problémájukra a megoldást. Igen, jól olvastad, a problémájukra! De te, ha nem erről beszélsz, akkor észre sem fognak venni! Amikor te felhívsz valakit napközben és meghívod az üzleti bemutatódra, és nem lelkes, sőt, lehet, hogy elküld, az nem azt jelenti, hogy nem vagy neki szimpatikus, még azt sem, hogy az ajánlatod nem érdekli. Akkor miért ennyire elutasító veled. Egy csomó embert hívsz meg egy bemutatóra? A válasz egyszerű, nem jó időben hívtad őket! Mikor van jó idő a meghívásra? Lehet, hogy nincs is ilyen. Ezt nem értem, mondhatod erre, akkor mi lehet erre a válasz? Az ember, akit hívtál, lehet, hogy épp kapott egy rossz hírt, vagy épp azzal van elfoglalva, hogy hogyan fizeti ki a hiteleit, vagy csak a problémáival. Épp a gyereket kell vinni iskolába vagy épp beteg a gyerek, vagy edzésre kell vinnie, lényeg hogy épp zaklatott.

Te pedig ekkor hívtad.

Elég nagy az esélye annak, hogy ez szinte a nap bármely szakaszában így lenne, bármikor is hívod. De van itt egy nagyon érdekes dolog. Ugyanez az ember hazamegy, megvacsorázik, lefekteti a gyereket, egy kicsit lenyugszik, és mit csinál? Felmegy az internetre és keresi a megoldást a problémájára, ami lehetne a te üzleted is megoldás. Szerinted hányan csinálják ezt az interneten? Hány ember keresi a megoldást az életére? Rengetegen! De a helyzet a következő, azt fogják megtalálni az interneten, aki megtalálható! Te megtalálható vagy? Te felkínáltad már a megoldásodat? Ha igen, ezt jól csináltad? Ha a válasz nem, akkor ez a könyv éppen időben jött az életedbe! Ez a könyv megoldás a problémádra! Milyen probléma lehet ez? Például nem vagy elérhető, vagy nem tudod, hogyan kell kommunikálni hatékonyan az interneten.

De van egy dolog, ami majdnem biztos, hogy probléma az életedben, ha ezt a könyvet olvasod. Ez a legnagyobb probléma, ami csak eddig felmerült az üzletedben, de nem tudod, hogyan kezeljed ezt a problémát. Szóval esetleg elfogyott a névlistád? Nincs elég vevőd? Nincs elég ügyfeled? Nincs elég munkatársad? Gondoltam, hogy ezért vetted meg ezt a könyvet. Honnan tudtam ezt meg? Gondolatolvasó vagyok? Nem! Hanem ismerem a célközönségem problémáit és ezt meg is tudom oldani! Egyrészt én is ebben szenvedtem, nekem is elfogyott a névlistám és megtaláltam rá a választ! Többek között ezt osztom meg veled ebben a könyvben. Bármivel is foglalkozol, tudnod kell, ki a célcsoportod, mi a problémájuk és mi rá a megoldás. Most így csinálod? Tudod, hogy ezt hogyan kell jól csinálni? Ezt is meg tudod tanulni ebből a könyvből.

Másik, ami fontos számodra, az a következő, ott kell kommunikálnod, ahol az emberek vannak. A legtöbb ember már több emberrel

kommunikál az interneten, mint hagyományos módon. Ez nemtől, kortól teljesen független. Épp most olvastam a Facebookon, hogy valamelyik országban egy 114 éves néninek le kellett tagadnia több mint 10 évet, mert a Facebookon nem tudta a valós korát megadni. 114 éves ember a Facebookon akar kommunikálni, ugye, akkor te nem vagy túl idős az online hálózatépítéshez, igaz? A feleségem keresztanyjának anyukája 70 éves korára egy lpadet kapott! Soha előtte nem volt számítógépe. Most pedig a Facebookon nyomul, okostelefonja van, és látszik rajta, hogy jól érzi magát, mert olyan emberekkel kommunikál, akikkel már régen nem beszélt. Szerinted ez tetszik neki? Persze! Embereknek adta vissza az életkedvét az internet, és ezek az emberek újra elkezdtek célokat kitűzni.

Amikor a hálózatépítést kezdtem 1993-ban, nem hogy internetem nem volt és mobilom, hanem telefonunk sem! Telefonfülkéből hívtam meg az ismerőseimet, illetve azokat, akiknek tudtam a számát. Szóval a célközönségem nagyon kicsi volt, és úgy általában mindenkinek. Akiknek nem volt elég ismerőse, annak reszeltek. Nem is volt esélye túl sok a sikerre. Mi van most? Előtted a világ! Szinte bármilyen régi ismerősödet megtalálod a Facebookon vagy bárhol az interneten. De ami ennél is fontosabb, a hideg piacról meg tudod találni a célközönségedet. Bármivel is foglalkozol, ott vannak az emberek az interneten, akiket érdekel az ajánlatod. Már csak azt kell megtanulni, hogy ezt hogyan lehet elérni. Ezekről is lesz szó a többi fejezetben.

Viszont van egy érdekes dolog. Valójában arról, amit írtam, eddig nem sok hálózatépítőt kell meggyőzni. A többség felismerte és akarja is ezen a módon építeni az üzletét. Akkor mi a probléma? Az, hogy nem tudja, hogy mit kell csinálni! Mit csinál a legtöbb ember erre? Megpróbálja kitalálni, hogy ezt hogyan kell csinálni! Ez pedig zsákutca! Ugyanis ez nem fog menni! Miért? Mert egy offline világból jöttél, offline gondolkodással. Az iskolák offline módon tanítottak, és ez egy teljesen más világ. Minden üzlet, legyen az hagyományos

vagy MLM üzlet, az a személyes kapcsolatépítésre épül. Tehát ha tárgyalnál valakivel az üzletedről és lerajzoltad a marketingtervet, akkor ott volt a jelölt és tudtál reagálni a kérdéseire és a kifogásaira. Mondjuk lehet, hogy rosszul indítottál, és erre rájöttél menet közben, akkor még mindig tudtál korrigálni. Erre az interneten egyszerűen nincs lehetőséged!

Amíg az első esetben kétirányú kommunikáció volt, az online világban nincs kétirányú, illetve tér és idő van közte. Nem vagyok kvantumfizikus, ne ijedj meg, nem lesz erről szó ☺ tehát mondjuk a Facebookra kiírsz valamit, vagy egy blogra, akkor nem biztos, hogy rögtön látják, és az meg pláne nem, hogy rögtön reagálnak, ha egyáltalán reagálnak rá. Eleve úgy kell megírnod a kommunikációd, hogy reagáljanak rá! De ezt soha nem tanultad és nem tanulhattad a hagyományos életben eddig.

Az egyetlen módszer az, hogy olyan emberektől tanulod meg, akik ezt már tudják. Én is így tettem, de nem ez a jellemző. Az emberek megpróbálják kitalálni a helyes módszert, de mivelhogy soha nem tanultak semmit erről a világról, ezért ez a próbálkozás eleve kudarcra van ítéelve. Azt kell elérned, hogy a célközönségednek az érdeklődője téged hívjon fel, és ne te hívogass feleslegesen olyan embereket, akiket nem érdekel az üzleted.

Miután ezt megtanultam és alkalmaztam, nálam mindennapos eset. Több mint 150 ember csatlakozott frontra hozzám anélkül, hogy én hívogattam volna őket. Nyilván nem is tudtam volna hívogatni, hisz nem is ismertem őket! Csak 8 embert hívtam az elején, akit személyesen ismertem, a többi magától jött, csak azért, mert nekem már van egy online rendszerem. A könyv célja az, hogy neked is legyen, és egy idő után szinte automata módon tudd működtetni az üzletedet, de legalábbis a jelöltkeresés részét.

### 3. fejezet

## Mit tudsz elérni, ha van online rendszered?

Itt van egy nagyon nagy félreértés az online hálózatépítéssel kapcsolatban. Miszerint, hogy én a személyes kapcsolatokat szeretem, és nem is értek ehhez az online izéhez. Akkor tisztázzuk le ezt a félreértést. Először is nem kell abbahagynod azt, amihez értesz, vagy amit szeretsz. Ha szereted a személyes tárgyalásokat, csináld tovább. De hadd tegyek fel néhány kérdést neked. Nem lenne jobb olyan emberekkel, jelöltekkel tárgyalni, akiket eleve érdekel az üzleted? Most van olyan tárgyalásod, ahol nemet mondanak, és lényegében felesleges idő- és pénzpocsékolás volt?

Volt már olyan érzésed, hogy: mit keresek itt? Akár otthon is lehetnék? Hát persze, hogy volt! Mivel kétszer is voltam Gyémánt MLMben, így tudom, hogy több olyan tárgyalás van, ami sikertelen, mint ami sikeres. Nekem is volt olyan érzésem, hogy most mit koptatom a számat. Mit keresek itt? De végigcsináltam, mert nem tudtam, hogy van jobb módszer. Lényegében mondjuk ki a tény! 10 emberből 8-at nem érdekel az, amit éppen felajánlottunk neki. Pont!

Ezek nagy része fog hülyeségeket mondani, szidni az MLM-et és téged! A legtöbb ember ezt nem szereti. Nem szereti a visszautasításokat, és azért adják fel és ezért nem is kezdik el sokan. Ez egy max. 20%-os hatékonyságú módszer. Képzeld el, ha az autód motorja 20%-on működni a 100% helyett. Ez hogy tetszene neked? Sehogy! Elvinnéd az autószerelőhöz, hogy csináljon már valamit vele. Szóval mivel lehet ezen a hatékonyságon javítani? Mivel lehetne elérni, hogy 10-ből ne 8 ember mondjon nemet neked, hanem 10-ből 8 ember mondjon igent?

Egy olyan rendszerrel, amivel megszűröd a jelölteket, sőt olyanokat találsz, akit érdekel az üzleted, és maga jelentkezik nálad. Persze ez csak akkor lehetséges, ha van neked egy ilyen rendszered, amit szeretnék neked megtanítani. Szerinted, ha neked van egy ilyen jelöltkereső, előtájékoztató rendszered, aminek segítségével minőségi jelölteket kaphatsz, akik maguk jelentkeznek, könnyebb velük időpontot egyeztetni és könnyebb őket letájékoztatni? Naná!

Szóval, ha továbbra is offline akarsz dolgozni személyes tárgyalásokkal, akkor is ez óriási segítség lehet neked, mert sokkal jobb jelöltekkel tudsz tárgyalni és lényegében soha el nem fogyó jelöltekkel, amit az online rendszered biztosít neked. Nekem van ilyen rendszerem, és el kell mondanom neked, hogy ez lényegesen egyszerűbb, stresszmentesebb, és sokkal kevesebb felesleges költséggel jár, amit előtte lehet, hogy úgy számoltál el magadban, hogy hát ez is a csomag része, ha sikeres akarok lenni.

Van egy jó hírem, ez nem a csomag része! Nincs szükséged arra, hogy olyan emberekkel tárgyalj, akit nem érdekel az üzleted. Tárgyalj olyanokkal, akit igen!

A második dolog, amit el tudsz érni, az, hogy akár 100% online dolgozz.



## 4. fejezet

# Miért NEM keres az emberek 95%-a pénzt az interneten?

A válasz egyszerű, nem azt csinálják, ami működik, hanem megpróbálják kitalálni, hogy hogyan kell csinálni. Na, ez eleve kudarcra van ítéelve, mert ez egy online világ, és itt más szabályok uralkodnak, mint az offline világban. Márpedig most még egyikünk sem tanulta ezt előtte. Mert az egész iskolarendszer, képzések, tanfolyamok minden offline módszerek alapján történtek.

Mit jelent ez pontosan? Valójában, ami minden üzleti siker alapja, az nem más, mint a kommunikáció. Nem elég, hogy valakinek van egy jó üzlete, terméke, vagy ő maga nagyon jó, ezt tudni is kell kommunikálni. Ha ezt nem tudja, akkor nem lesz sikeres. Nem mindig a legjobbat áruló cég, ember a legsikeresebb egy területen. Persze sokszor erre is van példa nyilván, de ez nem mindig van így.

Hadd mondjak erre egy jó példát. A McDonald's csinálja a világ legjobb hamburgerét? Egyáltalán nem. Mindannyian ettünk már jobbat, de nem kétséges, hogy ő kommunikálja ezt a legjobban. Amerikában, Floridában láttam erre egy félelmetes példát, sőt többet is. Az egyik az volt, hogy sétáltunk Tampában és megéheztünk. Oké, menjünk be egy Burger Kingbe. Bementünk, alig voltak, és nem igazán volt szimpatikus a hely. Elég lepukkant és koszos.

Itt Magyarországon sokkal jobban néznek ki ezek az éttermek, mint Amerikában. Átmentünk egy 100 méterre lévő McDonald'sba. Az tömve volt emberekkel. Na, most ha megkérdeznénk, melyik jobb hamburger, akkor többen is a Burger Kinget válaszolnák, de a

marketing, a kommunikáció nyilvánvalóan jobb, mint a Burger Kingnek.

Még egy példa, ami ezt erősítette meg. Orlandóban jártunk, Floridában az Outletben, ami nagyon híres, és vicc összegért veszed meg a legjobb, legmárkásabb ruhákat. Ami ott 20 dollár, az itthon 20 ezer forint. Kicsit erősen váltják a dollárt. 😊

Megéheztünk újfent, és elmentünk az ételudvarba. Rengeteg gyorsétterem van, de tényleg mindenféle. Mit gondolsz, hol álltak a legtöbben? A McDonald'sban. Ez egy jó példa, hogy mennyire fontos a kommunikáció az üzleti életben. De ezek a példák offline kommunikációs példák voltak.

Mi az alapvető különbség az offline és az online kommunikáció között? Az, hogy az offline kommunikáció egy személyes kommunikáció, ahol mindig kétirányú kommunikáció van. Tehát velem szemben van a lehetséges vevő vagy jelölt, és tudom irányítani a kérdéseimmel, különböző kifogáskezelési technikákkal, lezárási trükkökkel stb. Lehet, hogy rosszul indítok, de amikor ezt észreveszem, tudom a tárgyalás menetét módosítani.

Tehát mondok valamit, amire válaszolnak, kérdeznek, kifogásokat hoznak fel, én nyugtázom őket és az offline tudásom alapján reagálok ezekre a dolgokra. Vannak, akik mesteri szintre képzik ki magukat, és tényleg nagyon jó statisztikával rendelkeznek az eladás vagy sikeres tárgyalás területén.

Miért van az akkor mégis, hogy ugyanezek az emberek ha interneten próbálkoznak, nem feltétlenül lesznek sikeresek? Mert az interneten a kommunikációba tér és idő került. Ez most nagyon tudományosan hangzott, de érthető lesz, ha bővebben kifejtem.

Ha mondjuk írsz egy blogbejegyzést, akkor azt először is nem biztos, hogy rögtön észreveszik. Lehet, hogy 5 perc, de az is lehet, hogy 6 hónap múlva látja majd a célközönséged. Tehát itt az időtényező. De ami ennél fontosabb, hogy nézi mondjuk az illető az írásodat, de te nem vagy ott, hogy reagáljál. Nem tudsz kifogást kezelni, és nem tudsz lezárni sem, mert a tér elválaszt ettől. Tehát itt a tér–idő probléma.

Mi a megoldás erre a problémára? Csak egy van. Úgy kell megírnod azt a blogbejegyzést vagy videót megcsinálni, hogy reagáljon rá az illető. Tehát rád írjon vagy felhívjon. Na ez a kommunikáció alapvetően más, mint amit eddig tanultál. Lényegében ezt nagy valószínűség szerint soha nem tanultad. Szóval ezt meg kell tanulnod, ha sikeres akarsz lenni.

Kitől tudod ezeket megtanulni? Attól az 5%-tól, akik pénzt keresnek az interneten! Én is tőlük tanultam, és most már én is így keresem a pénzemet, tehát tőlem is meg tudod ezt tanulni. Akik ezt sikeresen alkalmazzák, megtanulták azokat az alapelveket, amikre magunktól soha nem jöttünk volna rá, hisz soha sehol ezt nem tanította nekünk senki. De most ez a könyv ezt a tudást átadja neked, és te ezt alkalmazhatod bármire, amivel foglalkozol, esetleg foglalkozni fogsz.

A következő fejezetben megtanulhatod, hogyan kell online kommunikálni a neten. A megdöbbenő az, hogy ezek a technikák offline is alkalmazhatóak, de online nem működik más módszer.

## 5. fejezet

# Az online kommunikáció lényege

Az online kommunikációnak és az értékesítési csatornának a kommunikációs felülete, szócsöve a blog. Ez egy mindenki által könnyen kezelhető online felület, amin keresztül közöljük a gondolatainkat, és ezen keresztül akarjuk bemutatni, terjeszteni a termékünket, üzletünket vagy saját magunkat.

Felmerül a kérdés, miért olvasgatná bárki a mi blogunkat egyáltalán? Ez egymillió dolláros kérdés! Csak egyetlen válasz van erre! Mert az érdeklődőnek valamilyen problémáját oldja meg. Tehát számára fontos információkat tudhat meg. Semmilyen más indoka nincs! Tehát amikor valaki a Facebookon vagy e-mailbe, esetleg skype-on bespammal nekünk, akkor ott még véletlenül sincs semmi hasonló sem. Csak tények, csak ajánlat, és semmi problémamegoldás.

**Lássunk erre egy példát egy skype spamből:**

*Spammelő: szia*

*Fogadó: szia*

*Spammelő: Rendkívüli üzlet!*

*Hétfőtől megnyílnak a regisztrációs felületek! HA ÉRDEKEL, SÜRGŐSEN KERESS, ITT A TÁBLÁK NEM ÁLLNAK!*

*Az ajánlott üzlet - 2x2 KÉNYSZERÍTETT SZPONZORKÖVETŐ MARIX ALULRÓL TÖLT, 2 TÁBLA VAN, azok kipörgése hozza a 2200 \$ dollárt. SPILLOVEREK 18 ORSZÁGBÓL POTYOGNAK TÁBLÁKRA, így 1-2 nap a kipörgés! 230 dollárral indítható, KÖTELEZŐ 2 SAJÁT, azaz DIREKT REGISZTRÁLTAT HOZNI, MERT kvalifikálnia kell magát mindenkinek, KOCKÁZATA NINCS, mert ha valaki nem tud tagot hozni, akkor is kap 240 dollárt kipörgéskor, vagyis 10 dollár a nyeresége.*

10 tagú vezetői gárda van. Fél éve teszik a rendszert össze, a termékszoftver: 1 DIREKT REGISZTRÁLÁSA ESETÉN KAPSZ 500 DOLLÁRT, HA 2 DIREKTED VAN, AKKOR 2200 DOLLÁRT.

Újra és újra tudod magad indítani a megkeresett pénzből. Hétfőtől megnyílnak a regisztrációs felületek. [azajanlottuzlet.com](http://azajanlottuzlet.com)

Fogadó: Mondd, és ebbe a szövegbe hol az ember, avagy te?

Spammelő: Nem értelek.

Fogadó: valahonnan ide másoltad nekem ezt a mátrixos szöveget, mátrixokból nem lehet hosszú távon pénzt keresni.

Spammelő: Hm, meggondolatlan válasz.

Fogadó: 1200 dollárt kerestem eddig a saját üzletemből, és az biztos, hogy jövőre is itt lesz.

Spammelő: Ki mondta, hogy ezt hosszú távon kell csinálni?

Fogadó: Nem, ezek jönnek-mennek. Nem, én nem az vagyok, aki rövid távon gondolkodik.

Spammelő: Indulj ki abból, hogy egy új induló program eleinte mindenkinek fizet. Gondolkodj el, ha te az elsők között regisztrálsz és kifutsz 5-10 kört, pénzt kikéred, de cég eltűnik! Mit veszítettél, és mennyit nyertél?

Fogadó: Normális üzletbe nem az a lényeg, hogy elsők közt legyél.

Spammelő : 5×2200 \$ ESETLEG 10×2200 \$, de ez csak feltételes módban, mert lehet, kifutsz 20-30 kört.

Fogadó: Hmm... ez tipikus esete annak: gazdagodjunk meg munka nélkül. Köszí, én az ilyet nem szeretem.

Spammelő: Ok, gondold át, számolgass, és ha úgy látod, érdemes beregisztrálni, és 1 hónap alatt keresni több millió forintot, keress!

Fogadó: Persze... javaslom, olyan üzletet keress, ami megbízható, ezek nem azok, szia!

Spammelő: Igazad is van, a munka nemesít! Én inkább majd hobbitól dolgozom, és tudod, mit? Vasvillával forgatom a 100 dollárosokat a padláson, be ne dohosodjanak.

\*\*\*\*\*

Ennek a skype beszélgetésnek több tanulsága van. Az első és legfontosabb, hogy mindenki jó valamire, ha másra nem, elrettentő példának. Egy spammelő rendkívül amatőr kommunikációja. Ráadásul egy nyilvánvaló pilótajátékot ajánl, ami nemhogy nem old meg semmilyen problémát, hanem problémát csinál az ajánlójának. Ráadásul most őszintén, te érted ezt, amit írt? Én nagyjából, mert már van tapasztalatom a hálózatépítésben, de kizárt, hogy egy kevésbé tapasztalt ember értse, hogy mit is akar ez a jóember.

Ilyen és ehhez hasonló kommunikációval van tele a Facebook és minden felület. Ez persze, hogy nem működik. De elemezzük ki, hogy a spamen kívül és a pilótajátékon kívül mi volt itt a hiba. Az, hogy tényeket közölt csak. Egyáltalán nem érdekelte az, hogy a fogadót az ajánlat hidegen hagyta. De a legnagyobb első számú kommunikációs hiba itt is és másnál is, az interneten, hogy tényeket közölnek és semmi mást.

A tények nagyon ritkán adnak el sztorit, történetet annál inkább. Van egy arany szabály az MLM-ben. Emberek emberekhez csatlakoznak. Mit is jelent ez pontosan? Az offline MLM-ben is meg kell, hogy ismerjék, és meg kell, hogy bízzanak az illetőben eléggé ahhoz, hogy csatlakozzanak hozzá. Ez az interneten is így van! Tehát önmagában a tények közlése semmit nem jelent. Ebből a beszélgetésből számomra csak az derült ki, hogy ez egy szélhámos, akihez nem szabad belépni!

De amúgy egyáltalán nem derült ki, hogy ki fia borja az illető. Tud-e nekem segíteni egyáltalán stb. Szóval a blogon vagy a Facebookon a tények közlése csekély eredményre vezet.

Mi a helyes módszer? Egy üzletet, terméket vagy magadat eladni az interneten, történeteken, sztorin keresztül lehet a legkönnyebben. Első és legfontosabb, hogy be kell mutatkoznod. Ki vagy? Honnan

jöttél? Mit akarsz? Mit ajánlasz? Miért jó ez nekem? Milyen problémát old meg? Mindezt a te szemszögedből kell elmondanod.

Ahelyett, hogy felsorolnád, hogy a termékedben mennyi milligramm hatóanyag van különböző dolgokból, meg mennyi az ORAC értéke, mondd el a saját szavaiddal, mit tapasztaltál, és más emberek. Hogy milyen eredmények voltak, ehhez hasonló dolgokat. Ha jól megnézed, ha ezt megteszed, akkor ezek sztorik. Na, ezek már el tudnak kapni engem, ha jól bemutatod a saját nézőpontodból.

A történetek meg tudják érinteni az embereket, de ami ennél is fontosabb, emlékezni fognak rá. Próbáld meg most visszaemlékezni az előbbi spammelő skype kommunikációra! Nem igazán megy? Ez nem a véletlen műve. A tényekre soha nem fognak visszaemlékezni az emberek, de a sztorikra igen!

Gondolj bele, hogy a tévében a cégek hogyan reklámoznak? Történetekbe csomagolják az üzenetet, és legtöbbször szinte semmi nem hangzik el a termékről. Érzéseket adnak el, és ezt csak történeteken keresztül tudod megtenni.

Most persze tudom, mire gondolsz! Velem semmi különös nem történt vagy történik. Miről írok. Legtöbbször egy ilyen beszélgetésben az illető elmondja az életét, amiben minden van. Dráma, vidámság, és persze rengeteg tanulság.

Egy újabb félreértést kell tisztáznunk. Az emberek, az olvasóid, nem egy tökéletes emberre vágnak, hanem akivel azonosulni tudnak! Minden sikeres ember élete tele volt drámával és kudarcokkal, de felálltak belőle és továbbmentek, nem adták fel és sikeresek lettek. Tehát ne aggódj, ha te még nem voltál soha sikeres, mert nem számít még egy kicsit sem! A legtöbb nagyon sikeres emberrel nem tudnak azonosulni sokan, és keresnek az emberek hozzájuk hasonló

embereket, és ha te ezt ki mered mondani, akkor csatlakozni fognak hozzád.

De ha te már sikeres vagy, ne aggódj, akkor más sikeres ember számára is megtalálható vagy. Van egy furcsa dolog, amit egy nagyon sikeres online hálózatépítőtől hallottam, aki 14 hónap alatt a saját üzletébe tisztán online több mint 2000 embert szponzorált frontra. Azt mondta ez az ember: Ha te hülye vagy, ne aggódj, fogsz találni az interneten elég olyan hülyét, amilyen te vagy. Ha dadogsz, akkor fogsz találni dadogót. Teljesen mindegy, milyen ember vagy, meg fogod találni a hozzád hasonló embereket, még hozzá elég számban. Na, ezt viszont előben offline módon nem egyszerű megtenni.

Az egyetlen dolog, ami számít, hogy van-e víziód, jövőképed az adott üzlettel kapcsolatban, és ez a vízió számukra is szimpatikus. Mert ha igen, akkor csatlakoznak hozzád. Ugye, már érted, hogy pusztán a tények felsorolása miért nem működik?

De ha mindent történeteken keresztül mondasz el, és ha aktív vagy az üzletedben, biztos, hogy van ilyen, akkor érzéseket fogsz kiváltani az emberekből, és ha ez sikerül, követni fognak, még akkor is, ha nem értik az üzleted lényegét.

Szóval ne fogd vissza magad. Írd ki, ami benned van, és mindeközben legyél önmagad. Meg se próbáld valaki másnak feltüntetni magad, mert ez kiderül azonnal az írásaidból. Minél inkább önmagadat adod, annál könnyebb az írás és annál több ember fog követni téged.



## 6. fejezet

# A célközönség kiválasztása

Ez nagyon fontos! Ha mindenkihez akarsz kommunikálni, akkor senkihez nem kommunikálsz. Mit jelent ez? Ha mindenkihez kommunikálsz, akkor lényegében visszafogod magad. Finomabban fogalmazol, nehogy megijedjenek, meg mit szólnak a szkeptikusok és ehhez hasonló dolgok. Így persze a valódi célközönséghez meg nem kommunikálsz eleget. Így veszítesz mindenképpen.

Ennek nincs értelme. Szoktam egy nagyon kézzelfogható példát adni. Ha mondjuk én Fradi-ereklyéket árulok, például zászlókat, bögréket, különféle dolgokat, akkor kikhez kell kommunikálnom? Fradi-drukkerekhez! Semmi értelme Újpest-szurkolónak megpróbálnom eladni. Nem fogom őket tudni megtéríteni, nem válnak Fradi-drukkerré.

Akkor te miért akarod megtéríteni a szkeptikusokat és azokat, akiket nem érdekel az MLM? Jó kérdés, de ezt csinálja a legtöbb hálózatépítő. Persze ezért rengeteg feszültségbe és támadásban lesz része. Mintha egy Újpest-szurkolóból Fradi-szurkolót szeretnék faragni. Nem fog menni.

Így dönts el, hogy ki a célközönséged! Ki lehet az? Segítek neked! Ha mondjuk táplálékkiegészítő üzletben vagy, akkor célközönséged lehetnek az egészségtudatos emberek, akik szeretik a természetes étrend-kiegészítőket, akik meg akarnak gyógyulni, és akik egészségesek akarnak maradni. De természetesen minden MLM-et szerető ember is. Tehát olyan emberek, akik az egészséggel kapcsolatos problémákra keresnek megoldást.

Ha kozmetikummal foglalkozol, akkor olyan emberek, aki keresik azokat a megoldásokat, amivel megőrizhetik a fiatalságukat. Ha

utazási üzletben vagy, azokhoz szólsz, akik szeretnek utazni, de megnézik, hogy hol a legjobb az ajánlat. Ár-érték arány és ehhez hasonlók. Akik nem akarnak Egyiptomban maradni és várni, hogy valaki hazaviszi őket. Tehát biztos megoldásokat keresnek.

Egy a lényeg: bármilyen üzletben is vagy, meg kell oldanod a célközönséged problémáit, és a kívánságait teljesítened kell. Én magam is ezt teszem ezzel a könyvvel és a tanfolyammal. Én azt a problémát oldom meg, hogy ha elfogyott a névlistád vagy nem akard már a barátaidat zaklatni, akkor ezt hogyan tudod megtenni úgy, hogy megtaláld viszont azokat az embereket, akik azt keresik, amivel te foglalkozol.

Én sem akarok kommunikálni olyanoknak, akik nem tartoznak a célközönségemhez. Tehát aki meg van elégedve a saját módszerével és elég pénzt is keres vele, nem érdekli az online módszer, ők egyszerűen nem tartoznak azok közé, akikhez kommunikálok. Nem is fognak feliratkozni hozzám. De akik feliratkoznak, őket nyilvánvaló, hogy érdeklik a megoldások, és nem kell köntörfalazni és körbeírni a dolgokat, hanem mehet egyből a közepébe az információ átadása.

Fontos tudnod pontosan azt is, mi a célközönséged problémája. Én csak felvázoltam neked néhány példát, de lehet, hogy még vannak ötleteid, mert te dolgozol azon a területen. Hidd el, én pontosan tudom, hogy mi a gondjuk a hálózatépítőknek. Tudod, honnan? Én is azon a területen dolgoztam régebben. Felépítettem nagy szervezeteket, és tudom, hogy mi az, amibe állandóan beleütköznek a hálózatépítők. A legfontosabb az, hogy elfogyott a névlistám, mit tegyek?

Én pedig erre tudom, hogy mi a megoldás! A könyv többi részében erről is fogok beszélni. Ha te még nem tudod ezt pontosan, akkor

konzultálj a felső vonaladdal. Vegyél többet részt a céged által szervezett rendezvényeken, és leginkább tanuld meg, hogy mi az, amit a cég képvisel. Egyet garantálok neked, ha kint leszel a terepen és elkezdesz dolgozni, tudni fogod, hogy mi az, amit megold a terméked és az üzleted.

Ha ezt tudod, akkor innentől kezdve azt kell, hogy mondjam, hogy könnyű dolgod lesz. Nincs más teendőd, mint konkrét megoldásokat biztosítani a célközönségednek. Mindezt ingyen. El kell érned, hogy megbízzanak benned, és valójában a területeden egyfajta szakértő legyél. Miért ne írhatnál cikkeket az egészséggel kapcsolatban, vagy akár megoszthatsz ilyeneket. Vagy ha utazási cégnél vagy, akkor utazási tippeket.

Ha hozzám feliratkozol, akkor rengeteg ingyenes tippet adok arról, hogyan tudod az üzletedet online működtetni. Ha ezt megteszed, akkor sokkal könnyebben fognak belépni hozzád, vagy vásárolni tőled. Sőt, akár meg is osztják a cikkeidet, vagy továbbajánlanak másoknak. Lényegében szolgálj ki a célpiacodat, légy a célpiacod szakértője, és így egyre nagyobb népszerűséged lesz. Ne felejts el egy dolgot. Minél nagyobb figyelmet irányítasz magadra és a megoldásaidra, annál több pénzed lesz!

## 7. fejezet

# Az értékesítési csatorna bemutatása

Minden profi online marketingesnek, online hálózatépítőnek van értékesítési csatornája. Ez egy olyan rendszer, ami folyamatosan tudja neked biztosítani a jelölteket és a vevőket az internetről az üzletedbe. Ha elég jól csinálod, akkor egy idő után teljesen tudod automatizálni az üzletedet, de legalábbis a jelöltkereső részét.

Amikor megtalálnak téged a neten, akkor lényegében az értékesítési csatornádat találják meg. Ez a rendszer az általad beállított információkat automatikusan eljuttatja az érdeklődőkhöz. Ezt kell létrehozni számodra.

Az első eleme ennek a csatornának egy blog. Milyen legyen és milyen ne legyen. Semmi szín alatt ne legyen ingyenes blog szolgáltatónál. Egyszerűen azért, mert ők nem szeretik, ha üzleti célra használják a blogfelületüket. Kifejezetten nem szeretik, ha MLM-et reklámoznak rajta. Ezért cenzúrázzák vagy akár törölhetik is. Ugye, nem kell, hogy mondjam, hogy ez mit jelenthet számodra. Ez túl nagy kockázat és ez rengeteg veszteséget jelenthet neked. Láttam ilyen blogokat, amikre nagy piros felkiáltójeleket raktak úgy 3 centinként. Így vicc lett az egész.

Arról nem is beszélve, hogy nagyon korlátozottan tudod szerkeszteni őket, és így kifejezetten nem felelnek meg a marketingkövetelményeknek. Két dolgot tudok ajánlani. Az egyik az Empower Network blogrendszer, ami most újult meg és rengeteg beállítást nem kell megcsinálni. Úgymond elő van telepítve. Ennek még nagy előnye, hogy nagyon jó Google optimalizálható, és az alap domainjának nagyon jó a pagerankje. Ez segíteni tud a keresőkben való könnyebb megjelenésben. A másik nagy előny, hogy egy teljes videótréning van hozzá magyarul, így könnyedén beállíthatod mindenféle szaktudás nélkül.

Másik megoldás, ha veszel egy tárhelyet Domain névvel, és feltelepítesz rá egy Wordpress blogszerkesztőt. Ehhez azért kell egy kis szaktudás, ha nem is túl nagy. Azért kell egy-két beállítás, amíg szerkeszthető a blogod. Bármelyik megoldást választod, biztos lehetsz benne, hogy nem lesz cenzúrázva. Az első előnye, hogy sokkal kisebb szaktudás nélkül is el tudod indítani és egy komplett tréninget is kapsz hozzá.

Ez a felület a te kommunikációs csatornád, nevezhetjük szócsőnek is. Ezen fogják megtalálni a kommunikációdát és a megoldásaidat a célpiacon számára. Ezt teljesen személyre szabhatod, ez lesz a te üzletednek a kirakata, amit úgy díszítesz fel, ahogy akarsz, de azért figyelni kell a marketingszemponthoz is.

A csatorna második eleme a feliratkozó oldal. Ez az a felület, amin keresztül az emberek megadják az e-mail címüket neked. Cserébe te megoldást biztosítasz számukra. Ha nem így van, akkor nem fogják megadni az e-mail címüket. De mi épp ezt tanuljuk most, hogy ezt hogyan kell jól csinálni. Ezt hívják Landing Page-nek, Capture Page-nek, de még van egy-két angol elnevezése. Magyarul hívják elkapó oldalnak, kapu oldalnak, de nevezzük feliratkozó oldalnak.

Enélkül nem működik a rendszerünk, itt gyűjtöd össze a célközönségednek az önkéntesen megadott e-mail címeit. Semmi szín alatt ne használj megvett e-mail címeket, mert az spam lenne, de erről majd a hírlevélküldőnél beszélek. Ezt az oldalt legkönnyebben valamilyen alkalmazással könnyedén össze lehet rakni. Én a Landing Page Monkey programot használom, mert ezzel nagyon könnyen nagyon korszerű oldalakat lehet gyártani, ami megfelel a mai online marketingtrendeknek.

Ennek a programnak az előnye, hogy statisztikát vezet. Pontosan tudod, hányan kattintottak rá az oldalra. Mennyi ember iratkozott fel

és nagyon könnyen szerkeszthető. Teljesen testre szabható. De természetesen van más program is, amit használhatsz, de én ezt használom.

A harmadik része az értékesítési csatornának a hírlevélküldő rendszer. Ez nagyon lényeges, mert ez a rendszer küldi ki időzítve az előre beállított leveleket, és koordinálja, kinek mikor kell megkapni a soron következő e-mailt.

Látszólag mindegy, milyen rendszert használasz, de a valóságban nagyon nem mindegy. Használtam egy magyar rendszert, és egy idő múlva azt vettem észre, hogy egyre kevesebben nyitják meg. Ennek egyik oka, hogy rengeteg spambe ment és nem volt túl jó a kézbesítési aránya.

Én áttértem a Getresponse hírlevélküldőre, ami ugyan angol nyelvű, de könnyen beállítható és sokkal több beállítás lehetséges. Sokkal jobb a kézbesítési arány, és nem megy spambe a levelem. De a lényeg a következő. Az offline hálózatépítésben is a névlista a lényeges. Oda felírjuk az ismerőseinket, de azzal az a probléma, hogy nagy részük egyáltalán nincs a célközönségünkben, és őket hívogatjuk. Lényegében offline spamallést hajtunk végre. De leginkább nem is hívjuk fel őket már egy idő után. Egy átlagembernek a hasznos névlistája valójában nagyon csekély. Nem több mint 15-20 fő. Nem hívnak fel többet átlagosan, az biztos.

Egy ilyen rendszerrel gyűjtött e-mail lista azért más, mert önkéntes, ők adták meg az e-mail címüket és ők a valódi célcsoportunk. Tehát egy ilyen lista tele van potenciális vásárlóval és csatlakozóval. Ha az ember ezt jól csinálja, akkor ez a lista soha nem fog elfogyni.

Az értékesítési csatorna ebből a 3 elemből áll. Azt gondolnád, hogy szuper, van egy ilyen rendszerem, akkor sínen vagyok és csak hátra

kell dőlni és a pénz jön magától. Nem egészen, a munka csak most kezdődik. Az értékesítési csatornát fel kell tölteni információval.

## 8. fejezet

# Kommunikáció a hírlevélben és a blogon

Ha valaki elkezd elkészíteni a rendszerét, hátulról kell elkezdni. Az első feladat a hírlevélküldőbe belerakott előre elkészített hírlevelek.

Azt a kérdést szoktam erre kapni, hogy oké, de mit írjak a hírlevélbe? Ez egy logikus és fontos kérdés. Erre én azt szoktam válaszolni, hogy ha én most ott lennék veled szemben, mit mondanál nekem az üzletről és termékedről? Ilyenkor persze elkezdik nekem mondani folyékonyan a dolgokat. Erre azt szoktam mondani, hogy na, ezt kell beírni a hírlevelekbe.

De azért hadd adjak konkrét tanácsokat. Először is a leveleket elbeszélő, történetmesélő módban kell megírni. Nagyon jó, ha jó a főcíme, ami figyelemfelkeltő. Kicsit úgy, mint amit az újságokban látsz. Nagy figyelemfelkeltő cím, ami arra ösztönzi az illetőt, hogy megnyissa a leveledet. Mindenképpen problémamegoldó legyen, mert ezeket a leveleket el is olvassák. Nagyjából 1 A/4-es mennyiséget kell írni.

Fontos, hogy a végén legyen cselekvésre szólítás. Tehát ne úgy érjen véget, hogy szia, örülök, hogy elolvastad, majd holnap találkozunk a következő levélben, hanem szólítsuk fel őket valamilyen konkrét cselekvésre. Például ha további információt szeretnél, akkor kattints ide! Ilyenkor visszairányíthatod a blogodra az illetőt, ahol pluszinformációt kaphat a termékről vagy éppen az üzletről. Felajánlhatod azt is, hogy a terméket vagy szolgáltatást itt tudod megvenni.

Vagy odaírhatsz, hogy kattints ide a termék megvásárlásához. Továbbá, hogy ha velem szeretnél dolgozni és egy nagyszerű csapat része akarsz lenni, akiknek segítségével elérheted a pénzügyi célokat, akkor kattints erre a linkre és regisztrálj be. Hozzám rengetegen így csatlakoztak! Egy a lényeg, hogy te irányítsd őket! Ne feledd, ők iratkoztak fel hozzád, tehát ezek az emberek érdeklődők. Ők sokkal könnyebben vásárolnak vagy csatlakoznak be hozzád, mert az értékesítési csatorna elvégzi a munkát helyetted.

Mennyi hírlevelet írsz, amit beraksz a hírlevélküldőbe? Ha az első hírlevélsorozatod hozod létre, akkor 8-10 hírlevél megírása ajánlott. Miért ennyi? Egy kutatásban megállapították, hogy legalább 7-szer kell megmutatni egy embernek egy reklámot vagy információt, hogy egyáltalán reagáljanak rá. Ezért kell legalább 8-10 hírlevél. A másik ok, hogy már nem akarnak az emberek gyors döntéseket hozni, mert már megégették magukat többször. Jól alaposan megnézik azt, amit meg akarnak venni, vagy ha belépnek valahova.

A rendszer ezt elvégzi helyetted. Normál körülmények között biztos nem találkoznaál egy jelölttel 8-10 alkalommal, de a rendszer már ezt elvégzi helyetted. Egy ilyen előtájékoztató emberrel, aki nyitott maradt és ő jelentkezik nálad, persze hogy könnyebb tárgyalni.

Foglaljuk össze. Írj meg 8-10 hírlevelet elbeszélő stílusban, sztorikkal, jó főcímmel és cselekvésre szólítással a végén, és ezt kell beállítani a hírlevélküldőbe. Az első 3-at lehet naponta. Utána a többi 2 naponta ajánlott ennyi hírlevélnél.

Persze a hírlevélküldés nem fejeződik be, mert a blogon megjelenített tartalmakat is kiküldjük a feliratkozóknak. Tehát amikor egy blogbejegyzést írsz, akkor azt megmutatjuk azoknak, akik a listán vannak.



Most térjünk rá a blogíráásra. Maga a blogírás 10-15 éve létezik. Rengeteg blogger van mindenféle témában. Hogyan kezdődött ez az egész és egyáltalán mit jelent az a szó, hogy blog? A blog szó az eredeti web-log szóból ered. Ami nem más, mint internetes napló. Ennek a két szónak a rövidítése a blog. Pontosan erre is használták. Az emberek nem emlékkönyvbe írták azt, hogy mi történt velük, hanem felrakták egy blogra és megosztották az interneten.

Ezek a blogok természetüknél fogva tisztán élettörténetek voltak, és ahogy már említettem, a sztori ad el, mert erre kíváncsiak az emberek és ezt jegyzi meg. Az embereket érdeklik más emberek történetei. Erről szólnak a valóságshow-k, a celebek élete, a bulvár és minden más a tv-ben. De pont ezért, mert az emberek megosztották az életüket és gondolataikat, jó pár blogger elképesztő rajongótáborra tett szert. Sok külföldi példa van, de például Magyarországon Oravec Nóra az egyik legismertebb blogger elképesztő nagy követőtáborral.

Nem csinál mást, mint a gondolatait és az életét megosztja egy blogon. Ez az, ami működik a blogolásnál. Szóval a blogírásnak ez a módja. Nézzük az üzleti blogolásnál mi számít még. Van egy formula, amit érdemes követni. Ez a formula a következőképpen néz ki: Múlt, jelen jövő. Mi volt, mi van és mi lesz?

Tehát leírod, hogy ki vagy, mivel foglalkozol és foglalkoztál. Milyen anyagi helyzetbe kerültél. Nyugodtan írd le, ha a csőd szélén álltál. Sok ember tud veled azonosulni. De csak akkor írd le, ha igaz. Ilyenkor jól bele is vezetheted az olvasót a mélybe. Lényeg, hogy érzéseket válts ki. Ez rendszerint a múlt.

Aztán jön a jelen. Amiben felcsillantod a reményt! Megtalálod az eszközt, amivel meg tudod változtatni az életedet. Ki tudsz jönni egy teljesen reménytelen helyzetből.

Ezt követően jön a jövő. Itt kell elővezetned a víziót. Látnia kell az érdeklődőnek, hogy komoly vagy, hogy hosszú távon gondolkodsz, és hogy képes vagy segíteni neki is. Itt persze elmondhatod, hogy olyan emberekkel akarsz együtt dolgozni, aki úgy gondolkodik, mint te, és hasonlóak a céljai, és ha akarsz te is egy ilyen életet, akkor kattints ide és regisztrálj be hozzám most! Lesz olyan ember, aki ezt meg is teszi. De nem mindenki rögtön.

Kell egy másik cselekvésre szólítás is. Mégpedig a következő: Ha több információra van szükséged, akkor kattints ide az ingyenes információért. Ide rakhatod a feliratkozó oldalad linkjét, amin keresztül fel tudnak iratkozni az emberek az előre beállított hírlevélsorozatodra.

Ez egy alap séma, amit minden esetben kövess, bármilyen témát is írsz. Tehát múlt, jelen, jövő. De ami nagyon fontos a kommunikációban, a célközönséged problémájának megoldása. Ilyen cikket írnak nagyon sokat, mert ez fog téged szakértői szintre emelni. Erről beszéltem már egy korábbi fejezetben.

Most már látható a folyamat. A blogra írunk egy bejegyzést, ami segítség a közönségednek. Cselekvésre szólítjuk őket azzal, hogy azt mondjuk, további információért iratkozzanak fel. Ha megteszik, akkor a hírlevélsorozat elkezd tájékoztatni. Ez sokszor elegendő a döntéshez és vásárolnak vagy belépnek hozzád.

A blogbejegyzéseidet pedig szintén ki kell küldeni a listának, mert a további információ segíthet a döntésben. Lesznek emberek, akik gyorsan döntenek és kevés információ is elég nekik a döntéshez, de

olyan is lesz, aki hónapokig nézi az információdat, amiket írsz és kiküldesz, egyszer csak jelentkezik és belép hozzád az üzletedbe.

Milyen gyakran kell a blogra új tartalmat felrakni? Kezdésnél minimum 90-120 napig folyamatosan mindennap valamit rakj ki a blogra és oszd meg. De erről később fogok beszélni. Persze erre azt mondhatod, mi a fenét írjak ennyit? Ne aggódj, mindig csak a következőre kell koncentrálni. Mindennap lesz valami, ami eszedbe jut vagy történik veled az üzletben.

Én úgy dolgozok, ha valami eszembe jut, akkor beírom a telefonomba, nehogy elfelejtsem, és így mindig van téma, amiről lehet írni.

Mindig kövesd a történéseket, amik a cégednél történnek, és ami a nagyvilágban. Minden cégnél vannak újdonságok, új termékek. Erről persze számolj be a blogodon is. Az is előfordul, hogy egy új ösztönző programot írnak ki, ami lehet valami utazás vagy autóprogram. Ezekről is írhatasz.

De van egy nagyon fontos dolog, amire mindig oda kell figyelned. Kövesd a történéseket a világban. Most, amikor ezt a könyvet írom, volt a svájci nemzeti banknak az a döntése, ami miatt 1 nap alatt több mint 60 forintot emelkedett. Nyilvánvaló, hogy ez nem egy pozitív hír, de rengeteg embert érint, és sok ember keres rá megoldást. Itt jöttem én! Csináltam erre egy külön értékesítési csatornát, és 1 nap alatt több mint 30 ember iratkozott fel mindenféle hirdetés nélkül.

Ezek az emberek pénzügyi megoldást keresnek, és ha te MLM-üzletet építesz, akkor a te üzleted is lehet erre megoldás. Ne felejtőd el, ezek az emberek megoldást keresnek, és azt találják meg, aki

fent van a neten és megtalálható. Épp ezt tudod megtanulni ebből a könyvből.

## 9. fejezet

### Videó vagy írott kommunikáció?

Nem egyértelmű a válasz teljesen. Az arány változik a videókommunikáció felé, de ez nem azt jelenti, hogy az írott kommunikáció nem számít. 3 évig egy videókommunikációval foglalkozó cégnél dolgoztam, ahol azt mondták nekünk, hogy a videókommunikációé a jövő. Rájöttem, hogy ez így nem teljesen igaz. Több dolog miatt is. Rengeteg ember nem tud jól beszélni videóban. Egyszerűen fél, vagy bármi más miatt.

Márpedig ha rosszul beszél valaki a videóban, akkor nagyon sokat árthat magának és az üzletének. Tehát a videókommunikáció egyértelműen azoké, akik képesek a megfelelő színvonalú kommunikációra. Viszont a jó tartalmas írást könnyebb megtanulni, és így több ember lesz sikeres. Én szeretem a videókommunikációt, és én jobban beszélek videóban, mint ahogy írok. Sok ezer videóprezentációt és több mint ezer videót csináltam már. Ez lehet előny számomra, vagy annak, aki jól beszél videón keresztül. De ismerek olyan embereket, akik csak írnak és ezt elképesztő jól csinálják. Mind a kettő képességgel lehet nagy eredményeket elérni. De a statisztika, ami mindig megmondja az igazat. A hírlevélküldőmben látom, hogy a kiküldött hírleveleket milyen százalékban nyitják meg. Az én hírleveleimben videók is vannak. Azt is látom, hogy hány százaléka nyitja meg azok közül, akik az e-mailt megnyitották, és ez a szám csak 5 és 10% között van! Tehát csak a videóban kommunikálás szöveg nélkül egyértelműen rosszabb arányt mutat. De mindenképpen jó, ha tudsz videóban is kommunikálni.

Van még egy szempont az írás mellett, ami nem más, mint a keresőoptimalizálás. Ez pedig az íráson múlik. Persze lehet Youtube videókat is kereső optimalizálni, de azt is szöveggel, kommentekkel kulcsszavazással éred el, magyarul írással. A keresőmotorok rendkívül összetettek. A bennfenteseken kívül a pontos működésüket senki nem tudja. Főleg nem úgy, hogy állandóan változik az algoritmusuk. De a lényeg akkor is a következő: hogy az írott szövegek alapján találja meg a keresőmotor az adott blogot vagy weboldalt.

Most persze hogy ez hogy volt kulcsszavazva, az egy másik kérdés. Ezt is meg lehet tanulni. Szerintem a jó megoldás az, ha valaki tud videón keresztül beszélni, akkor tegye, de mindenképpen kell szöveg is a blogra. Ugyanis az előbb felsoroltakon kívül a következőképpen történik egy blogbejegyzés, hírlevél átnézése. Emberek átfutják az írást, és ha megfogja őket, akkor megnézik a videót is, de az írás, ami eldönti, hogy ez megtörténik-e vagy sem.

Amikor viszont videót készítesz, akkor figyelj egy-két dologra. A háttérben ne legyenek mosatlan ruhák, rendetlenség, melltartó a szárítón. Most azt hiszed, hogy viccelek? Én már minden ilyet láttam. ☺ Tehát rendben legyen minden a háttérben. Figyelj a fényekre. Nem kell profi háttérvilágítás esernyővel, de ne legyen sötét mögötted, mert az meg elég ijesztő, amikor a képernyő világítja meg az arcodat.

Ha nappal természetes fénynél csinálod, akkor figyelni kell, hogy oldalról ne világítsa meg az arcodat mondjuk a napfény, mert az is elég furcsán néz ki. Amikor én videót csinállok, épp ez a helyzet, mert a dolgozószobámban oldalról érkezik a fény, és kénytelen vagyok relaxálással besötétíteni és világítást használni. Én még egy lámpával megvilágítom az arcomat, mert anélkül nem jó a fény. Egyszerű ellenőrizni az egészet egy próbafelvétellel, és rögtön kiderül minden.

De másra is figyelj! Nem nézel a kamerába, hanem a monitort nézed? Ez mindenkinél előfordul. Én azt ajánlom, nézd a kamerát és képeld oda, hogy az valakinek a szeme. A kamera legyen HD kamera. Ezekben mikrofon is van, és teljesen jó képet és hangot is vesz fel.

Ne legyen rajtad fejhallgató mikrofonnal, elég furán néz ki. Egy ilyen kamera megoldja a dolgot, és nem kerül sokba sem.

Ha laptopot használsz, akkor legyen szemmagasságban. Általános hiba, hogy a laptop lejjebb van, mint a szemed, és lefelé beszélsz. Ez olyan érzést ad, mint ha lenéznéd az illetőt. Legyen szemmagasságban a kamera, és mindig a kamerába nézz bele.

Nagyon hatásos, amikor kinti felvételeket csinálsz, de ilyenkor viszont szélben ne csinálj videót, mert nem fognak hallani semmit, de ha annyira különleges a környezet és szél van, akkor valahogy el kell takarni a mikrofont a kezeddal, illetve annak, aki a videót készíti. Ilyenkor nem szükséges profi kamera. Egy jó okostelefon kamerája épp tökéletes erre, és a mikrofon is megfelelő ezekben a telefonokban. Persze ha te nagy fotós vagy, akkor használhatsz profi kamerát, de ez azért nem egy általános dolog.

Különösen hatásos egy ilyen videót különleges környezetben csinálni. Többször voltam Amerikában, és mindig csináltunk videókat. Floridában a tengerpartról, szép helyeken rengeteg kinti videót csináltunk. Béreltünk autókat. Egyszer egy Ford Mustang kabrióban csináltunk videót, egy másik alkalommal pedig egy Chevrolet Camaróból. Ezek elég erőteljes és hatásos videók voltak. Egy másik alkalommal pedig Las Vegasból a gyönyörű szállodák előtt, vagy épp bent a hotelben. De a Grand Canyonon és a Hower gátnál is készítettünk, és persze ezeket publikáltuk.

Viszont akkor még nem tudtam ezt a technológiát, és ezek csak a Facebookon voltak láthatók. Ha ismertem volna, amit te is megtanulhatsz a könyvből és a tanfolyamomból, akkor sokkal többet profitáltam volna belőle. De legközelebb egész biztos, hogy a blogomon fognak kikötni az ehhez hasonló videók.

## 10. fejezet

### A videómegosztók használata

Van több videómegosztó portál. Kettő van, amit én használok. Az első számú videómegosztó a világon a Youtube. Itt elképesztő mennyiségű videó van fent. A Youtube a világ második legjobb keresőmotorjával rendelkezik. Az első a Google. Persze nem csodálkozunk, mert a Youtube is a Google tulajdonában van.

Ha fent vagy a Youtube-on, akkor ez egy újabb kommunikációs csatorna, ahol megtalálhatnak téged. Ha videókat csinálsz, akkor mindenképpen használd. Viszont érdemes vigyázni a videók elnevezésével. Ne legyen a címben a céged neve és az MLM szó sem. Nem szereti a Youtube az MLM-et, és jó pár embernek törölte már a fiókját. Valakinek több száz videóját. De ebből a szempontból a Vimeo sem jobb.

Nekem fizetős fiókom van, és egyszer csak több mint 500 videómat letörölte a Vimeo, hogy nem lehet MLM és ehhez hasonló dolgok a csatornán. De mivelhogy ez egy fizetős csatorna, ahol a videók privátok voltak, így csak a blogomon volt megnézhető. Nem szoktam ilyet csinálni, de egy kifejezetten mérges levelet írtam nekik, hogy én egy fizetős vásárló vagyok és a videók privátok voltak, és hogy ez milyen eljárás. Megírtam, hogy mindenkinek elmondom, hogy ez egy tisztességtelen cég, ahol így bánnak a vevőkkel.

Nem fűztem nagy reményeket a dologhoz, hogy visszaállítják a videóimat. Nagyon mérges voltam és elküldtem őket melegebb éghajlatra. De csodák csodája elnézést kértek, és visszaállították a csatornámat és az összes videót. Néha érdemes az asztalra csapni, mert sokszor ez kell az eredményhez. 😊

De mivel a Youtube ingyenes, így nem igazán tudsz reklamálni, ha így jártál. Ha okosan csinálod, akkor nem lesz gond. Figyelj az elnevezésre! Ne utalj MLM-re egyértelműen, inkább a megoldásra, amit kínálsz a célpiacodnak.

Alapvető cél a videók feltöltésekor a videómegosztókra, hogy ne tudjuk ágyazni a blogunkba. Persze nem baj, ha közvetlenül a Youtube-ról is megtalálják. Ennek nagy esélye van, ha jól csinálod. Nekem is volt, konkrétan csatlakozom a Youtube-ról.

A Vimeo az egy teljesen másra használható videómegosztó. Legtöbb ember arra használja, hogy a videóit beágyazza a blogjukba, weboldalukba. Viszont ha fizetős a csatornád, akkor több beállítási lehetőség van. Először is a Vimeo logó eltávolítható. Így teljesen privát tud lenni. Be is tudod állítani, hogy melyik weboldalon, blogon lehessen csak megnézni. Ezek elég hasznos beállítások, én ezt használom olyan videóknál, amit viszont nem akarok, hogy mindenki lásson. Tipikusan például munkatársi, céges belső videókhoz. Ezeket nyilvánvaló nem akarom, hogy más is lássa.

Van még egy megoldás a videók megosztására, a saját tárhelyen való megosztás. Ide fel kell tölteni, persze ez több költséggel jár, mert a nagyobb tárhely többbe kerül. De alapvetően a videómegosztókon elhelyezni a videót az egy jó megoldás.



# 11. fejezet

## A forgalom forrásai – A közösségi média

Nagyon fontos, hogy legyen egy értékesítési csatornád, hisz az tájékoztatja le az érdeklődőket, de szükség van arra, hogy ezt a csatornát meg is találják az emberek. Nézzük, honnan érkehetnek rá látogatók: Az első számú forgalomforrás jelen pillanatban a közösségi média. Első számú a tagok számában messze magasan a Facebook, de ott van a Google+ a Twitter, az Instagram, a Pinterest, a LinkedIn, és ezenkívül is vannak és lesznek résztvevői a közösségi médiának. Valójában az emberek az okostelefonok miatt akár folyamatosan online vannak, és követik a történéseket, hogy mi történik a Facebookon.

Egy a lényeg, hogy ott vannak. Márpedig ha te pénzt akarsz keresni, mondjuk egy MLM-üzlettel, akkor ott kell lenned, ahol az emberek vannak! Ha te nem vagy ott, akkor te nem létezel a kereső emberek számára. Ez pedig nyilván ellenkezik a céljaiddal. A Facebook az első számú most, de ez nem jelenti azt, hogy ez így is marad. Ezért legyen fiókad mindenhol, amiket az előbb leírtam, és mindig oszd meg azt a tartalmat, amit létrehozol, minden felületen. Én sem szoktam feltétlenül bemenni ezekre a felületekre rendszeresen, de megosztani megosztom azt, amit létrehoztam.

Viszont a Facebookon ott vagyok folyamatosan. De mi az, amit tennünk kell a Facebookon, ha pénzt akarunk keresni? Először is ne csak az üzletről beszéljünk. Lépünk az emberekkel kapcsolatba. De mit is jelent ez? Semmiképpen sem azt, hogy spammeljünk az üzenőfalukra, vagy hogy üzenetben küldjük el az előre megírt sablonszövegünket. Ezek a dolgok többet ártanak, mint amennyit segítenek.

Amire én gondolok, hogy ha látod, hogy egy ismerősödnek születésnapja van, akkor köszönts fel. Ilyenkor mindig jön egy lájk erre és egy válasz is. Te válaszolj erre és lájkold is, amit erre írt. Ez egy szép gesztus, amit az emberek szeretnek, de eléred azt, hogy egy pár napig látja az illető a megosztásaidat. Épp ezt szeretnénk elérni. Ugyanis a Facebook nem mutatja meg minden ismerősödnek a megosztásait, csak azokét, akikkel valamilyen kontaktusod volt. Egy lájk, egy komment, egy megosztás, egy üzenetváltás, egy böködés stb.

Ha csinálsz egy blogbejegyzést, akkor azt naponta kétszer két különböző képpel rakd ki. Nagyon jók az idézetes képek. Ezeket sokan megosztják önmagában is, de ilyen esetben a linkeddel együtt, ami azt jelenti neked, hogy máris egy számodra idegen oldalán megjelentél. Minél értékesebbek a blogbejegyzéseid, annál többen osztják meg.

Tételezzük fel, hogy hallgatsz rám, és valamilyen problémát oldasz meg a blogodon. Ha ez sok embernek tetszik, akkor ezeket lájkolják, vagy akár meg is osztják. Így újra el tudsz jutni idegenekhez. Amit tehetsz annak érdekében, hogy a profilodat többen látogassák és hogy ezáltal több embernek mutassa meg a Facebook a megosztásaidat, ha olyan dolgot is megosztasz, ami vicces, tanulságos, de mindenképpen pozitív. Ezek lehetnek vicces képek, videók, vagy motivációs idézetek, videók. Ezeket nagyon sokan szeretik, és ezekre sokan reagálnak, ami a te profilod forgalmát, népszerűségét növeli, és ez nyilvánvaló célod kell hogy legyen.

Kirakhatsz olyan képeket, ami válaszáadásra készíti az ismerőseket. Például tegnap kiraktam egy képet, aminek a lényege az volt, hogy melyik színt szereted? 200 különböző színárnyalat volt megszámozva egy négyzet alakban. Erre én azt kérdeztem, hogy

melyik a kedvenc színed? Írd be a kommentbe. Az embereknek csak egy számot kellett beírni. 54 hozzászólás jött, egy rakás lájk és meg is osztották. Ezek az emberek most néhány napig egész biztos, hogy látják a megosztásaimat, és ez a cél!

De én szoktam kérdéseket is feltenni, és megkérem őket, hogy válaszoljanak rá és meg is teszik. A cél az, hogy ne egy merev fickónak tartsanak, akit csak az üzlet érdekel, hanem hogy érezzék, azért más is érdekel, többek között a véleményük. Ezt hívják organikus, más néven természetes ingyenes forgalomnak.

## 12. fejezet

# Facebook rajongói oldal létrehozása

A Facebookon lehet más módon is megjelenni, ha valamilyen üzletet építünk, sőt kimondottan ajánlott! Egy MLM-üzletben vagy bármilyen másban, amit szeretnél online népszerűsíteni, akkor neked létre kell hoznod egy oldalt. A Facebook oldal az, ahol nem ismerősöket gyűjtesz és nincs limitálva 5000 főig az ismerősi lista, hanem végtelen számú úgynevezett rajongód lehet, amit az oldalad lájkolásával érhetsz el.

Itt aztán témák szerint el tudod különíteni az üzleti tevékenységeidet, sőt el is kell, ha több üzlettel is foglalkozol. Egy embernek akárhány rajongói oldala lehet. Nekem személyesen több is van. Vannak üzleti, és van egy kimondottan szórakozással kapcsolatban is. Ott azt akarom mérni, hogy a hülyeség milyen gyorsan terjed. A megállapításom az, hogy gyorsabban, mint bármilyen üzleti oldal. 😊

De ha most kezdted, ne legyen egynél több rajongói oldalad, mert nagyon megosztja a figyelmedet. Egyre koncentrálj, és azt futtasd fel.

Amióta a Facebook elindult, rengeteget változott és folyamatosan változik. Nem könnyű követni ezeket a változásokat, de muszáj, ha online akarsz pénzt keresni, vagy ügyfeleket magadnak.

Először amikor a rajongói lájkolás oldalak létrejöttek, nagyon könnyedén lehetett ingyenes forgalmat létrehozni. Rengetegen lényegében a lájkgyűjtögetésre mentek rá. Minél több lájk egy oldalon, annál nagyobb a forgalom és persze több pénzt jelentett.

Ténylegesen könnyű volt forgalmat generálni egy oldalra. Sokkal könnyebb, mint egy weboldalra. Ezért is alkalmazták a cégek nagyon

komolyan. Ezt a Facebook megelégelte, és azt mondta, hogy üzletelni akartok? Akkor fizessetek a forgalomért! Ezt úgy kezdte, hogy drasztikusan csökkentette a bejegyzések organikus, természetes elérését. Ez azt jelenti, hogy mondjuk van 1000 ember, aki lájkolta az oldalad és előtte majdnem mindenki látta a bejegyzéseidet, de később sokkal kevesebbnek mutatta meg ingyenesen. Ma ez ott tart, hogy 1000 emberből ingyen nem több mint 30-50 ember látja a bejegyzéseidet! Ez értelmetlenné tette és teszi a kényszerlájkolást és a lájkgyűjtést is. Akkor ennek nincs értelme gyakorlatilag? De van nagyon is! Viszont a fizetett hirdetésekkel tudsz igazi nagy eredményt elérni. Akkor ingyenesen nem is lehet forgalmat generálni? De lehet, ez aztán nem kis munka, de megéri nagyon.

Csak úgy lehet, ha nagyon értékes a tartalom, ami fent van a rajongók számára, és vagy tele van vicces dologgal, amit az emberek maguktól megosztanak. Szerintem Magyarországon a legjobb ebben a Csonticar oldala. Több mint 100 ezer fős rajongói tábora van elképesztő forgalommal.

Volt egy kép, amit láttam, hogy egy adott héten 10 millió embert ért el! Meg is kérdezte, hogy akkor most mindenkit elért Magyarországon? Anélkül, hogy ismerném a pontos hátterét a cégnek, szerintem nem fizet a Facebookon hirdetést. Teljesen ingyen éri el a forgalmat.

Hogy csinálja ezt? Elképesztő mennyiségű vicces képet, videót rak fel, amit megosztanak nagy számban az emberek. Ez óriási forgalmat generál az oldalra.

Néztem az oldalát, szerintem az üzleti információ nem több mint 20%, a többi az humor. De mi ennek az előnye? Az, hogy egy ilyen vicces fazontól szívesen vásárolnak autót. Egész biztos, hogy ez az

oldal számára rengeteg vásárlót jelentett és fog jelenteni. De ebbe munka van, de megcsinálható.

Neked is most poénképeket kell felraknod a Facebook-oldaladra?

Nem biztos, de a lényeg, hogy legyen más is, ha gyorsan akarsz ingyenes forgalmat az oldaladra. Aki viszont nem akar más infót, és ezt megteheti persze, akkor ott marad a Facebook hirdetés. De erről egy későbbi fejezetben fogok beszélni.

## 13. fejezet

### Facebook csoportmarketing

Ez egy nagyon ellentmondásos terület, amit lehet jól csinálni, de a legtöbb ember kifejezetten rosszul csinálja. Nagyon nagy a lehetőség benne. Okosan és finoman lehet csak eredményt elérni. Én amikor elkezdtem az online marketing tevékenységemet, hamar szembetalálkoztam a csoportmarketing lehetőségével. A lehető legrosszabb megoldást alkalmaztam, ami kifejezetten jól hangzik, de nem hogy eredménye nincs, hanem károkat okozott nekem.

Ez nem volt más, mint az automata Facebook csoportposztoló. Nem azt mondom, hogy ezeket nem lehet okosan használni, de tény, hogy akkor senki nem használta okosan, többek között én sem. Az volt az ígéret, hogy több millió ember elé be tudod rakni a lehetőséget, ami nyilván óriási ötletnek tűnt. Arra gondoltam, így hipp-hopp, milliomos leszek könnyedén. Nem ez történt.

Volt egy lista, amiben csoportok voltak, és ez a szoftver automatikusan bejelentkezett. Ez volt az első lépés. Ezzel nagyjából nincs is gond. Utána, amikor ez megtörtént, akkor be kellett állítani az üzenetet, a linket és a képeket. Ezeket a rendszer elkezdte sorba berakni a csoportokba. Ez nem hangzik rosszul, de aztán ami történt, az nem volt túl jó. Az első és legfontosabb, hogy a csoportok jó része

nem kapcsolódott a témához, de mi ezt nem tudtuk. Olyan csoportokba is berakta az üzenetet, amiben teljesen másról volt szó.

Lényegében ez már spammelés volt. Egyáltalán nem ez volt a célom, de ez történt. Ebből az ember tud tanulni, és ki lehet válogatni a megfelelő csoportokat, ahol ez beleillik a témába. De a probléma csak itt kezdődött.

Amikor a szoftver elkezdte berakni a csoportokba az üzenetet, akkor azt egymás után lehetett látni az üzenőfalakon. Tehát ha te az ismerősöm voltál és én 50 csoportba beraktam 1 óra alatt az üzenetemet, akkor a te üzenőfalad tele volt ugyanazzal az üzenettel, maximum más képpel és egy kicsit más szöveggel, de ugyanazzal a linkkel. Erre aztán nem gondolt senki. A valódi spammelő hatás ez volt. Arra gondoltam, hogy ezeket az üzeneteket csak azok fogják látni, akik a csoportokban vannak. Eszembe sem jutott, hogy minden ismerősöm látja.

Persze jó pár ismerősöm törölt vagy letiltott, és ez nem tett jót az üzletnek kicsit sem. Persze voltak feliratkozók elég sokan, de még előtte soha nem láttam olyat, hogy valaki feliratkozott és fél óra múlva már le is iratkozott.

Mi volt itt a gond? Hogy nekünk nem feliratkozókra van szükségünk, hanem leadekre. Ez mit jelent? A lead egy olyan ember, aki a célközönségünkben van. A feliratkozó nem feltétlenül. A lead értékes dolog, de olyan, aki feliratkozik, de nem tartozik a célközönségbe, az nem az.

Szóval semmi értéket nem adott ez a szoftver, sőt kifejezetten káros volt az üzletre nézve. Tudtomon és szándékomon kívül spammeltem csoportokba, és persze ezáltal az ismerőseim üzenőfalára, persze nem közvetlenül oda, hanem a sajátomra ment, de valami titkos

oknál fogva ezeket minden ismerősöm látta. Ezt nem kellett volna. Kifejezetten rossz döntés volt, hogy ezt használtam. Őszintén mondom, nem tudom, hogy ezt a szoftvert lehet-e jól használni. Csak úgy, hogy megfelelő csoportba és megfelelő értékes információt szabad megosztani.

Persze azt még nem is mondtam, hogy a Facebook sem szereti ezt, és kétszer le is tiltott. A saját csoportomban sem tudtam egy hétig berakni semmit. Biztos megvan a módja annak, hogy ezt jól is lehet csinálni, de én nem használom ezt. Sokkal jobb hatású a Facebook hirdetés szerintem, és nem zavar senkit. Valójában egy márkanévet kell építenünk magunknak, és ez véleményem szerint nem segíti. Tény az, hogy jó pár profi online marketingest láttam, hallottam, de közülük senki nem használ olyan szoftvert. Mivel én is ilyen eredményt akarok, mint ők, én sem használok ilyet többet.



## 14. fejezet

# Facebook hirdetések használata

Amikor az organikus, ingyenes forgalom lecsökken, akkor előbb vagy utóbb érdemes a Facebookon hirdetni. Amikor hirdetésről beszélünk, akkor sokan azt gondolják, hogy ez valami nagyon drága dolog. De itthon ez nem így van. Kifejezetten kis összegekből is tudunk hatékonyan hirdetni. Mint mindennek, ennek is megvan a maga tudománya.

Amikor elkezdtem, rögtön rosszul csináltam. Ez hihetetlen, amikor valaki elkezd online dolgozni, valahogy ösztönösen rosszul csinálja. Valószínű azért van ez, mert az offline tudás teljesen az ellenkezője az online-nak. Épp ezért meg kell tanulni, meg se próbáld kitalálni!

Többfajta módon tudsz hirdetni. A hirdetés alapfeltétele, hogy rendelkezzen egy üzleti rajongóoldallal, amiről az előző fejezetben beszéltem. Amikor a hirdetést feladod és nem értesz hozzá, akkor azonnal beleesel abba a csapdába, amibe minden MLM hálózatépítő beleesik, aki először hirdet. Ugyanis az elején rögtön felajánlja a célcsoportot. Például egész Magyarország 13 évestől 65+-ig, ami 4.800.000 ember. Mindjárt felcsillan a szemed, hogy te jó ég, ha ennyi embernek hirdetsz, akkor pikk-pakk eljut az üzleted Magyarországra felé.

Ha ezt megteszed, lényegében elég gyorsan elköltöd a pénzedet, minden eredmény nélkül. A 6. fejezetben beszélek a célközönség kiválasztásáról. Ha mindenkire beszélsz, akkor senkihez nem beszélsz. Tehát ki kell, és ki tudod választani a valódi célközönségedet. Vegyünk egy példát. Ha mondjuk egy utazási MLM-cégnél dolgozol, akkor hogyan hirdethetsz. Természetesen bármilyen cégnek megvan a célközönsége, amire tudsz hirdetni. Ez most csak egy példa.

A hirdetés feladása úgy kezdődik, hogy milyen oldalt szeretnél reklámozni. Tudsz választani több dologból. Az elsőt fogod választani az esetek 90%-ában, ami nem más, mint a webhely-látogatottság növelése. Ide a feliratkozó oldalad linkjét rakd be. Miért? Mert feliratkozókat szeretnénk gyűjteni és hirdetéseknel ez a cél.

Amikor kiválasztottad az országot, mert persze több országban is tudsz hirdetni, a nyelvet, a korosztályt, esetleg csak férfiak vagy csak nőknek szóljon, ott rá tudsz keresni különféle magatartásformára is. Be tudod írni azt, hogy utazás, és egy csomó ötletet fel fog adni. De külön kedvelt utazáscélpontokra is. A lényeg, hogy fel fog ajánlani olyan célcsoportokat, amiket be tudsz jelölni. Érdeklődési körnél rengeteg utazással kapcsolatos célcsoport jön fel, amiket be tudsz jelölni.

Be tudod jelölni, hogy mennyi a napi maximum, amit költeni akarsz. Továbbá, hogy megjelenés vagy kattintás alapú legyen. A kattintás alapút válaszd. Ezt követően ki kell választani a képeket. Tudsz feltölteni képet bármilyet a gépedről, de figyelni kell a méretet. Régebben sokat szórakoztam ezzel, ma már a képtárból választok. Csak beütöd, hogy utazás, és szebbnél szebb képeket tudsz a megfelelő méretben választani. Ezek egész biztos, hogy a megfelelő méretben jelennek meg a hirdetésednél.

Hat képet tudsz egy hirdetéshez kiválasztani. Én hármat szoktam, és megnézem, melyik hogy teljesít, és amelyikre kevesebbet kattintanak, azt leállítom. Ha te hatot akarsz tesztelni, akkor ezt is megteheted. Lényeg, hogy a legjobbakat hagyd meg, a többit állítsd le.

Ezután jön a Facebook oldal kiválasztása. Ez az a bizonyos lájkolós oldal, amiről beszéltem. Ezt kiválasztod, ha már van neked ilyen, enélkül ez a fajta hirdetés nem elérhető számodra. Ezért mindenképpen regisztrálj egyet magadnak.

Ezt követően ki kell találni egy főcímet. Ez 25 karakter lehet, ebben benne van a pont és a szóköz. Egy rövid tömör figyelemfelkeltő szöveg kell, amire felkapják az emberek a fejüket. Maradjunk az utazásos cég példánál. Szeretnél akár ingyen utazni? Ez persze annyit tehet, hogy jutalékból is ki lehet fizetni az utazást, ha üzletet építesz. Szeretnél fél áron utazni? Ezt lehet azoknak, akik a szolgáltatásért jönnének. De persze lehet más példa is.

Ezt követően jön a szöveg. Persze ez is figyelemfelkeltő kell, hogy legyen. Ez 90 karakter lehet. Ha ez túl kevés neked, akkor tudsz a speciális beállításoknál plusz 200 karaktert beírni. Van olyan, amikor szükség van erre is. Utána ki tudod választani a felhívás gombot. A további tudnivalók gomb és a letöltés gomb is nagyon hatékony. Ezt követően ellenőrizd le, hogy a szövegben nincsenek hibák, és a rendelés elküldése gombra kattints. Leellenőrzik a hirdetésedet, hogy megfelel-e a követelményeknek. Ha nem, akkor megindokolják, de általában elfogadják.

A Facebook hirdetések másik fajtája, amikor a rajongói oldaladról kiemelsz egy bejegyzést. Tétélezzük fel, hogy már 1000 lájkolója van a rajongói üzleti oldaladnak. Tehát ez nem a normál profil, ahol ismerősöket gyűjtesz, hanem az üzleti oldalad. Kik ezek az emberek? Olyan emberek, akiket érdekel a te üzleted. Ez egy jó hír. De normál körülmények között ha nem dolgozol rajta sokat, 1000-ból 30-50 ember látja azokat a bejegyzéseket, amiket te felraktál erre a Facebook oldalra.

Mi azt szeretnénk, ha mindenki látná a bejegyzésünket. 1000 főnél, ha kiemeled, akkor körülbelül 5 dollárért pár nap alatt nagyjából mindenkihez eljut az üzeneted. Persze ha gép előtt van nyilván. A lényeg, hogy a többség látja. Kifejezetten jól működnek ezek a kiemelések. Ha jól csinálod, akkor nyilvánvalóan megtérül a hirdetésed.

Van egy harmadik módja a hirdetéseknek, ezt sokkal kevesebb ember használja, de ez egy szuper célzott hirdetés, ami a leghatékonyabb lehet egy idő múlva. Ez nem más, mint a célközönségre való hirdetés. Minél inkább szűkítve van és pontosan belőve a célközönséged, annál jobban megtérül a hirdetésed. Nos, nézzük, ez hogyan működik. Van többfajta alkalmazás, szoftver, amivel ezt el lehet érni, de többé-kevésbé hasonló az alapelv. Én a Facebook Retargeter szoftvert alkalmazom.

Alapvetően két dolgot hirdethetünk a Facebookon. A normál hirdetéseknel ajánlott a feliratkozó oldalunk linkjét hirdetni. De amikor bejegyzést emelünk ki, akkor leginkább egy blogbejegyzést, cikket emelünk ki, hogy lássa a célközönségünk. Mind a kettőnek van egy linkje, amire rá tudnak kattintani az érdeklődők. Egyik a blogunkra irányítja az illetőt, a másik a feliratkozó oldalunkra.

Ez a Facebook Retargeter szoftver átalakítja a linkeket, ami innentől elkezdi gyűjtögetni az érdeklődők Facebook ID számait. Persze önmagában semmire nem mész ezekkel a számokkal, ez csak a hirdetéseknel használható. Ne ijedj meg, ez nem adathalászat, ez egy teljesen legális dolog. Hogyan működik? Ez egy nagyon egyszerű alkalmazás. Megnyitod és belerakod azt a linket, amit át akarsz alakítani. Ez vagy a blogbejegyzésed, vagy az elkapó oldalad linkje.

Ezután adsz neki egy címet, és a Facebook profilodnál a hirdetés szekciónál van egy célközönség, audience gomb. Itt le tudod kérni a személyes kódodat, amit Facebook pixelnek hívnak. Nem kell tudni, mi ez pontosan, egyszerűen kimásolod a kódot és berakod ebbe az alkalmazásba. Ennyi az egész. Tehát kell egy link, egy elnevezés, amit te adsz neki, és egy kód. Megnyomod a gombot, ez generál egy linket. Ez a link kinézetre teljesen más, mint az eredeti, de ugyanoda visz, mint az eredeti link.

Viszont a hatása teljesen más lesz! Ha innentől minden linket ezen a módon átalakítasz, akkor a kattintó Facebook ID számát elkezdű összegyűjteni. De kik ezek az emberek, akik rákattintanak a linkeidre? Csak olyan emberek, akiket érdekel a mondanivalód. Minek kattintana olyan ember a linkeidre, akiket nem érdekel az üzleted? Persze nem kattint rá. De aki igen, az a célközönségedhez tartozik. Ezeket az átalakított linkeket, bárhol is osztod meg, normál módon vagy hirdetésben, elkezdű gyűjtögetni a célközönségedet.

Egy idő múlva elkezd növekedni a célközönséged, amit a Facebook oldalon nyomon tudsz követni. Ha eléri ez a szám az 500 főt, akkor már érdemes ráhirdetni. Amikor a hirdetést feladod, van egy rész, ahol ki tudod választani a célközönségedet és akkor csak náluk jelenik meg a hirdetésed, újra és újra, azoknál, akik előtte rákattintottak arra, amit kiraktál, így ez nagyon hatékony módja a hirdetésnek és valójában a legkifizetődőbb.

Ahogy telik az idő, egyre csak nő ez a célközönség, ami egyre nagyobb hatékonysággal fog működni, és nagyon sok pénzt tudsz keresni, mert rengeteg vevőd és új csatlakozód lehet anélkül, hogy te bárkire is ráerőltetnéd az ajánlatodat.

Bármelyiket is használod, hatalmas változást tudsz elérni, mert el tudsz jutni idegenekhez, akiknek nincsenek előítéleteik veled

kapcsolatban, és persze sokkal nagyobb számban vannak, mint az ismerőseid!

## 15. fejezet

# Négy dolog, amit kerülj el, ha online akarod az üzletedet népszerűsíteni

Viszont van négy dolog, amit minden körülmények között kerülj, hacsak nem akarod megosztani az embereket és azonnal megfelezni a potenciális ügyfeleidet.

Az egyik a politika, a másik a vallás. Nem az a kérdés, hogy megteheted vagy sem, hanem az, hogy meg akarod felezni az ügyfeleid számát vagy sem. A politika a veszélyesebb terület. Elképesztő indulatokat képes gerjeszteni. Emberek úgy állnak ki egyik vagy másik politikai párt mellett, mint egy anyatigris. Ha ennyire ki tudnának állni saját maguk vagy a céljaik mellett, akkor sokkal több sikeres ember lenne.

Én nem politizálok, mert úgy gondolom, hogy politikusok eddig soha, és később sem fognak segíteni az én életemen. Ha mégis így lesz, akkor örülni fogok, de az alapvető az, hogy én tudom az életemet pozitív irányba terelni és nem a politika. Kifejezetten sok emberrel tudod összerúgni a port, ha elkezdesz a Facebookon politizálni. Az a baj ezzel, hogy ez egy nagyon alacsony rezgésű és egyértelműen negatív energia, ami negatív körülményeket teremt az életedben, és ezt nem hiszem, hogy szeretnéd.

Másik a vallás. Rengeteg háború, viszály azért volt és van is a történelemben, mert vallási kérdésekben sértegetnek egy másik felekezethez tartozókat. Most volt épp egy eset Franciaországban, ahol újságírók kifigurázták karikatúrában Mohamed profétát, amire megöltek újságírókat és más embereket is.

Persze nyilván nem helyes embereket megölni. Viszont nem volt okos dolog ezt a karikatúrát megcsinálni. Teljesen szükségtelen volt és felesleges. Ráadásul pontosan tudhatták, hogy erre ugrani fognak. Hisz ehhez hasonló dolgokat már csináltak újságírók, és mindig zavargások történtek. Ez egy szélsőséges példa persze, mert mi nem vagyunk újságírók és soha nem is írnánk ilyet, de a lényeg, hogy ez lett belőle.

Valójában és szerintem a politikai kötődés és a vallási hovatartozás magánügy, és mindenki el tudja dönteni, hogy miben hisz, és ezt neki nem kell megmagyarázni senkinek, és nem kell feltétlenül meggyőzni a másikat, ha ő másképp gondolja. Uszítani meg egyenesen ostobaság, ha valaki üzletet akar építeni. Tartsd magadban ezeket a dolgokat szerintem. De persze ez is a te döntésed lesz.

A következő dolog, amit kerülj el, az nem más, mint a panaszkodás. Ezt még lehet azzal fokozni, hogy kitegegeted a magánéletedet. Ez katasztrofálisan rombolja a rólad kialakított képet. Láttam olyat, amikor valaki az anyját okolta azért, mert szakított a barátnőjével. Utána vissza akarta kapni a barátnőjét, és rá egy hónapra már az új barátnőjéről szólt minden. Ezek élettörténetek, de nem hiszem, hogy a Facebookra lenne való.

Az utolsó, amit érdemes elkerülni. Több üzlet egyidejű promózása. Amikor több üzletről beszélek, akkor azt értem, hogy láttam olyan embert, aki egymás alá rakott az üzenőfalra 8-10 üzletet és ahhoz tartozó linket. Nincs olyan ember, aki képes lenne 8-10 üzletet sikerrel futtatni. Arra már láttam példát, hogy valaki két üzletet sikerrel futtatott és az internetes világban ez is lehetséges persze, de nagy sikert egy üzletre való fókuszálással lehet elérni.



## 16. fejezet

# Beszélj a nagy képről, a víziódról a célpiaconak

Ahhoz, hogy bárki csatlakozzon hozzád, az üzletedhez, meg kell, hogy ismerjenek. Nem csak azt, hogy ki vagy, honnan jöttél, mit szeretnél. Ez tulajdonképpen egy formula, ami a múlt, jelen, jövő, amit követni kell. A víziódról kell hogy halljanak az emberek. Miért? Mert egy bizonytalan, céltalan emberhez senki nem akar csatlakozni.

Az emberek meg akarnak győződni róla, hogy tudsz nekik segíteni, és a céljaik felé tudod őket vezetni. Ha megnézed a történelmet, akkor láthatod, hogy ha valakinek van egy víziója, akkor követni fogják. Még ha ez negatív dolog, akkor is így van! Így működnek és működtek a diktátorok is.

Ez azért fontos még, mert amíg nincs sikered az adott üzletben, erről biztos, hogy tudsz beszélni. Amikor én elkezdtem a valódi online hálózatépítést, akkor néhány embert hívtam fel. Tudtam, hogy ismerősökből nem tudom felépíteni az üzletemet.

Ha megnézed bármely sikeres hálózatépítő frontjait, akkor rá jössz, hogy alig van közte olyan ember, akit előtte ismert. Legalább 80% ismeretlen volt számára az üzlet előtt. Tehát ismerkedett valahogy személyesen ezekkel az emberekkel, és úgy hozta be őket az üzletébe. Viszont ez a fajta ismerkedés nagyon sok ember számára elképzelhetetlen. Tehát ki tudjuk bátran jelenteni, hogy aki sikert akar elérni az MLM-világban, annak muszáj másokat megismernie, mert csupán az ismerősökön keresztül nem tud sikert elérni! Lehet, hogy ebbe így soha nem gondolt bele.

De mivel a személyes ismerkedés az emberek 90%-ának nem megy hatékonyan, itt lép be az online marketing, tehát a valódi online

hálózatépítés. Ugyanis ezt az interneten egy értékesítési csatornával bárki könnyedén megteheti.

Tehát szükségem volt olyan emberekre, akik hasonlóan gondolkodnak, mint én, és hasonló a víziójuk is. Találtam is több mint 150et. Most, amikor a könyvet írom, épp belépett valaki magától. Most vettem fel vele a kapcsolatot és elláttam a szükséges információkkal a kezdéshez. Szombat van, esik a hó, hideg van, itt ülök a dolgozószobában egy szál melegítőben, és miközben a könyvet írom, belép valaki magától. Nem ez az, amit akarsz te is? Dehogynem!

Olvasd tovább a könyvet, és te is így fogsz járni. Szóval elkezdtem alkalmazni a módszert, és egy világ nyílt ki előttem. Nem azt mondtam, hogy megpróbáltam kitalálni a módszert és a saját fejem után mentem, mint amit az emberek 95%-a tesz az online világban, hanem profik által kipróbált, működő módszert alkalmaztam. Persze ennek megvolt az eredménye is. Te is ezt a módszert olvasod a könyvben.

Mivel nem voltam sikeres, hisz épp amikor kezdtem, pont úgy nulláról indultam, mint bármely más ember a hálózatépítésben. Nem is tudtam másról írni, mint arról a jövőképről, amit a valódi online hálózatépítés tud adni. De pont ettől a lelkesedéstől és víziótól az emberek elkezdtek érdeklődni és be is léptek az üzletbe. Ez az, amit még véletlenül sem alkalmaz az az ember, aki a saját feje után megy.

Csak tényeket sorolnak fel, amiben ők nincsenek benne. Épp ezzel van tele az internet. Én ezt úgy hívom, hogy elbújnak az ajánlat mögé. Pedig pont az ellenkezőjét kell tenni, kiállni az ajánlat elé. Mert ha eléggé megismernek téged és a gondolataidat, az ajánlat fontossága másodlagos lesz. Ilyenkor szokta az ember egy rendezvényszínpadon hallani, hogy nem is tudtam, hogy mivel is

foglalkozik pontosan az illető, de azt mondtam: ezzel az emberrel akarok dolgozni. Rengeteg ilyen beszámolót hallottam már.

Emberi történetek, álmok, víziók, amivel az emberek szívéhez el tudsz jutni. Esélyed sincs tényekkel, milligrammokkal, Orac-értékekkel, hatóanyagokkal, százalékokkal, marketingterv-paraméterekkel. Az MLM-ben van egy szabály: mindegy, hogy ez offline vagy online, miszerint emberek emberekhez csatlakoznak. Ez így volt, így van és így lesz továbbra is.

Van egy nagyon érdekes dolog ebben az online hálózatépítésben. Mégpedig az, hogy úgy lehetsz sikeres, hogy mindvégig önmagad vagy. Bármit leírhatsz, ami benned van, nem kell köntörfalaznod, nem kell valaki mássá változnod, akivé nem akarsz. Úgy vagy jó, ahogy vagy. Csak kezd el kommunikálni ezt ki a nagyvilágba a blogodon keresztül. Épp elég embert tudsz találni, aki majd tud azonosulni veled.

Ezért ha ezt a sémát követed, akkor sikert tudsz elérni.

## 17. fejezet

# Legyél türelmes az eredményekkel kapcsolatban!

Bármennyire akarsz is a sikert, ezt nem tudod siettetni. Ha soha nem csináltad, akkor légy türelmes magadhoz. Nem fogsz egyik reggel arra ébredni, hogy már mindent tudsz. Amúgy is a tanulás legnagyobb akadálya az, ha te azt gondolod, hogy mindent tudsz már. Egyrészt nyilvánvalóan nem igaz, másrészt jó pap is holtig tanul. De ezen a területen mire megtanulsz mindent, mindig lesz valami újdonság.

Úgyhogy legyél jó tanuló mindig.

Viszont van egy jó hírem! Itt olyan gyorsan fogsz tanulni, ami szinte felfoghatatlan. Én konkrétan többet tanultam meg egy év alatt, mint előtte nyolc év alatt, pedig rengeteget tanultam előtte is. Egyet tudok ígérni, hogy nap mint nap egyre többet fogsz tudni, és fél év múlva el sem hiszed, hova jutottál. Tanulj mindennap valamit, és alkalmazd is.

A világ kitérül számodra!

Legalább 90-120 nap kell ahhoz, hogy elinduljon, és nagyobb eredményt érj el. Már most mondom, hogy az első blogbejegyzésed nem lesz a legjobb, de napról napra egyre jobb leszel. Mindennap tegyél az üzletedért valamit. Valamit kommunikálj a blogodon. Lehet, hogy lesz olyan blogbejegyzésed, ami nem fajsúlyos komoly témáról szól, csak az aznapi történeteket osztod meg a blogodon, persze egy kicsit üzleti nézőpontból, de sokszor ezek hatékonyabbak, mint valami nagyon kidolgozott, jól átgondolt írás vagy videó.

Ne felejtse el, emberek emberekhez csatlakoznak, de csak akkor, ha eléred nálunk, hogy megbízzanak benned. Erre pedig nincs jobb

megoldás, mint beszélsz magadról és mindent a saját nézőpontodon keresztül mutatsz be. Mintha egy elbeszélést írnál. Ez sokkal hatékonyabb lesz bármilyen tényeknek a felsorolásánál.

Szóval légy türelmes magadhoz. Nincs olyan terület az életben, ahol néhány hét alatt szakértővé tudsz válni. Ez sem ilyen. De hiszem, hogy te is meg tudod tanulni, mert ez megtanulható. De nem mehetsz a saját fejed után, mert ez meghosszabbítja az utadat és ezt te sem szeretnéd. Egy biztos, ha ezt megtanulod, akkor kapsz a kezébe egy kulcsot a hátralévő életedbe.

Ha mindent úgy csinálsz, ahogy tanítják neked, akkor hamarabb el tudod érni a célot, mint gondolnád, de ez nem néhány hét! De ígérem, nem kellene hosszú évek sem. Csak rajtad múlik, hogy ez számodra mennyi idő. De minél taníthatóbb vagy és szorgalmas, annál rövidebb idő lesz számodra.

## 18. fejezet

# Soha ne spammelj!

Ez az egyik legfontosabb tanácsom! Semmi nem árt annyira neked, mintha ezt megteszed. Határozzuk meg, hogy mi a spammelés. A Spam egy kéretlen levél vagy üzenet. Ez történhet e-mailen keresztül. Nem önkéntes feliratkozóknak kiküldött hírlevélén keresztül. Ez amikor valaki vesz hírlevélistákat és küldi az infót anélkül, hogy kérte volna. Ezek a klasszikus spammelések. De itt nem áll meg a lista!

Előre megírt sablon e-mail bemásolása skype-ba. Mindannyian kapunk ilyeneket. Persze csak tények felsorolása van benne. Sokszor még arra sem veszi az illető a fáradságot, hogy legalább a nevünk benne legyen. Ugyanilyen sablonlevél Facebook-üzenetben. Mostanában elterjedt, hogy Facebook-üzenet csoportot létrehoznak, és ide másolnak be sablon kéretlen leveleket. De a modortalanság csúcса, amikor valakinek a közvetlen saját üzenőfalára raknak kéretlen üzenetet.

Ezt is lehet még überelni. Létezik egy ember, aki annyira elvakult és modortalan, hogy egy általam megosztott saját üzletemre vonatkozó bejegyzés hozzászólásába rakta be a linkjét kommentként a Facebookon. Azonnali hatállyal töröltem az illetőt az ismerősök közül. Bármelyiket is csinálod, azzal semmilyen eredményt nem lehet elérni, illetve csak azt, hogy rontod a nevedet, a márkanevet. Ilyet soha nem csinál egy profi sem!

Ne feledd, azt szeretnénk, hogy te a területed szakértője legyél a kívülállók számára. Ezt csak úgy lehet megtenni, hogy te mást csinálsz, mint a többiek. Mivel az emberek nagy része még véletlenül

sem csinálja jól, ezért neked jól kell hogy csináld. Ezt észreveszik rögtön.

A spammelés gondolata abból a téves elképzelésből jön, hogy a nagy számok miatt úgyis lesz, aki fennakad a hálón, de ezek az emberek nem tudják és nem értik a célközönség koncepcióját, és hogy nekünk csak hozzájuk kell beszélnünk és nem mindenkihez. Ha megvan a célközönség, akkor semmi szükség nincs erre a káros amatőr tevékenységre. Ha profi akarsz lenni, akkor ne spammelj soha!

## 19. fejezet

# Mindig kövesd a történéseket!

Ha létrehozol egy hírlevélsorozatot, akkor arra a hírlevélsorozatra több irányból is küldhetsz forgalmat. Minden MLM-cégnek az alapvető üzenete, megoldása maga a pénzkereseti lehetőség, ami persze megoldja az emberek problémáját. Jelenleg pedig az a legnagyobb probléma, hogy nincs elég pénzük az embereknek.

Van egy jó barátom, aki Angliában él és már 5-6 éve építi az értékesítési csatornát affiliate partnerprogramokból, és az értékesítési csatornáira leginkább ilyen programajánlatok mennek, amiből havonta 60-80 ezer dolláros bevétele van! Már több mint 300.000 fős listával rendelkezik! Ő nyilvánvalóan profi!

A múlt héten beszéltem vele, és ő mondta: mindig kövesd, mi történik a világban, és csinálj rá egy értékesítési csatornát. A svájci frank erősödése miatt, ami nagyon váratlan és nagy volumenű volt, rengeteg ember pénzt veszített a Forex kereskedéssel. Nem csak azáltal, hogy bent voltak ilyen pozíciókban, hanem még neves brókercégek is belebuktak többen is. Mivel ő is Forexezik, ezt tudta,

bár mondjuk ő nyert rajta, de időben kiszállt a pozíciókból. Tudta, mi történt ebben a világban.

Ő javasolta nekem, hogy erre csináljak egy csatornát, mert ezek az emberek, akik pénzt keresnek online forexen keresztül, és most elbukták a pénzüket, hiába voltak előtte évekig nyereségesek, továbbra is online akarnak pénzt keresni. Nekem eszembe sem jutott, hogy erre is lehet mozdulni. De hallgattam rá. Megcsináltam, és lettek feliratkozók belőle. Én ezt tovább gondoltam, és a svájcifrank-károsultaknak csináltam egy külön listát, amit még csak nem is hirdetek, de ott van a blogomon a banner, és nagyon sok feliratkozóm van belőle mindenféle reklám nélkül.

Miért? Mert forró a probléma és megoldást keresnek a károsultak, és én tudok nekik segíteni az online módszerrel, amit tanítok. De erre nem gondoltam előtte, és nem is tudtam, hogy így is működik. Egy profi ezt mondta, és én nem kérdőjeleztem meg. Bevált a módszer. A tanulság az, hogy mindig hallgass olyanokra, akik azon a területen, ahol te pénzt akarsz keresni, már keresnek pénzt, nem is keveset!



## 20. fejezet

# Adj értéket ingyen!

Amikor belejössz az írásba, akkor egyre több dolog jut eszedbe. Ilyenkor, amikor már sok ötleted van, akkor a blogbejegyzéseidben törekedj arra, hogy minél több értékadás legyen. Tehát olyan infók, ami szinte megdöbbenítő, hogy ingyen megkapja a célközönséged. Minél inkább azt látják, hogy törődsz velük, annál inkább megbíznak benned. Akkor már egy olyan ember lép be hozzád az üzletedbe, aki szó szerint ki van képezve.

Tehát nem lesz neki új, mert tőled mindent megtanult a blogodon keresztül. Képzeld azt el, hogy ez mit jelent neked? Olyan embereket, akik gyorsabban mennek át a tanulói fázison, hamarabb keresnek pénzt, ami által persze te is! Nekem még a munkatársaim is feliratkoznak a privát jelölteknek szóló hírlevelekre, amit először furcsálltam, de később rájöttem, hogy ez jó, mert lényegében képezem őket. Észrevettem egy érdekes dolgot minden MLM-üzletben. Ha megnézek egy olyan vezetőt, aki sok pénzt keres egy adott üzletben, azt látom, hogy rendkívül képzettek a termékekkel és az üzlettel kapcsolatban. De azt is észrevettem, hogy akik nem keresnek elég pénzt, ott bizony nagyon sokszor hiányos a tudás.

Épp nem ér rá eljönni egy képzésre, mert fontos programja volt. De érdekes, hogy a vezetők meg ott vannak a rendezvényen. Ez online képzésekre is vonatkozik. Nem jönnek el különböző indokokkal, de akik pénzt keresnek, érdekes, ott vannak. Ez csak egy érdekes megfigyelés volt, amit más is észrevett már. Lényeg az információ, amit megosztasz. Hasznosnak kell lennie, ami valakinek valamilyen kérdésére kell választ adnia.

Minél több ilyen tartalom van a blogodon, annál inkább szakértő leszel az emberek szemében. A másik, hogy minél több irányból

közelíted meg az üzletedet, termékeidet, annál több dologra fogsz a keresőkbe is feljönni előkelő helyre. Persze ez ennél egy kicsit összetettebb, mert ez más. A keresőoptimalizálás témakörébe tartozik. De egyébként akár hiszed, akár nem, ez sem annyira bonyolult, mint néhány évvel ezelőtt, de persze meg kell tanulni.

Amikor már megtanultad a blogírást és van a fejedben épp elég információ, akkor a feliratkozásért cserébe adhatsz egy ingyenes PDFet, amit te írtál, de lehet, hogy van olyan PDF, amit nem, de szabadon terjeszthető. A lényeg, hogy mindig az járjon a fejedben, hogy mivel segíthetem a célpiacomat? Mit adhatnék nekik? Mert ezt a törődést megérik.

Nagyon fura világban élünk. Rengeteg ember csak kapni akar és adni nem. Ezt persze még meg is magyarázzák, de ez nem a sikeres gondolkodás alapja. Sőt, pont az ellenkezője. Pláne az interneten. De ha te más vagy, akkor ezt az emberek észreveszik és értékelik is. Ez persze egy másfajta gondolkodást igényel, mint amit esetleg eddig tanultál vagy mondtak neked. Az interneten ez így működik.

Az érdekesség az, hogy mivel ezt vagy senki, vagy csak nagyon kevesen csinálják a területeden, ezért néhány hónap alatt egy ismert ember válhat belőled a saját területeden, ami offline módon évekbe tellene. Itt akár hónapok alatt is megtörténhet. Minél több figyelmet kapsz, annál több pénzt fogsz keresni. Persze ez akkor igaz, ha ez pozitív és hasznos az emberek számára.

## 21. fejezet

### Szándék az írásaid mögött

Ez egy nagyon furcsa dolog, amit nehéz megmagyarázni logikusan. A kvantumfizikában és spirituális tanításokban van erre magyarázat. Én inkább megfigyelőként vettem ezt észre, amit most leírok. Megfigyelésem szerint egyáltalán nem mindegy, hogy milyen lelkiállapotban és milyen szándékkal hozol létre egy blogbejegyzést.

Írhatsz így is: hogy hátha valaki majd elolvassa, esetleg még talán feliratkozik valaki, és ehhez hasonló gondolatmenettel írod le a mondanivalódat. Vagy ami ennél is kézzelfoghatóbb, hogy azt mondják a szakértők, kell körülbelül 90-120 napig folyamatosan valamit írni a blogodra. Oké, én meghallgatom a profikat és akkor megírom 120 napon keresztül a bejegyzéseket és majd meglátjuk, mi lesz.

Na, ez így nem működik, az biztos. Mert ha ugyanazt a blogbejegyzést úgy írod meg, hogy most neked ebből lesz vevőd, belépőd, és ez hasznos lesz mindenkinek, akkor teljesen más eredménye lesz. Nem tudom, hogy ez pontosan hogy működik, de azt tudom, hogyha így írok le valamit, akkor annak van eredménye, ha csak úgy, gépiesen írok valamit, annak nincs eredménye.

De honnan ered ez az egész, hogy valaki csak gépiesen létrehozza az írást, mert hogy ezt mondták, és az egészet talán egy reménykedés itatja át, hátha lesz ebből valami? Véleményem szerint onnan, hogy azt gondolod magadról: ki a fene figyelne rám? Miért olvasná el bárki az írásaimat? Nincs semmi bennem, amire bárki is kíváncsi. Ezek a gondolatok jönnek fel ilyenkor.

Ez azért van, mert megpróbálsz kitalálni, mire kíváncsiak, illetve megint meg akarsz felelni valamilyen társadalmi elvárásnak. Van egy

kép a fejedben, hogy milyen egy sikeres ember és ezt próbálsz követni. Sokszor eleve téves ez a modell, de a lényeg az internetes kommunikációban van, hogy legyél önmagad, mert te egyedi vagy, senki sem olyan, mint te.

Ha úgy próbálsz írni, mint aki meg akar felelni egy sikerképnek, ami a fejedben van, akkor eleve kudarcra van ítélve az egész. Ennek a lényege, hogy azt írod le, ami benned van. Nem akarsz más lenni, mint aki vagy. Létrehozod a legjobb önmagadat, és nem valaki másét.

Egy írásban, videóban rögtön kiderül, ha nem önmagadat adod. Viszont ha tényleg elkezded a gondolataidat leírni, és a saját nézőpontodon keresztül, pozitív elvárással elkezded felépíteni a saját rendszeredet, és ezt legalább 120 napon keresztül, na akkor elindul az a siker az életedben, amit lehet, hogy soha nem tapasztaltál meg eddig!

## 22. fejezet

# Marketingszoftverek használata

Kétségtelen, hogy ezek az eszközök nagyon megkönnyítik a munkádat, és sokkal hatékonyabbá tehetik. De itt aztán könnyen a bőség zavarába kerülhetsz. Rengeteg hasznos eszköz van, de rengeteg olyan is, ami jónak tűnik, de semmi haszna nincs számodra. Amíg új vagy, hajlamos vagy arra, hogy megvegyél mindent. Ebbe a csapdába én is belekerültem. Ma már nem csinálom ilyet. Tényleg csak azt veszem meg, amit jól átgondolok, és tényleg haszna van számomra.

Most egy kis áttekintést adok arról, hogy melyik szoftverek, alkalmazások a leghasznosabbak az általam ismertek közül. Van olyan, ami természetesen nélkülözhetetlen, ezekről is lesz szó, de most a kifejezetten hasznos alkalmazásokat mutatom be neked. Nézzük először a nélkülözhetetleneket. Kezdjük az elején. Blog. Ez lehet egy általad elkészített wordpress blog. De ehhez kell tárhely és domainnév is. Alapfokú tudás ennek az összerakásához szükséges. Ha nem rendelkezel ezzel a tudással, akkor én az Empower Network új blogrendszerét javaslom neked. Ez egy vadonatúj rendszer. Wordpress alapokon nyugszik, de elő van telepítve. Nem kell tárhelyet bérelned, domainnevet vened és nem kell telepítgetned sem.

Ráadásul egy komplett tréning van hozzá.

Erről beszéltem már korábban. Második a Landing Page Monkey feliratkozó oldal szerkesztő. Könnyen különösebb szaktudás nélkül létre tudsz hozni bármilyen korszerű feliratkozó oldalt. Erre is van tréningvideó. A harmadik nélkülözhetetlen a hírlevélküldő rendszer. Én a Getresponse hírlevélküldőt használom. Ezt használják a profik

közül is rengetegen a világon. Ezek a nélkülözhetetlen eszközök. Mindegyiket egyszerű beállítani. Van hozzá komplett videótréning.

Most jönnek a kiegészítő hasznos alkalmazások, ami nélkül lehet dolgozni, de nagyban növelik a hatékonyságunkat. Szerintem az egyik leghasznosabb általam mindennap használt szoftver a linkelhető képkészítő. Miért fontos ez? Két oka is van. Az egyik, hogy amikor a Facebookon megosztasz egy linket, akkor azt a Facebook automatikusan kevesebb embernek fogja megmutatni az ismeretségi körből.

Ennek két oka van. Az egyik, hogy nem akarja, hogy te az embereket el irányítsd a Facebookról. A másik, hogy azt feltételezi, hogy ez valamilyen üzleti link, és ha te azt akarod, hogy lássák az emberek, akkor fizess érte. Viszont, ha ezzel a programmal a képet linkelhetővé teszed, akkor azt nem úgy éred el, hogy a képed mellé raksz egy linket, amit a Facebook rögtön észrevesz, hanem csak egy normál képként azonosítja, amit pedig több embernek mutat meg. Szóval evvel az egyszerű szoftver alkalmazásával több ingyenes organikus elérést tudsz megvalósítani.

A másik haszna ennek az alkalmazásnak az, hogy az emberek a képekre szeretnek kattintani. Normál esetben ilyenkor a kép nagyobbá válik, de más nagyon nem történik. Viszont ebben az esetben ha rákattintanak a linkelt képedre, akkor az embert el irányítja oda, ahova te beállítottad. A mi esetünkben ez lehet a blogunk vagy a feliratkozó oldalunk. De tipikusan a blogbejegyzéseknél szoktam ezt használni.

A másik nagyon fontos szoftver, amiről beszéltem már, a Facebook Retargeter szoftver, ami segít a célközönségre való hirdetésben. Időnként szoktam egy olyan szoftvert is használni, ami a feliratkozó panelt képes egy videó alá időzítve berakni. Ezt én videó capture page oldalszerkesztőnek neveztem el.

Ha a blogodra szeretnél szép egyedi bannereket, fejléceket berakni, de nem igazán értesz hozzá, akkor a Logo Creator szoftvert használom. Vettem több mindent, vettem még olyan szoftvert is, amivel a zöld háttérben felvett videókat lehet szerkeszteni, de még nem használtam. Szóval sok ilyen okos dolog van, de ne vásárolj összevissza mindent, mert sok szoftver van, amit a magyar piacon nem érdemes használni. Érdemes konzultálnod akár velem, mielőtt bármit megveszel.

## 23. fejezet

### Online prezentációk, képzések, képzési oldal létrehozása

Ez a fejezet már egy kicsit másról szól. Ez már egy csoporttevékenység, de hozzátartozik az online hálózatépítéshez. Amikor működtetsz egy értékesítési csatornát, akkor rengeteg ember magától hoz egy döntést. Sokszor a tudtunk nélkül vesznek valamit, vagy akár be is lépnek hozzád, feltéve, ha van valahol valamilyen regisztrációs linked elhelyezve.

Viszont sokszor előfordul, hogy további kérdésre van szüksége az illetőnek, és ilyenkor mit tudsz ajánlani nekik? Persze meg lehet válaszolni a kérdéseket, és én is meg szoktam. Sőt, ilyenkor igyekszem lezárni és döntésre vinni a dolgot. Ez nem nehéz, hisz ő hívott engem, és nem én őt. Ilyenkor nagyon jó, ha van online prezentáció a cégednél. Amikor én elindultam a jelenlegi cégemnél, akkor ez volt az első, amit létrehoztam.

Nekem ebben óriási tapasztalatom van. Kizárt dolog, hogy létezik ma Magyarországon olyan hálózatépítő, aki több online prezentációt tartott volna, mint én. 2006-ban kezdtem az online prezentációkat, és

kisebb-nagyobb szünetekkel, de hétköznap online prezentációkat tartok. Ez sok ezer prezentációt jelent. Tudom, hogy nagyon hatékony, ha jól csinálják. Ez lényegében egy powerpoint prezentáció. Ez hasonlít a nyílt prezentációkon tartott prezentációhoz. Viszont rövidebb, tömörebb.

Egy élő nyíltan természetesen bele lehet vinni show-elemeket, egy kis szórakoztatást is. Ebből is tartottam közel ezret. Tehát tudom, hogyan működik. Szóval az online prezentációt egy úgynevezett webkonferencia-teremben tudod megtartani. Őszintén mondom, nem könnyű jó és színvonalas, árban megfelelő termet találni. De azért persze lehet találni. Ide fel lehet tölteni videókat és magát a prezentációs diákat.

Én este 9-kor szoktam tartani, de lehet bármikor természetesen. Ez szerintem egy jó időpont. Ezt a hosszú évek tapasztalata hozta. Ilyenkor a gyereket megfürdették, elaltatták és megvacsoráztak. Mielőtt elkezded a prezentációt, körülbelül 20 perccel előtte rakjál be motivációs, pozitív videókat. Tapasztalatom szerint ezek meghozzák nekünk és a vendégeknek, és persze a munkatársaknak az alaphangulatot. Lehet jó pörgős zenét is berakni.

Amikor elkezded a prezit, akkor bemutatkozol, és nem mondd meg a cég nevét! Nem azért, mert titkolózunk, hanem előbb legyen alapinformációja a rendszerünkről és az ajánlatról. Először egy kis általános információ kell. Utána jöhetnek a termékek, szolgáltatások. A legvégén pedig a kompenzációs terv ismertetése. Azért a végén, mert azt szeretnénk, hogy ez maradjon meg az emberekben.

Én mindig ide küldöm azokat az embereket, akik további infót akarnak, és rendszerint be is hozom utána az érdeklődőt az üzletbe. Mindenképpen ajánlom, hogy online prezentáció legyen a cégednél, Ha nincs és te érzel magadban annyit, hogy te legyél az előadó,



akkor szervezd meg, mert megéri. Ez nagyon jó gyakorlóterep és persze ismertséget is hozhat neked.

Mindenképpen legyenek ott a munkatársaid is, mert itt ők is meg tudják tanulni, és legfőképpen itt értik meg a marketingtervet. Ráadásul, ha új termék vagy szolgáltatás érkezik, akkor nagyon gyorsan megkapják az infót a termékről és szolgáltatásról, és így persze hamarabb megvehetik, ami neked és nekik is pluszforgalmat jelenthet. Én rengeteg terméket az online prezentációkon adtam el a munkatársaknak, illetve ennek hatására vettek meg.

### **Online képzések**

Mindig legyenek online képzések legalább hetente egyszer a csoportodnak. Én vasárnap este 8 órakor tartom évek óta. Nekem ez bevált és mindig sokan vannak. Ha jól csinálod, akkor várják is. Egy ilyen képzés lehet technikai és motivációs. Ha rám hallgatsz 20% technika és 80% motiváció. Azért tartom vasárnap, mert hétfővégre mindig leülnek az emberek és lelassulnak. De ha vasárnap este van egy képzés, akkor belelkesednek, és nagy lendülettel indulnak neki a hétnek. Ha fontos technikai képzések vannak a cégednél, akkor azokat ne vasárnap tartsd, hanem legyen ez hétköznapi inkább. De akkor is legyen vasárnap motivációs képzés.

Ma Magyarországon a legnagyobb feladat az embereket kihozni abból a letargiából, apátiából, amiben vannak. Ezért életbevágóan fontosak ezek a képzések! Ezek a képzések valamilyen szinten tudják pótolni a rendezvényeket, helyi csoporttalálkozókat. De mindenképpen jó kiegészítése. Pontosan tudjuk, hogy a rendezvények nélkül semelyik üzletet nem lehet felépíteni hosszú távon.

Azt is tudjuk, hogy rengeteg ember nem megy el élő rendezvényekre. Teljesen mindegy, hogy milyen indokból. De tény, a

csoportod 80%-a nem jár rendezvényre. Ha rá tudod venni őket, hogy járjanak online képzésekre, akkor meg tudod menteni őket és el tudod látni a megfelelő információkkal. Ellenkező esetben egész biztos kiesnek az üzletből és abbahagyják. Ezekkel az online képzésekkel bent tudod őket tartani, sőt, ha alkalmazzák a könyvben leírt módszereket, akkor sikeresek is tudnak lenni.

Persze akkor már járnak élő rendezvényekre is. De vedd észre, hogy ezek az online képzések, amik őt átsegíthetik a nehézségeken, és ki tudod képezni őket.

### **Reggeli videóüzenetek**

Ezt nekem a szükség hozta. Bent voltam egy üzletben, amikor megjelent egy konkurencia, és gyakorlatilag úgy akartak érvényesülni, hogy cégszinten és persze csoportszinten is minden elképzelhető fekete propagandát bevetettek. El is érték a céljukat egy bizonyos szinten, mert rengeteg embert elvesztettem.

Megkönnyítette a dolgukat az, hogy a cég, amiben én voltam, pont akkor változtatott a marketingtervben egy drasztikusát, ami persze az új cég ajánlatát még vonzóbbá tette. Persze a sors fintora, hogy ez a cég, aki mindent bevetett, hogy tönkregye azt a céget, amiben én voltam, gyakorlatilag a haláltusáját vívja, és a vezetők 95% elment, mert nem fizették ki őket és az ígéretesen kívül nem kaptak mást.

Ez így szokott lenni, de akkor ez semmi szinten nem esett jól, és tudtam, ha egy cég így indul, akkor annak nem lesz jó vége. Három év eltelt és ki tudja, meddig húzza még.

Akkor valami isteni szikra vagy nem tudom, mi hozta, hogy kiküldjek a csoportomnak videóüzenetet. Ez az üzenet tetszett nekik és nagyon jó volt a visszajelzés. Innentől kezdve két éven keresztül

minden reggel küldtem ki videókat, amiben technikai és motivációs jellegű üzenetek is voltak.

Amikor bekerültem ebbe a cégbe, ahol módomban áll megtanulni a valódi online hálózatépítést, azonnal így indítottam, és persze küldöm a videókat reggelente és ténylegesen szeretik a munkatársak. A legfrissebb ötleteket, üzeneteket, pillanatokon belül el tudom juttatni, ami nagyon fel tudja gyorsítani az üzenetek áramlását. A régi offline MLM-világban ennek az esélye volt meg. De ebben a digitális világban minden megvalósítható, ami régebben elképzelés szintjén sem volt.

Összefoglalva: ezek, amiket most ebben a fejezetben írtam, mind azt tudják elérni, hogy mind az üzleti ajánlatot, mind a munkatársi képzést meg lehessen online valósítani. A könyvben talált módszerek pedig a jelöltkutatásban és a megfelelő célközönség elérésében segítenek. De ez a két módszer vegyítve elképesztő eredményeket hozhat neked és mindenkinek, aki alkalmazza. Én alkalmazom és látom, hogy milyen eredménye van. Ilyen eredményeket ilyen kevés költséggel ilyen gyorsan hagyományos módszerekkel nagyon nehéz elérni.

De már egy új világban vagyunk, ahol megváltozott a kommunikáció helye és módja. Nekünk pedig ott kell kommunikálnunk, ahol az emberek vannak, és úgy, ahogy az igény felmerült. Ez a Valódi Online Hálózatépítés lényege!

### **Képzési oldal létrehozása**

Ezen rengeteg múlik, ha az üzletedet teljesen online akarod működtetni. Egy ilyen oldal létrehozása rendkívül időigényes, és tudást igényel. Nem informatikai tudásra gondolok, hanem az adott cégnek a tudását kell ide felhalmozni. Persze itt másfajta gondolkodás szükségeltetik. Ez már a 21. századi gondolkodás.

Régebben az volt a divat jó pár MLM-cégnél, hogy a képzésekért, képzési anyagokért rengeteg pénzt kértek. Valójában adott esetben jóval több pénzt kerestek a vezetők a képzési rendszerből, mint magából az üzletből. Félre ne értsd! Én nem bírálom ezt a dolgot, csak azt mondom, hogy most ezekben az időkben, amikor a válság dübörög és a svájci frank hitelek alatt rognak össze emberek, igenis számít egy adott üzlet rezsije.

Persze egy ilyen üzletben nem biztos, hogy létre fognak hozni egy olyan képzési rendszert, amiben ingyen vannak bizonyos információk. De lehet, hogy tévedek, és ők is megteszik. Most nem akarok morális kérdésekben vitázni. Én egyszerűen egy ilyen rendszer előnyét szeretném elmondani.

Régebben az internet előtti MLM-világban az információ érkezhett közvetlenül a szponzortól. Ez jó lehetett, ha a szponzort el lehetett érni és képzett volt. Ha nem volt képzett, akkor a vak vezet világtalan effektus lép be, senki nem tud semmit, ami persze nem vezet sehova. Erre én is emlékszek a 90-es évekből. Esélyünk sem volt közvetlenül tanácsot kérni a sikeres emberektől, mert nem voltunk azon a szinten, ahol ez lehetséges.

A második információforrás volt a helyi rendezvények, csoporttalálkozók. Itt lehetett már közvetlenül is találkozni, információt kapni a sikeres emberektől. Ez kétségtelen jó módszer. Viszont aki ide nem jött el, az már információhiányban szenvedett. Következő lehetőség a nagy országos rendezvény, ahol már a legjobbakkal is lehetett találkozni és tőlük tanulni. Ezek nagyon jó hangulatú, motiváló rendezvények, ahol persze már a legjobbaktól jött az információ.

Aki ide nem jött el, az óriási hátrányban volt azokhoz képest, akik rendszeresen jártak országos rendezvényekre. A tapasztalat azt

mutatta, aki ide nem jött el rendszeresen, azoknak csak idő kérdése volt és abbahagyta az üzletet.

Az igazi nagy döntéseket ezeken a rendezvényeken hozták, hozhatták. Ennél már csak egy jobb volt, ami nem más, mint a hétvégi rendezvények. Persze ilyenek már csak a legnagyobb cégeknél voltak, vannak. Az emberek általában itt hozták meg az igazi döntéseket és itt indult el a sikerük. Persze egy ilyen rendezvény egy házaspárnak mindennel együtt minimum 100.000 forintjába került, most ez lehet, hogy a duplája is. Nem követem most, hogy ez mennyire kifizethető, másolható, főleg amikor egy valamilyen hiteltörlesztésre is jó lehetne. Nem az a lényeg, hogy egy vezető hogy gondolkodik, mert ő ott lesz a rendezvényen, de az emberek egy része igenis ezért nem megy el egy ilyen rendezvényre. Pedig te is tudod, én is tudom, jobb lenne, ha ott lenne, de nem lesz ott.

Már csak egy információforrás maradt a hagyományos offline MLM-ben. Ezek a hanganyagok, amik most leginkább CD-k. Nekem rengeteg ilyen van a múltból, és ezek segítettek túl a mélypontokon. De mint tudjuk, ezt sem veszi meg mindenki. Persze mondhatod, hogy így járt és hogy nem tanítható, de ettől ez még így van. Nincs információ, akkor nincs üzlet sem.

### **Miben tud segíteni egy online képzési weboldal?**

Amikor létrehozol egy ilyen, akkor mindenképpen az üzlet legfontosabb alaplépései legyenek fent. Ez lehet írott formában, de a videó a legjobb megoldás. Képzeld el, hogy bejött valaki és hozzád képest a 10. mélységben van. A szponzora, és lehet, hogy annak a szponzora is már rég abbahagyta. Nincs kapcsolata az illetőnek, de szeretne az illető dolgozni. De ehhez információ kellene. Most szegény ember hogy jut hozzá az információhoz? Normál körülmények között sehogy!

Ha annak idején mondjuk a szponzora arra rávette, hogy iratkozzon fel egy listára, ahol információt kap a csapattól, akkor az információáramlás megmaradt és hozzáfér a csapatoldalon bármely információhoz, ami mondjuk, az adott üzlet felépítéséhez kellene. Tehát az illető a saját otthonában, vagy akár az okostelefonján keresztül bárholnan megtudhatja az adott üzlet felépítéséhez szükséges információt!

Miért lényeges még egy ilyen oldal? A mai világ jelentősen különbözik akár csak a 10 évvel ezelőttihez. 10 évvel ezelőtt nem volt válság és hitelcsapda. Illetve még nem estek bele az emberek. Nagyon kevés ember dolgozott külföldön. De most nem így van, 1 millió magyar dolgozik külföldön, mert máshogy nem tudja kifizetni a hitelét, de a fele haza se akar jönni. Már nincs Magyarországon 10 millió ember!

Tehát ezekkel az emberekkel te hogy akarsz üzletelni internet nélkül? Hogy tudod őket képezni online képzési rendszer nélkül? A milliódolláros kérdés, hogy akarsz behozni online rendszer nélkül? Vagy még ragaszkodsz mindig kizárólag a személyes találkozókhoz? Mert ha igen, akkor ez az 1 millió magyar, aki kiment, elhagyta a hazáját sokszor nyelvtudás nélkül, neked nem célpiac! Számodra elérhetetlen! Biztos, hogy ezt akarsz, vagy esetleg nyitott lettél egy kicsit az online hálózatépítés felé?

Egyet soha ne felejts el! Ezek az emberek sokkal bátrabbak és nyitottabbak arra, hogy pénzt keressenek! Olyat léptek meg, amit sok ember nem mer meglépni. Nagyon is a célpiacodba tartozhatnak, hidd el!

Tehát egy ilyen oldal képes kiképezni bárkit, teljesen mindegy, hol lakik éppen. Magyarországon vagy a világ bármely pontján.

Tehát legyenek rajta alaplépések anyagai, videó és a menet közben megtartott online képzések felvételei. A reggeli videóknak a gyűjteménye és minden, ami az üzletépítéshez szükséges. Ezenkívül egy kereső is fontos, mert egy idő után olyan sok anyag lesz, hogy nehéz kiigazodni egy új embernek, akármilyen logikusan is csinálod. Én magam is azt csinálom, hogy ha valamilyen információt el akarok érni az oldalon, akkor beírom az oldal keresőjébe és kiadja a megfelelő tréning videót, ami alapján meg tudom csinálni azt a dolgot, amire rákerestem. Természetesen lehet egy ilyen oldalnak több szintje is. Ami azt jelenti, hogy üzleti szinthez köthető eléréseket lehet kialakítani. Minél magasabb üzleti szinten van az illető, annál fontosabb információhoz juthat hozzá. Könnyedén kialakítható egy vezetőknek szóló jelszóval védett rész. Ezenkívül ha valamit fizetőssé akarsz tenni, ez is megoldható.

Egy a lényeg ebben az egészben, hogy a világ bármely pontjáról lehessen elérni az információt, és ne csak azok érhék el, akik személyesen jelen tudnak lenni. Remélem, ezzel jól megvilágítottam neked, miért ennyire fontos egy online rendszer kialakítása, még akkor is, ha te csak offline dolgozol. Nézz körül, milyen világban vagy, és alkalmazkodj, ha pénzt akarsz keresni. Ne legyél analóg egy digitális világban!

## 24. fejezet

# Hogyan legyél online hálózatépítő szupersztár az üzletedben?

Ezen a címen most lehet, hogy meghökkensz, de ezt könnyebb elérni, mint gondolnád. Egyszerűen azért, mert bármely üzletben is vagy, még nem sok ember kezdte el online működtetni az üzletét. Az is lehet, hogy te leszel az első. Márpedig ez előny lehet számodra. De ez csak akkor előny, ha kihasználod ezt a helyzetet.

Furcsán gondolkodik egy-két ember. Engem rengetegen keresnek meg különféle üzletekből, hogy segítsék nekik az üzletüket az internetre helyezni. Persze ilyenkor megkérdezem, hogy melyik üzletben vannak. De egy idő után előjön az a kívánság, hogy mutassak nekik az adott céggel kapcsolatban egy más működő rendszert. Van, amikor persze tudok már mutatni, de sokszor nem. De az illető nem érti, hogy ez neki előny, hisz' lehet, hogy ő lesz az első az adott üzletben, aki online terjeszti.

Tipikusan nem ők lesznek az online hálózatépítő szupersztárok, kivéve, ha megérti, hogy ez neki előny és nem hátrány, hogy más még nem épített ki egy ilyen rendszert. Amikor én indultam, egy csöppet sem zavart, hogy nem láttam sok jó példát a valódi online hálózatépítésre. Kifejezetten tetszett, hogy úttörőként előnyben lehetek másokhoz képest. De azt is tudtam, hogy csak akkor lesz ez így, ha élek a lehetőséggel, mert nem fognak rám várni az emberek.

Neki is láttam kialakítani a rendszeremet, és ezt pontosan úgy csináltam, ahogy a szakértők ajánlották. Persze, hogy elég hamar reagáltak is az emberek. Mert csináltam, nem csak beszéltem róla. Ismerek olyan embert, aki azt állítja magáról, hogy ő a legjobb ebben Magyarországon, többet tud mindenkinél, de még nem kezdte el a



tudását alkalmazni. Én nem vártam semmire, mert tudtam, hogy ez sok embert fog érdekelni és mások beelőzhetnek.

De az, hogy csinálod, még mindig nem garancia semmire. Miért? Mert az emberek többsége ezen a területen is, mint mindenhol máshol, a saját fejük után mennek. Ezáltal persze egy csomó olyan embert lehet látni, aki nagyon rosszul csinálja, amit csinál. De ez egyértelmű, ezt maguktól nem fogják az emberek kitalálni. Ezt meg kell tanulni.

A furcsa az, hogy ez még előny is lehet számodra. Mert ha te jól csinálod, az nagyon könnyen észrevehető, hisz ez más, mint amit az emberek látnak általában. Olyan nagy a kontraszt.

Egyszer egy nagy MLM rendezvényen, ahol több cég nagy vezetője tartott előadást, az egyik előadónak volt egy nagyon nagy mondata. A következőt mondta: Nehogy azt higgyétek, hogy én nagyon jó vagyok. Ti tesztek azzá engem azáltal, hogy nem vagytok hajlandóak megtanulni dolgokat. Ez egy elég ütős mondat, de minden szava igaz.

1993 környékén egy érdekes dolog történt velem. Konzultálni voltam egy vezetőnél, annál a cégnél, ahol kezdtem az MLM pályafutásomat. Ő egy fiatalember volt, de rendkívül okos, értelmes. Kicsit kipanaszkodtam magam, hogy a munkatársaim nem dolgoznak, én pedig megteszek mindent, ami persze utólag nézve nem volt igaz. De akkor ezt így éreztem.

Végighallgatott, és bölcsen a következőket mondta: Te csináld jól! Erre valamit válaszoltam, és újra azt mondta: te csináld jól! Még egy pár válaszom volt erre, de ő újra és újra ugyanazt mondta nekem. Mire végre ötödjére meg is értettem, mit is akar nekem mondani. Ez

több mint húsz éve volt és azóta is a fülemben van. Nem felejttem el soha!

Nem az a lényeg ugyanis, hogy ki mit csinál jól vagy rosszul. Hanem az, hogy te jól csinálod-e! Mert ha igen, akkor úgyis fogsz találni embereket, akik követni fognak téged! Ezen az online hálózatépítés területen nagyon kevesen csinálják jól, mert maguk akarják kitalálni a tutit. De ha te a sikeres embereket követed, és azt csinálod, amit ők mondanak, akkor te sikeresebb lehetsz, mint azt most el tudnád képzelni!

Minden szakmának megvannak a maga mesterei. Ezek az emberek úgy lettek mesterek, hogy korábbi mestereket követték. Itt is így van. Ha te követed azokat, akik ebben nagyon jók, és meg is csinálod azt, amit mondanak, akkor igen, te lehetsz online hálózatépítő szuper sztár az üzletedben, de csakis akkor! Ne akard feltalálni a kereket, mert már előtted ezt mások megtették. Itt is így van pontosan!

## 25. fejezet

# Hogyan indulj el?

Olyan sok mindenről beszéltem, hogy most itt az ideje arról beszélnünk, hogy hogyan indulj el? Természetes, hogyha most zsong a fejed, és azt sem tudod, most mit tegyél. Hidd el, ez normális. Napról napra egyre jobb leszel, és egyre többet fogsz érteni. Ezt nem lehet egyszerre megérteni. Elég, ha egy munkafázist értesz ebből az egészből.

Első az, hogy eldöntsd, kihez beszélsz, kiket akarsz megszólítani. Terméket akarsz eladni, vagy inkább embereket behozni, esetleg mindkettőt. Minden lehetséges, bármit is szeretnél. Egyáltalán mit szeretnél elérni. Itt most nem kell egy részletes célfüzet. Nem erre gondoltam. Itt érdemes belőni egyszerűen csak egy pénzösszeget. Ez egy olyan összeg legyen, amit el is hiszel. Nem kell semmilyen időpontot kitűzni sem. Csak legyen egy összeg, amit el akarsz érni.

Bármit is tűzöl ki, online elérhető. Az első konkrét munka, hogy megírd az előre beállított hírleveleket. Ez legyen 8-10 hírlevél. Most már tudod, hogy nem tényeket kell felsorolni, hanem a saját nézőpontodon keresztül elbeszélő módban, történeteken keresztül írd meg, miért jó ez a célközönségednek. Amikor én mentorálok valakit, akkor átnézem a megírt leveleket, és tanácsokat adok nekik, ebben. Ha rám írsz, akkor ezt is meg tudjuk beszélni, hogy mi a módja ennek.

Ezeket a leveleket be kell rakni a hírlevélküldőbe. Időzíteni kell, hogy hogyan menjen ki. Ha tíz levelet írtál, akkor az első három levél menjen egymás után, a többi pedig kétnaponta. A következő munkafolyamat pedig a feliratkozó oldal létrehozása. Ez könnyű feladat, 1 órán belül egész biztos, hogy létre tudod hozni. De inkább foglalkozz vele többet, minthogy ne legyen jó. Itt a főcímnek és

annak a néhány mondatnak figyelemfelkeltőnek kell lennie, és sugallnia kell, hogyha feliratkozik, akkor megkapja a megoldást.

De ez legyen tényleg így! Itt még van egy feladat. A hírlevélküldőben létre kell hozni egy feliratkozási űrlapot. Ne ijedj meg, ez nagyon könnyű. Mindenről van videó, ami alapján könnyedén végig tudod csinálni ezt a folyamatot. Ezt az űrlapkódot be kell illeszteni a feliratkozó oldalba. Ez persze fontos, mert anélkül nem tudnak feliratkozni hozzánk.

Amikor ez készen van, akkor jön a blog testre szabása. Ahogy már írtam, ez lehet egy saját magad által létrehozott blog saját tárhelyen. Lényeg, hogy ne tudják cenzúrázni. Olyan legyen, amit testre tudsz szabni a legújabb trendeknek megfelelően. Én mindenképpen wordpress alapú blogot ajánlok. Én magam is ezt használom. Két fajtát is. Van olyan, ahol mindent nekem kellett beállítanom. Tárhelyet, Domain nevet kellett vennem. De van egy olyan, ami elő van telepítve és nem igényel semmilyen szakértelmet. Ebben is tudok neked segíteni, ha szeretnéd.

Amikor a blogodat testre szabod, a bannerokat, menüpontokat létrehozod, akkor össze kell kötni az értékesítési csatornát. Ne aggódj, ez nagyon egyszerű. Beraktál egy bannert, amit egy korábban említett bannerszerkesztővel létrehoztál, vagy volt már neked kész bannerod. Ezt beállítod jobb oldalra és a feliratkozó oldaladdal összekötjük úgy, hogy azt a linket, amit generált a feliratkozóoldal-készítő, hozzáadjuk a bannerhez.

Ezzel lényegében össze van kötve a rendszered. Mondjuk, írsz egy blogbejegyzést, amit megosztasz. Így eljutnak a blogodra. Rákattintanak a bannerra. Felugrik a feliratkozó oldalad. Beírják az érdeklődők az e-mail címüket és az automata hírlevélküldő kiküldi az

általunk előre beállított, megírt hírleveleket megfelelően időzítve. Ez a folyamat automatikus, ezt nem kell neked manuálisan csinálni.

Ne aggódj, ha most nem értesz mindent. Teljesen természetes, ha most kínainak tűnik, hisz még soha nem csináltad. De ahogy egyre beljebb jutsz a tanulásban, a megértésed egyre nagyobb lesz. Egyszerűen itt csak leírtam a munkafolyamatokat, ami értelmet nyer, amikor elkezded összerakni a rendszert.

Van egy fontos dolog! Nem kell egyszerre megérteni az egészet! Elég mindig csak folyamatot érteni és elvégezni. Az a félelmetes, hogy napról napra egyre többet fogsz tudni. Ha majd visszanezel csak egy hónap után, ahogy elkezdted a tanulást, nem fogsz magadra ismerni. Én ezt úgy éltem meg, hogy egy év alatt annyit tanultam, mint előtte nyolc alatt! Ráadásul azzal a tudattal, jövőképpel élek, hogy ezzel a tudással biztos jövőm lesz! Ez a dolog pedig rád is érvényes lehet!

## 26. fejezet

# A rendszered automatizálása

Egy idő múlva lehetségessé válik az is, hogy akár teljesen automatizálni tudod a rendszeredet. Persze felmerül a kérdés, hogy miért nem lehet rögtön, azonnal automatizálni? A válasz egyszerű. Azért, mert szükséges elegendő értékes tartalommal rendelkezned, ami már döntést tud egy érdeklődőből kiváltani. Tehát például a blogodon amikor van minimum 30-50 bejegyzés, akkor már ha azok jól vannak megírva, akkor bármiről is írsz, az már elegendő információ a döntéshez. Ez nem azt jelenti, hogy itt hátradőlhetsz, ez csak a minimum mennyiség az automatizáláshoz. De ha folyamatosan érdeklődést akarsz kiváltani, akkor legalább heti bejegyzést illik feltenni.

Ha kevesebb időd van, de szeretnéd az üzletedet online működtetni, akkor ez lehet számodra egy kiskapu. De az igazi kiskapuról a következő fejezetben fogok beszélni. Amikor kész a rendszer, megvannak a bejegyzések, és a hírlevélküldő is fel van töltve a hírleveleiddel, akkor alkalmas arra a rendszered, hogy automatán működjön, megfelelő feltételek mellett.

Megfelelő feltételekhez viszont fizetett hirdetések kellene. Erről írtam már, és most nem fogom ezt részletezni, hogy hogyan kell egy hirdetést feladni. Az automata módhoz természetesen a hirdetéseknek folyamatosan kell futniuk. Ez elég ijesztő lehet, mert most azt gondolod, hogy ez mennyibe kerülhet neked? Napi 3-5 dollárból ezt meg lehet valósítani.

Hát igen, az automatizálásnak ára van! Ha nem akarsz ennyit ráköltetni, akkor ezt munkával tudod kiváltani. Napi blogolásokkal és rendszeres megosztásokkal.

Amikor a hirdetéseid folyamatosan futnak, akkor folyamatosan lehetnek feliratkozód, akik persze végigmehetnek az előre megírt hírlevélsorozatodon, ami ha jól van megírva, akkor döntést tud az emberekből kiváltani, ami neked vásárlást vagy új csatlakozót jelenthet. Természetesen ennek a listának legalább hetente egyszer nagyon jó kiküldeni egy jól megírt levelet, mert ez segít a döntés meghozatalához.

Ilyenkor viszont van egy nagyon fontos dolog! Minden hírlevélolvasót vissza kell terelnünk a blogodra! Ezt két módon tudjuk megoldani. Az egyik módszer, hogy a teljes leveledet a blogodon tudja csak elolvasni. Ennek az a veszélye, hogy ha nem elég jó a hírlevél, akkor nem kattint rá, hogy a teljes leveledet elolvassa. De ez egy feladat, amit szerintem meg tudsz oldani.

A másik módszer egyszerűbbnek tűnik, itt viszont videókat kell csinálnod, és ahogy ezt már egy korábbi fejezetben is írtam, jól kell tudnod beszélni a videóban. Ha a videó nem jó, akkor a hatékonyságot nagyon le tudja rontani. Az a legjobb, ha te beszélsz a videóban, de megoldható az is, ha más emberek videóit rakod a hírlevélbe. Itt azért a felépítésnek is fontos szerepe van. Ha te hálózatépítő vagy, akkor tudnod kell a felépítés jelentőségét.

A lényeg a következő, ilyenkor kell lenni egy videónak is a hírlevélben. A legegyszerűbb, hogy kifényképezzük a videóképet és képként berakjuk a hírlevélbe. A kép mögé pedig berakjuk a blogbejegyzést, ahonnan a videó megnézhető. Lényegében ez egy videóhírlevél, de a videót csak a blogodon tudja megnézni az illető.

Miért fontos visszairányítani a feliratkozót a blogodra? Azért, mert további információt tud kapni. Itt jön be az, amit a fejezet elején írtam. Szükség van arra a 30-50 blogbejegyzésre, amit már felraktál

az oldaladra. Ezek nagyban segíthetnek abban, hogy a látogatódat meggyőzd arról, hogy vásároljon, vagy lépjen hozzád.

Persze van egy másik indok is, ami hosszú távon sok bevételt jelenthet neked. Ha állandóan visszairányítod a feliratkozóidat, akkor az forgalom a blogodon. Gondolj bele, amikor már van pár száz vagy akár pár ezer ember a listádon, akik akár napi rendszerességgel visszamennek a blogodra, akkor az a keresőkben való megjelenésedet nagyban elősegíti, hisz napi pár száz vagy akár ezer kattintás az egy nagyon komoly forgalomnak számít. Nyilvánvaló, hogy ez gyorsabban fog téged a találati listák elejére juttatni. Ha a blogodon vannak közösségi média megosztó gombok, lájk gombok, megosztás gombok, akkor az emberek amikor lájkolnak a blogodon egy bejegyzést, akkor az megjelenik a hírfolyamukban, ami persze újabb lehetőség arra, hogy idegenekhez eljusson az üzeneted.

Ez egy kis változtatás, de nagyon nagy különbséget jelenthet számodra. Ha most ezt összefoglalom, akkor a következőképpen néz ki ez a folyamat. Van már az oldaladon 30-50 bejegyzés. Természetesen össze van kötve a bannerokon, bejegyzéseken keresztül a feliratkozó oldaladdal. A hírlevelek be vannak állítva. Beállítod a Facebook hirdetéseket, amik folyamatosan futnak. Ennek hatására folyamatosan érkeznek a látogatók a feliratkozó oldaladra vagy oldalaidra.

A hírlevélolvasókat visszairányítod a blogodra, aminek hatására újabb megosztásokat kaphatsz, ami újabb forgalmat, újabb feliratkozókat eredményezhet neked. Ez a folyamat megy körbe-körbe, amit a Facebook hirdetések tartanak körforgásban. De ahogy írtam, heti egy blogbejegyzés, ami nem nagy feladat, még nagyobb hatékonyságot ad a folyamatnak.



Ne aggódj, ha ezt most még nem látod. De napról napra egyre jobban fogod érteni, és ami ennél is fontosabb: meg is tudod csinálni! Egy ilyen automatizált rendszer éjjel-nappal tud működni. Ha alszol, ha dolgozol, ha pihensz, nyaralsz, síelsz. Bármikor, bárhol tudod ezt a folyamatot működtetni, ami egy fantasztikus szabadságot adhat neked.

## 27. fejezet

### Kiskapuk bemutatása

Mi, magyarok természetünkönél fogva keressük a kiskapukat. Egész biztos vagyok abban, hogy ahogy ezt a könyvet olvasod, többször is azt gondoltad: jó ez persze, amit írsz, de nem lehetne ezt másképp is elérni? A válaszom igen! Van egy kiskapu, de ez is munkával jár. Sőt, az elején nagyobb munkával, mint az eddig leírt módszer. Ez egy kicsit kapcsolódik az előző fejezethez.

Itt is alap a 30-50 blogbejegyzés, hogy elegendő információt kapjon az érdeklődő. De hogy később még kevesebb munkával járjon, mint amit az előzőben írtam, itt van egy kis pluszmunka az elején. Ami különbség, hogy nem egy, hanem több feliratkozó oldalunk van. Lehet egy a termékre, szolgáltatásokra. Sőt még ezen belül is lehet több feliratkozó oldal.

Lehet egyet vagy többet az üzletre kialakítani. De most jön a trükk! Ha igazán hatékony akarsz lenni, akkor figyeled a történéseket, ami a világban történik, és reagálsz rá.

Hadd mondjak egy példát, hogyan reagáltam egy piaci változásra. Amikor a könyvet írom, pár héttel ezelőtt a svájci nemzeti bank bejelentette, hogy nem védi a forintot többet, és ezáltal a forint árfolyama óriásit esett a svájci frankkal szemben, de tulajdonképpen

más devizákkal szemben is. Ez katasztrofális hatással lett az emberekre.

Ez a devizapiacra is éreztette hatását, mert rengeteg ember elvesztette a pénzét. Olyan hirtelen történt ez a hatalmas kilengés a tőzsdén, hogy nem volt ennyi tartaléka rengeteg embernek a brókercégeknél, akik ezekre a devizapárookra spekuláltak. De nem csak azokat az embereket érinthette, akik benne voltak valamilyen pozícióba, hanem másokat is.

Ugyanis három nagyon neves bróker cég is belebukott ebbe az árfolyamkilengésbe. Tehát azok is veszthettek pénzt, akik nem is voltak épp semmilyen pozícióban. Ezt olyan embertől tudom, aki nagyon nagy pénzekkel van a Forex-piacon, de ebben az online marketing iparágban is.

Valójában ő inspirálta ennek a fejezetnek a megírását is. Mert ő pontosan így dolgozik, amit most írok éppen. Kiskapukat használ, és rengeteget keres online.

Szóval ez a barátom felhívott, és azt mondta, hogy most reagálj erre és csinálj egy értékesítési csatornát. Csináltam kettőt is. Egyiket konkrétan a Forex-piacon pénzt vesztkre optimalizáltam. Ők voltak a célközönség.

Miért? Mert attól még, hogy pénzt veszítettek, nem biztos, hogy nem online akarnak pénzt keresni. Sőt, egész biztos, hogy igen, de biztonságos megoldásokat keresnek. Én pedig ezeket a megoldásokat mutattam be nekik. Persze iratkoztak is fel szép számmal.

A másik új csatornát a svájcifrank-károsultaknak csináltam, lényegében ugyanazokat a megoldásokat bemutatva. Tehát

ugyanarra a csatornára, hírlevelekre lehet több feliratkozó oldalt beállítani, csak épp más hívó szóval.

Mi ebből a tanulság. Figyeld, mi történik a világban, politikában, és reagálj rá! Lehet, hogy egy hírlevélsorozatra fog menni minden feliratkozó, de más forrásból jön. Egy dologra törekedj, hogy a lehető legtöbb módon mutasd meg a megoldásodat a célpiacod számára!

Tehát az első különbség, hogy több feliratkozó oldalról jöhetnek a célközönségedből az emberek. Ugyanis nem mindenkre hat ugyanaz az információ. De több feliratkozó oldallal ez simán megtörténhet.

A másik változás, hogy itt legalább 15 levélből álljon a hírlevélsorozat, és persze a könyvben olvasott módszerekkel megírva.

Az előbb leírt módszerekkel megírt csatornát az előző fejezetben megírt módszerekkel folyamatosan célközönségre optimalizált Facebook hirdetésekkel kell megtámogatni. Ha így csinálod, akkor, ha már megvannak az alapinformációk a blogodon, és persze ugyanúgy a hírlevelekből az embereket visszairányítjuk a blogodra, mint ahogy az előző fejezetben írtam, akkor a folyamatos forgalom, ami a Facebookról jön, vásárlást és belépőket eredményezhet számodra.

Itt akár még kevesebb blogbejegyzéssel is eredményt tudsz elérni. De ha van rá módod, és valami újdonság van az ajánlatodban, akkor azért erről tájékoztasd a listádon lévő embereket.

Remélem, ez a fejezet egy kicsit megnyugtatót téged 😊

## 28. fejezet

# A Facebook hirdetéseid folyamatos felülvizsgálata

Amikor feladsz egy hirdetést, legyen az bármennyire zseniális, előbb vagy utóbb a határfoka csökken. Egy hirdetés tipikusan 4-5 hétnél tovább nem teljesít jól, legalábbis ugyanazon a szinten. Márpedig az előző két fejezetben leírt módszerek pont igénylik ezt a folyamatosságot, mert természetesen folyamatosan szeretnénk bevételt termelni magunknak.

Ilyenkor érdemes átdolgozni a hirdetést vagy új hirdetést feladni. Lehet a hirdetés képét lecserélni, vagy akár a szöveget átdolgozni. Van mód arra, hogy hasonló hirdetést adjunk fel. A Facebook erre ad lehetőséget. Ez azért hasznos, mert minden beállítás megmarad, de a szöveget, képet kicserélheted, vagy akár egy teljesen új hirdetést is feladhatsz.

Egy a lényeg. Mindig kövesd és figyeld, hogyan teljesítenek a hirdetéseid. Az előző fejezetben a kiskapuknál említettem, hogy figyeld, mi történik az országban, a világban, és reagálj rá. Ez igaz a hirdetéseknel is. Természetesen egy teljesen új szituációra is rá tudsz hirdetni. Ezek mindig jól működnek.

Érdemes több képet is kipróbálni, mert sokszor egy képcseré is óriási különbséget jelenthet. Nem tudom azt ígérni, hogy egyből profi leszel ebben, de egyre jobb leszel. Ha figyeled, teszteled, hogyan reagálnak, akkor egyre jobb hirdetéseket fogsz feladni, amire persze jobban reagálnak. De erre is érvényes, mint az összes munkafolyamatra, hogy gyakorlatban szerzed meg ezeket a képességeket.

Ne várj arra, hogy egyik napról a másikra profi leszel, mert ez nem így működik. De ha kitartó vagy és tanítható, akkor sokkal előbb leszel profi, mint azt valaha gondoltad volna magadról.

## 29. fejezet

### Hogyan kezeld azokat, akik érdeklődnek, rád írnak vagy akár felhívznak?

Erre azt gondolhatod, hogy mit kell ezzel ennyit problémázni? Felveszem a telefont, beszélek az érdeklődővel és kész. Ez nem ennyire egyszerű. Persze mondhatod erre, hogy ennél nagyobb gondod soha ne legyen. ☺

Amikor felhívznak, rád írnak, akkor is nagyon fontos, hogy itt is problémamegoldónak kell lenned. Ha mondjuk felhív valaki, akkor kérdezd meg, miért szeretne belépni hozzád. Egyszerűen azért, mert sokkal egyszerűbb dolgod lesz, ha tudod, mi a célja, mert ilyenkor mindenképpen te irányítasz, és itt már be tudod vetni az offline kommunikációs tudásodat is, ha van ilyen. Itt tudsz kifogásokat kezelni. Az is igaz, hogy nem igazán van kifogás, hisz ezeket az embereket érdekli az ajánlatod.

Itt igazán már az a feladatod, hogy döntést hozzon az illető, méghozzá azonnal! Amikor engem valaki felhív, akkor igyekszem lezárni az illetőt. Az esetek nagy részében sikerül is. Viszont az is előfordult, hogy lebeszéltem, hogy belépjen. Erre mondhatod, hogy mit csináltál? Elgurult a gyógyszered? Azért dolgozunk, hogy belépők legyenek, te pedig lebeszéled?

Igen, mert a célom, hogy olyan emberekkel dolgozzak, akik tényleg sikert akarnak elérni. Volt olyan, amikor az érdeklődővel eltöltött

beszélgetés alapján kiderült, hogy annyira alacsony volt az önbecsülése, hogy borítékolható volt a kudarc. Nem akartam, hogy ez egy újabb kudarc és pénzvesztés legyen. Ritka az ilyen eset, de azért ez is előfordulhat.

Viszont egy olyan ember, aki végigment az értékesítési csatornádon, sokkal többet tud már, mint egy átlagos jelölt. Ő már tud olyan információkat, amiket a legtöbb kezdő üzlettárs nem! Ez nagyon gyors indulást jelenthet a jelöltnek. A lényeg az, hogy ha jól írtad meg a hírleveleket a termékekről, szolgáltatásokról, cégről és kompenzációs tervről, akkor a jelölted meglehetősen tájékozott lehet.

Nagyon könnyű lezárni egy érdeklődőt. De ne csodálkozzunk, mert pont ez volt a célunk. Ezért ez egy teljesen természetes dolog, ami veled meg fog történni, ha jól promótálod az üzletedet, és ahogy telik az idő, úgy egyre több érdeklődő lehet, amiből persze belépőid is lesznek. A tapasztalat azt mutatja, hogy ez annyira sikeres lehet, hogy akár naponta lehetnek új belépőid és vásárlóid. Akár több is lehet naponta! Ez elképesztő szám, mert egy átlagos offline üzletben, ha valakinek van egy hónapban két belépője, az sztárnak számít. Neked ez a szám akár naponta is megtörténhet!

## 30. fejezet

### Jó-e az neked, ha az üzlettársaid iratkoznak fel a hírleveleidre?

Először amikor velem megtörtént, akkor meglepődtem, hisz alapvetően jelölteknek szántam az üzeneteimet. De rájöttem, hogy ez hasznos lehet, mert végül is ezzel is képezem az üzlettársakat. Amikor becsatlakozik hozzám valaki, akkor mindenkinek elmondom, hogy nyugodtan keressenek, írjanak, hívjanak. De sokan persze nem teszik meg.

Én pedig nem vagyok az a típus, aki noszogatja az üzlettársakat. Nem búgócsigázok senkit. Aki keres, annak tudok segíteni, aki nem, az nekem olyan, hogy neki nem kell segítség, ezért nem hív. Hála istennek, épp elég üzlettársam van, aki viszont rendszeresen hív engem. Ezért én kifejezetten örülök, hogy üzlettársak feliratkoznak több szempontból is.

Először is: ezek a hírlevelek, videók képzik őket. Tehát megkapják az infót akkor is, ha nem keresnek engem. De ami ennél is fontosabb, hogy látják, én mit csinálok és hogyan csinálom. Tehát azt látják, hogy nemcsak tanítom ezt a dolgot, hanem csinálom is. Ezért elkezdik másolni azt, amit teszek, és nem azt, amit mondok.

Ez egy fontos dolog, hogy a másolódás csak így működik. Csak a legjobban tanítható emberek teszik azt, amit mondasz. A többség csak azt másolja, amit csinálsz. Elkerülhetetlen előbb vagy utóbb, de az üzlettársaidnak ez megtetszik, és meg fogják kérdezni, hogy ők is dolgozhatnak-e így? Erre mit fogsz mondani? Jobban teszed, ha azt mondod, hogy igen!

Nem tudod a fejlődést visszafogni, és nem is tanácsos.

Elkerülhetetlen, hogy ez be fog következni, amit eddig olvastál. A kérdés csak az, hogy úttörő leszel, te leszel elől, téged követnek és te leszel előnyben? Én eldöntöttem valamit. Én leszek elől és én úttörő leszek. Ez persze azt jelentette, hogy kaptam kritikát rendszeresen: Ez nem működik és nem is fog működni. Én bebizonyítottam, hogy működik és épp ezért már követnek is.

Mivel csinálom is és eredménye is van, ezért az üzlettársak árgus szemekkel nézik, hogy én mit teszek és hogyan teszem. Ilyenkor nagy a felelősség, te követed a módszereket, vagy a saját fejed után

mész. Egy ilyen új területen elengedhetetlen, hogy kövesd a profik módszereit, mert ellenkező esetben a kudarc borítékolható.

Ez persze most nemcsak az online módszerekre igaz, hanem minden üzletre érvényes. Minden üzletnek megvan a maga módszere, kommunikációja. Vannak lépések, amiket meg kell tenni, és vannak olyan ismeretek, amiket el kell sajátítani a sikerhez. Márpedig ha te ezek szerint dolgozol, akkor ezt látják az üzlettársak, mert a blogodon és a hírleveleidből világosan kiderül. Miközben az üzlettársaid téged néznek, hogy hogyan kommunikálsz, egyrészt megtanulják az ismereteket, másrészt látják, hogy te követed a bevált módszereket.

Tehát valójában terjeszted az üzleted, és mint egy mellékhatásként képzod a munkatársaidat, és ez mindenképpen hasznos.



## 31. fejezet

# Az internetes kommunikáció legnagyobb előnye

Amíg ahhoz, hogy jelentős eredményt elérj, legalább évi 300-500 prezentációt kell tartani. Itt rögtön meg is van a válasz, hogy a legtöbb ember miért nem lesz sikeres offline módszerekkel. Persze arra is megvan a válasz, hogy aki megcsinál ennyi prezentációt, az sem a véletlen műve, ha gyémánt lesz a saját üzletében. Nekem ez volt a recept 2 üzletben is. Így lettem gyémánt és Tripla Gyémánt is.

De minden egyes elmondott prezentáció eltűnt az éterben. Tehát egy 1 évvel ezelőtt elmondott prezentációnak ma nincs hatása senkire. Nem lép be senki ma az 1 évvel ezelőtti prezentációmra. Ez egy kicsit a lyukas vödör effektusra hasonlít. Folyamatosan kell csinálni, ha növekedni akarunk. Mert ebben az univerzumban valami vagy növekedik, vagy csökken. Nincs stagnálás.

Mi a helyzet az internetes kommunikációval? Ha én is csinállok egy évben 300-500 blogbejegyzést, akkor az megmarad, és nem tűnik el! Tehát összeadódik a munkánk és az eredmény exponenciálisan növekedhet!

Velem megtörtént már többször, hogy több mint egy éve megírt bejegyzésekre, videómra reagáltak és erre léptek be. Nem tudni ugyanis, hogy mire keresnek rá. Persze ezt megpróbálhatjuk kitalálni, de azért minden ember fejébe nem láthatunk bele. Ezért ajánlott mindenről írni, ami csak a fejedben van.

Nagyon sokszor előfordult már, hogy nem volt különösebb témám, csak egyszerűen leírtam, elmondtam azt, ami a fejemben volt. Persze itt alapvetően más szavak vannak leírva, ami lehet, hogy

teljesen más keresésre kerül elő. A blogolás nem mindig kell, hogy szóljon az üzletünkről, termékünkről.

Ne felejtsük el azt az MLM-alapelveket, ami arról szól, hogy emberek emberekhez csatlakoznak és nem feltétlenül üzletekhez. Gondolj bele, amikor offline dolgozol, akkor van esély arra, hogy megismerjenek. Amikor megkedvelnek, akkor nagyon sokszor belépnek úgy, hogy nem is igazán értik még az üzletnek a prezentációját.

Személyesen többször hallottam már, hogy nem is értettem, miről van szó, de hát a Béla annyira szimpatikus volt, hogy nem érdekel, mivel foglalkozik, én vele akartam dolgozni. Rengeteg ilyen példát láttam már. Itt mi is történt tulajdonképpen? Az illetőt megismerték annyira, hogy becsatlakozzanak hozzá.

Pontosan ezt kell elérnünk online is! Ezt pedig csak úgy lehet, ha megismerhetővé teszed magad. Erre a blog a tökéletes megoldás! Úgyhogy ne aggódj, ha nem jut eszedbe semmi az üzletedről és termékedről. Kezdj el írni, és írás közben eszedbe jutnak dolgok. Most hogy ezt a könyvet írom, pontosan ez történik velem. Nem tudom mindig, hogy mi lesz a következő mondat feltétlenül. Van a fejemben egy sztori, de írás közben rengeteg dolog jut az eszembe.

Pontosan ez fog történni veled is. Bármiről is írsz, bármi is jut eszedbe, mindig valahogy össze tudod kötni az ajánlatoddal. Leírhatod, hogy mi történik veled. Ha nyaralsz, síelsz, kirándulsz, és eszedbe jutott valami, leírhatod, sőt csinálhatsz a telefonoddal egy rövid videót is, ami nagyon hatékony tud lenni.

Egy a lényeg, ne aggódj hogy nincs mit írni, nagyon hatékony, ha valami sztorit írsz le, ami veled történik, és ezt kötöd össze, mint valami tanulságot, az üzleteddel. Egy a lényeg. Meg tudjanak ismerni

eléggé ahhoz, hogy belépjenek hozzád az üzletedbe. A sztorik mindig érdekesekek, sőt eladnak, meg a tények egyszerű felsorolása roppant unalmas tud lenni. Legalábbis annyira, hogy elhagyják a blogodat.

Ezek a kommunikációk összeadódnak, és minél több írásod, videód van fent, annál könnyebb téged megtalálni és megismerni. Itt minden egyes eltöltött perc meg fogja érni, ha nem unalmas és száraz. Legyen elbeszélő jellegű, mint akár egy regény. Vidd bele az olvasódat egy olyan világba, ami számára előnyös lehet. Ezt pedig a sztorikkal könnyű elérni. Ezért fontos, hogy beszélj magadról, és történeteken keresztül mutasd meg a termékedet, üzletedet és saját magadat is.

## 32. fejezet

### Az MLM szakma megtisztulása

Első és legfontosabb dolog az, hogy ennek a szakmának meg kell tisztulnia, és nem szabadna arról szólni, hogy folyamatosan olyan embereket hívogassanak emberek, akiket nem érdekel ez a szakma. Teljesen elavult elképzelés az, hogy írj le mindenkit, hívj meg mindenkit, mutasd meg mindenkinek az üzletet, és majd ő eldönti, hogy érdekl-e avagy sem. Ha meg nem érdekl, akkor vevő lesz belőle.

Na, ez jól hangzik, csak az a baj, hogy az emberek leírnak egy névsort, és egész biztos, hogy szelektálni fognak. Nem merik meghívni az ismerősöket, főleg az első 3-5 visszautasítás után. Kiket hívnak meg? Akiket könnyű. Tipikusan ők lesznek a sikeres emberek az MLMben? Nem! Nagyon nem!

Sokszor a békesség kedvéért eljönnek, vagy úgy jönnek el a bemutatóra, hogy nem tudják, mire jönnek el. Rengeteg konfliktus alakult ki ebből már az elmúlt húsz évben. Barátságok mentek tönkre ilyen dolgok miatt. Ennek szerintem így nincs értelme.

Lássuk be, a tárgyalások nagy része főleg az elején, felesleges időpocsékolás és konfliktus forrása. A tény az, hogy bármely sikeres hálózatépítőt megnézünk, kikből áll a frontvonala, azt vesszük észre, hogy olyanokból 90%-ban, akit előtte nem ismert. Mégis ezek az emberek hogyan kerültek be az üzletükbe? Úgy hogy megismerkedtek, elkezdtek beszélgetni. Kialakult egy kommunikáció, hogy ki mivel foglalkozik, és amikor előjött, hogy az illető valamilyen üzletet épít, akkor ezek az emberek érdeklődést mutattak.

Tehát nem lett semmiképpen lenyomva az üzlet a torkukon, hanem ők akarták azt megtudni. Tehát ez a hagyományos írd le az

ismerőseidet, hívd meg őket nagyon rossz hatásokkal működik. Emiatt hagyta abba az emberek nagy része ezt a szakmát. Mert egyszerűen sokszor kényelmetlen és kellemetlen szituációkat vonz nagy részben.

Mi a hasonlóság az előbbi történetben és az online marketing használata között? Az, hogy olyan emberekkel osszuk meg az üzletet, akiket valamilyen szinten érdekel. Az előbbinél személyes találkozáskor derült ki és az esetek döntő többségében nem azonnal! Tehát volt egy kis ismerkedési szakasz. Az illető hálózatépítő elérte azt, hogy a jelölt érdeklődjön. Pontosan ezt tudjuk elérni a valódi online hálózatépítésben, csak egy kicsit másképp.

Online ezt úgy érzük, el hogy megtanuljuk és alkalmazzuk azt a módszert, amivel a megoldást kereső ember megtalálja azt, ami az ő problémájára megoldás, és ezért megveszi a termékünket, szolgáltatásunkat és belépnek hozzánk.

A jó hír az, hogy több ilyen ember van, mint amennyire neked szükséged van a sikerhez. A feladatunk annyi, hogy létrehozzunk egy olyan rendszert, amit ha megtalálnak, akkor az automata része le is tájékoztatja az érdeklődőt. Ezt a fajta módszert alapvetően kétfajta módon tudjuk használni.

Az első, ha csak jelöltkutatásra használjuk. Így a rendszer leválogatja a komoly érdeklődőket a komolytalanoktól. Tehát ha ilyen emberekkel tárgyal valaki személyesen, akkor világos, hogy a tárgyalások nagy része sikeres lesz. De ha nem is lépnek be, vagy vásárolnak, semmiképpen nem lesz negatív, kellemetlen tárgyalás, ami frusztrációt okoz. A baj az, hogy normál esetben sokkal több a sikertelen tárgyalás, mint a sikeres. Amit csak nagyon kevés ember tud feldolgozni lelkileg.

De ha elő vannak válogatva, szűrve a jelöltek, akkor ez egyszerűen nem történhet meg! Ráadásul az ilyen jelöltek végtelen számban jöhetnek az automata rendszerünkből!

A második megoldás, ha valaki teljesen vagy részben, de online akar dolgozni. Én 100% online alkalmazom ezt a módszert. Ez úgy történik, hogy megtalálják az ajánlatomat a blogomon, vagy Facebook hirdetésekén keresztül a feliratkozó oldalamról. Ezek az emberek átmentek az értékesítési csatornámon. Ezeknek jó része felhívott engem és a kérdéseik után beléptek.

Persze egy jó részük teljesen önállóan becsatlakozott, ami azért nem igazán volt jellemző előtte. De hogyan lehetséges ez? Úgy, ahogy a könyv elején írtam, hogy meghatároztam a célközönségemet. Tudom, ismerem a célközönségem problémáit. Továbbá a megoldást fel is ajánlottam a hírleveleken és a blogbejegyzésen keresztül. Voltak emberek, akiknek kevesebb, de olyan emberek is voltak, akiknek több információra volt szükségük a döntéshez.

A kommunikációt történeteken keresztül problémamegoldó módban kell megtenni. Mindeközben meg kell, hogy ismerjenek bennünket. Az emberek azt tesztelik, hogy mennyire vagyunk komolyak. A komolytalan emberek soha nem fognak ilyen rendszereket felépíteni. Nem fognak tanulni és offline fognak kommunikálni az online világban csak tények felsorolásával.

Tudat alatt ezt tudják már. Viszont ha te a tanultak alapján fogsz kommunikálni, akkor te különbséget fogsz jelenteni a célközönséged számára. A lényeg, hogy téged észre fognak venni! De persze kommunikáljunk folyamatosan, főleg az első 90-120 napban. Ez nagyon meghatározó lehet. Később már a kevesebb kommunikációnak is megvan a hatása. De ki kell jönnünk az ismeretlenségből. Ezért kell az elején többet kommunikálnunk.

Fontos továbbá: ahhoz, hogy a jövőben is folyamatosan tudjunk pénzt keresni, feltétlenül szükséges az internetes jelenlét. Fontos, hogy ha már megtaláltak minket, a megfelelő információt megkapja a jelölt méghozzá automata módon. Ebben a könyvben ezt próbáltam leírni neked. Természetesen írott formában nem lehet mindent tökéletesen érthetően fogalmazni.

Ezért hoztam létre azt a tanfolyamot, amiben mindent részletesen videókon keresztül be tudok neked mutatni. Ezeket a tanfolyamokat, illetve a tanfolyamról szóló ismertetőt ezen az oldalon tudod megnézni: [www.onlineprosperityakademia.hu](http://www.onlineprosperityakademia.hu)

Remélem, tudtam neked segíteni, illetve betekintést kaphattál ebbe az online világba, ahol olyan kapuk nyílhatnak ki, amiknek a létezéséről sem tudtál! Itt megtörténhetnek azok a dolgok veled, amik az offline világban eddig nem sikerültek.

## 33. fejezet

# Személyes online coaching tapasztalatok

Amikor ezt a könyvet írom több dolog is történt velem. Úgy gondoltam, hogy a 32. fejezet lesz az utolsó, de ez az a terület, ami folyamatosan fejlődik, és mindig történik valami. Több mint 100 ember vette már meg az Online Prosperity Akadémia tanfolyamomat. Itt két tanfolyam elérhető. Az egyik hálózatépítőknak a másik vállalkozóknak.

Mind a kettőnek a célja az, hogy egy olyan rendszert építsünk fel, ami automata vevőgeneráló. Ami képes vevőket és csatlakozókat szerezni az internetről. Vannak, akik maguktól megcsinálták a saját rendszerüket a tanfolyam alapján.

Viszont az emberek többsége nem kezd neki magától. Rengeteg vevő azt mondta, hogy inkább fizetnek, csak mutassam meg a gyakorlatban, és csináljuk meg a rendszert együtt. Én ezt megoldottam és létrehoztam a személyes online coachingot. Már jó páran elvégezték ezt és létrehozták a segítségemmel a teljesen egyedi rendszerüket. Jó pár ember rendelkezik saját értékesítési csatornával, amit előtte elképzelhetetlennek tartott.

Nemcsak hogy rendelkeznek értékesítési csatornával, hanem belépők és vevők is vannak már az üzletükben. Legtöbben közülük szinte semmit nem tudtak a blogszerkesztésről. Teljesen ismeretlen volt a terület. Most pedig saját rendszert működtetnek, és olyan dolgot csinálnak, amit el sem tudtak képzelni magukról.

Elképesztő volt látni, hogy egy ember néhány hét alatt hova tud fejlődni ennek az ismeretnek a megtanulásával és alkalmazásával.



Ezeket csak azért írom le, mert te most lehet, hogy azt gondolod, hogy oké, ez jó és jól is hangzik, de én erre képtelen vagyok. Először is ez nem igaz. A tanítványaim között több 70 év feletti ember van. Van olyan, akinek a lábát levágták betegség miatt. De van értékesítési csatornája és van belépője belőle!

Úgy gondolom, hogy ezt te is meg tudod csinálni. Ha a könyv után szeretnél több információt, akkor vásárolj meg az Online Prosperity Akadémia tanfolyamot. Ezt eléred a [www.acszoltan.hu](http://www.acszoltan.hu) vagy a [www.onlineprosperityakademia.hu](http://www.onlineprosperityakademia.hu) oldalon. Ha ezt követően szeretnél személyes online coachingot, akkor ezt is elérheted. Remélem, ez a könyv felkeltette az érdeklődésedet az online hálózatépítés iránt és te is lehetségesnek tartod azt, hogy ezt meg tudod csinálni.

## 34. fejezet

### Egy váratlan fordulat, ami bebizonyította, hogy a valódi online hálózatépítés mindenhol működik

Amikor elkezdtem ezt a könyvet írni, akkor ezt a technológiát csak egy affiliate marketingüzletre használtam. Technikailag persze ide is embereket hozunk be, de sokkal inkább direkt eladás ez, mint hálózatépítés. De ha a lényegre nézzük, persze igen, ide is embereket kell behozni. Ezzel a módszerrel, amit itt megismerhettél, egy év alatt 150 embert hoztam be. Ez nyilvánvaló jó eredmény, de ez lehetne még sokkal jobb is.

Viszont vágytam rá, hogy ezt a tudást, egy MLM-üzletben is kamatoztathassam. Meg is történt. Megtalált egy üzlet. Négy különböző külföldi ember is megtalált vele, és csak a negyediknek mondtam igent. Ezek közül mindenki sikeres lett. Ez valójában sokkolt egy kicsit engem, mert általában ez nem így szokott lenni.

Eldöntöttem, hogy ezt én is felépítem. Viszont mindezt természetesen online akartam megvalósítani. Neki is álltam, de persze rendszert építettem előtte, hogy akik bejönnek, megtalálják az információkat. Amit a könyvben leírtam, mindent megcsináltam. Létrehoztam az értékesítési csatornámat, és elkezdtem blogolni az üzletemről.

100% online, semmi offline tárgyalás nem volt. Szó szerint ki se mozdultam a házunkból. Az első hónapban 47 ember jött be frontra.

Nagy részüket nem ismertem. Maguktól léptek be! Volt olyan nap, amikor 6 ember lépett be frontra. A hónap végére a létszám 188 fő volt. Mivel bináris az üzlet, akkor kezdtem, amikor az erőlábon már volt 41 ember. Kevesebb, mint 1 hónap alatt megfordítottam a lábat.

Mindezt teljesen 100% online tettem meg pontosan a könyvben ismertetett technikákkal. De nem csak én tudtam ezt megtenni, hanem több olyan ember is, aki szintén ezt tanulja.

Mi a következtetésem? Az, hogy ezekben az években és a jövőben már hatékonyabb, költségkímélőbb módszer ez, mint a hagyományos offline módszer. Felmerült bennem, hogy ugyanezt sikerült volna offline is megtennem? Kizárt dolog, hisz a frontjaim nagy részét nem is ismertem! Ők megtalálták az információt és maguktól döntve beregisztráltak.

Ez vár rád is, ha alkalmazod ezeket a technikákat. Természetesen mindent nem tudtál meg ebből a könyvből. De azt gondolom, hogy most már van elképzelésed, hogy hogyan működik a valódi online hálózatépítés. Ha tovább akarsz tanulni, természetesen van mód erre is. Vannak tanfolyamok, amiket te is el tudsz végezni. Igénybe

veheted a személyes coachingomat. A lényeg, hogy indulj el ezen az úton, mert erre megy a világ.

Légy előnyben a többi emberhez képest. Ne szenvedj tovább és ne zaklasd az ismerőseidet. Találd meg inkább azokat az embereket, akiket érdekel a te üzleted és szívesen dolgoznának veled.

## 35. fejezet

### Összefoglalás

Lehet, hogy úgy érzed magad most, hogy még jobban össze vagy keveredve, mint a könyv olvasása előtt. De azt gondolom, hogy rájöttél, hogy a valódi online hálózatépítés más, mint amit eddig gondoltál. Az okostelefonok idejében, akkor, amikor az emberek 24 órán keresztül online vannak és keresik és nézik az információt, te nem engedheted meg magadnak, hogy ne legyél fent a neten és téged ne tudjanak megtalálni.

Persze megteheted, de nem túl bölcs dolog. Amióta működik a hálózatépítés, a tehetséges, jól kommunikáló, jó megjelenésű emberek lettek sikeresek. Ez nem feltétlenül lesz így a jövőben. Azok lesznek sikeresek, akik először is megtalálhatóak, akiknek van online rendszere. Nem kérdés, hogy az embereknek ez az igénye, hogy online akarnak pénzt keresni. Márpedig ha te nem tudod ezt az igényt kielégíteni, veszíteni fogsz azokkal szemben, akik ki fogják elégíteni az emberek igényeit. Persze tudom, hogy ez más, mint amit eddig tanultál. Megnyugtatlak, nem kell elfelejteni azt, amit megtanultál eddig, de tudnod kell, hogy a jelenben és a jövőben fog működni a hálózatépítés.

Nem kérdés, hogy az offline hálózatépítés működni fog a jövőben is, de kétségtelen, hogy az online hálózatépítésé a jövő. Ha igazán nyertes és verhetetlen akarsz lenni, akkor a legjobb az, ha tudod az

offline és az online hálózatépítés módszerét. Ha ezt te megtanulod, akkor verhetetlen leszel és biztos kiszámítható jövőd lesz!

Ez a könyv csak egy bevezetést adott neked, és azt, hogy tudd, hogy egyáltalán létezik ez a módszer. A tanulás csak most kezdődik. Viszont ez gyorsabb lesz, mint amit eddig valaha tanultál. Olyan, mint az internet. Gyors. Sokkal gyorsabb, mint amilyen húsz éve volt.

Azt ajánlom, ha mélyebben meg akarod ismerni ezt a módszert, akkor végezd el az Online Prosperity Akadémia alaptanfolyamát. Ezt eléred itt: [www.onlineprosperityakademia.hu](http://www.onlineprosperityakademia.hu) és a [www.acszoltan.hu](http://www.acszoltan.hu) oldalon. Ezt követően még személyes online coaching keretében tudsz tanulni tőlem, és segítek a rendszered felépítésében. Ez egy nagyon nagy kaland, amit soha nem fogsz elfelejteni, és bárhova is sodor a sors, bármilyen üzletben is leszel, erre szükséged lesz előbb vagy utóbb. Szerintem jó ötlet előbb megtanulni, hogy piaci előnyben légy és óriási nagy nemzetközi hálózat tulajdonosa legyél. Ehhez kívánok sok sikert Neked. Remélem, tudtam segíteni!

Tisztelettel:

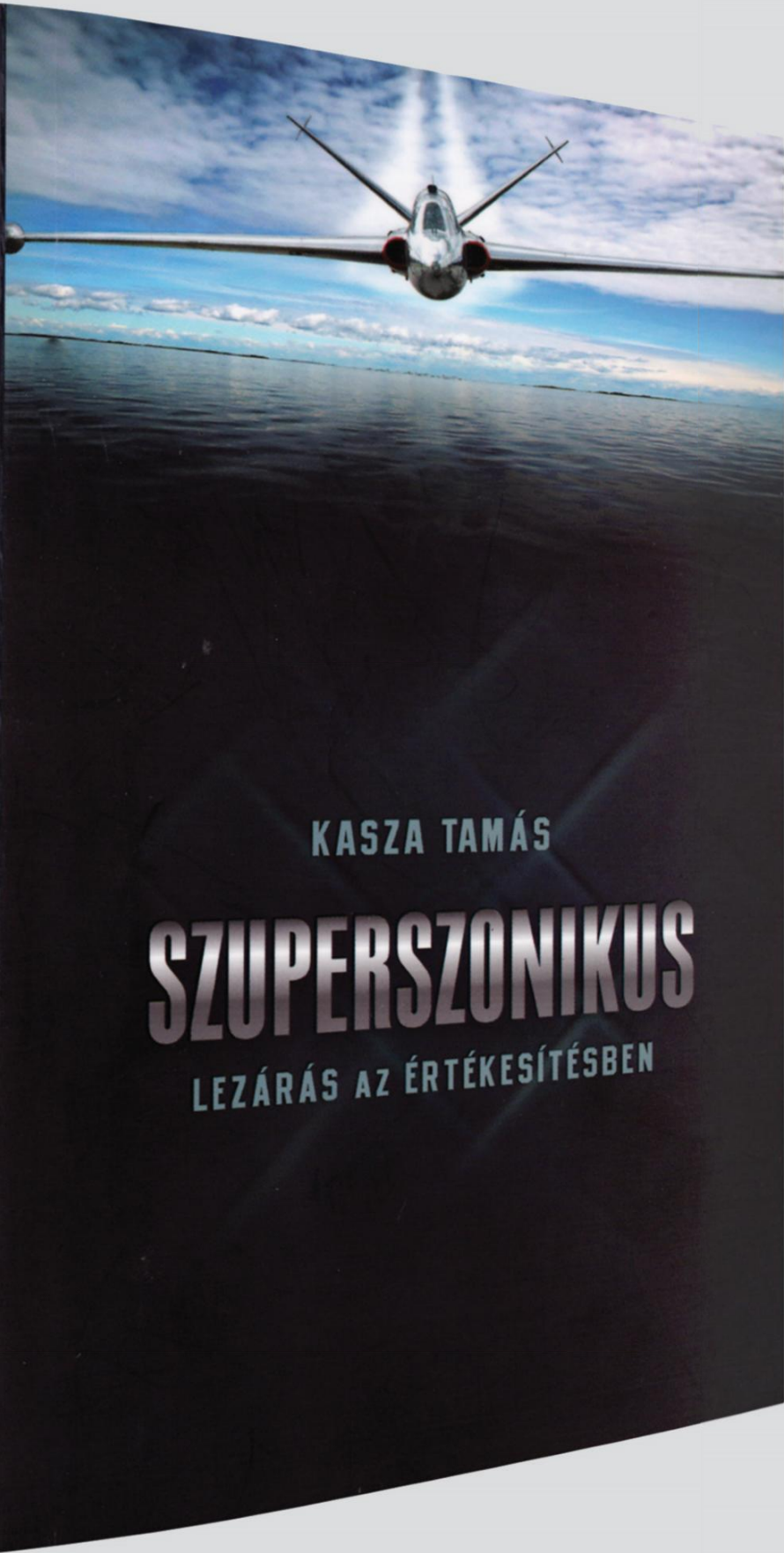


Ács Zoltán

Online Ügyfélszerzési Specialista



KASZA TAMÁS - SZUPERSONIKUS LEZÁRÁS AZ ÉRTÉKESÍTÉSSEN



KASZA TAMÁS

# SZUPERSONIKUS

LEZÁRÁS AZ ÉRTÉKESÍTÉSSEN

# **A lezárás teljes elméleti és gyakorlati megértése.**

Értékesítőknek, MLM-eseknek, belső trénereknek, értékesítési vezetőknek, cégvezetőknek.

A tudatosság kialakulása a modern lezárással kapcsolatban.

Bevétel növekedése 15%-500%-ig három éven belül.

(Cégfüggő. A 15% garantált.)

## **2 napos SZUPERSZONIKUS KÉRDEZÉSTECHNIKA**

ANYAG:

A GYORSÍTÓ SÁV, NYÍTÓ KÉRDÉSEK,  
KIFOGÁSKEZELÉS, ZÁRÓ KÉRDÉSEK

## **2 napos SZUPERSZONIKUS TÁRGYALÁSFELÉPÍTÉS**

A 24 MONDAT

AZ EGYETÉRTÉSEK MESTERE

ANYAG:

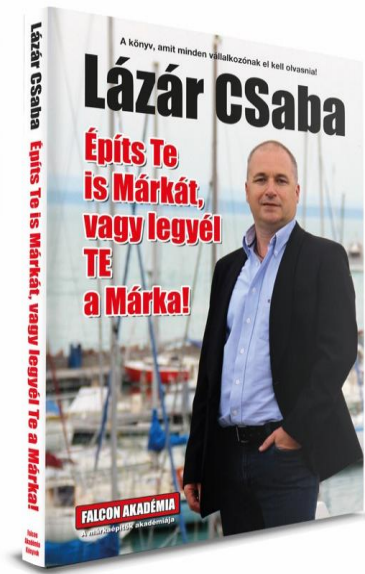
(5 PONT, 24 MONDAT, 15 KULCSSZÓ)

## **2 napos ROM SKÁLA TÁRGYALÁSTECHNIKA**

(A PROFI TÁRGYALÓ)

[www.lezarasspecialista.hu](http://www.lezarasspecialista.hu)

## Néhány szó Lázár CSabáról



A Márkaépítés Szakértője, az „Építs Te is Márkát, vagy legyél TE a Márka” című könyv írója. 1990 óta nagy sikerrel, és egyedülálló módszereivel segíti a vállalkozókat, hogy ők maguk, cégük, termékük ismert, népszerű és sikeres legyen, hogy márkát tudjanak építeni saját maguk, cégük vagy termékük nevéből, s ezáltal elérjék céljaikat, és azokat a célokat, amelyekről álmodtak.

Már húszévesen piacvezetővé tette saját vállalkozását, módszereit alkalmazva csapatával több országos eladási rekordot is megdöntött. Sokan ma is egyfajta csodaként emlékeznek vissza azokra az időkre és teljesítményekre.

Dél-Afrikától New Yorkon keresztül Los Angelesig bejárta a világot, és gondosan tanulmányozta és tanulta a Márkaépítést, avagy ahogy Amerikában azt elnevezték: a BRANDING titkos módszereit. 2000ben Los Angelesből, Hollywoodból hazatérve létrehozta a FALCON AKADÉMIÁT, ahol egymás után bontanak szárnyat a márkaépítők, hogy Cégük, Termékük nevéből, s ha szeretnének, Saját nevükből építsenek Ismert, Népszerű és Sikeres Márkát!

Mára hazánkon kívül az Egyesült Államokban, Angliában, Németországban, Dániában és Szlovákiában is sikerrel alkalmazzák módszereit.

*Mikor gondoltál először arra, hogy meg kellene tanítani az embereket arra, amit tudsz?*

Nem sokkal 20 éves korom után sikeres karriert futottam be az üzleti életben, és elkezdett foglalkoztatni, hogy a környezetemben élők közül ezt miért nem tudják elérni. Sok hosszú, barátaimmal folytatott beszélgetés után rájöttem arra, hogy miben vagyunk mások. Ezután bejártam a világot, és ugyanezt tapasztaltam: Mindenhol voltak sikeres és kevésbé sikeres emberek.

Hazaérkezve az Egyesült Államokból egyre több barátom kérte a tanácsaimat és a segítségemet, és arra gondoltam, hogy szervezett formába öntöm ezt a segítséget, és megalapítottam a FALCON AKADÉMIAÁT, ahol vállalkozóknak segítek abban, hogy elérhessék céljaikat, és sikereiket magasabb szintre emelhessék.

*Szerinted mennyire fontosak az online felületek?*

A számítógép, és az Internet ma már olyan eszközök és területek, ami nélkül a tartós siker egyszerűen elérhetetlen. Hogy mennyire fontos? Létfontosságú. És azok, akik profik benne, olyan előnyre tesznek szert a többiekkel, azokkal szemben, akik nem használják professzionálisan, ami behozhatatlan. Hiszen ezeken a felületeken ismernek meg bennünket, cégünket, szolgáltatásainkat. Szeretném a könyve első fejezetet megosztani a kedves olvasóval abban a reményben, hogy hasznos gondolatokat fog találni benne. Sok sikert kívánok!

A könyvről és Lázár CSabáról bővebben a [www.lazarcsaba.hu](http://www.lazarcsaba.hu) oldalon találsz információkat, ahol megrendelheted a saját példányodat. Javaslom, csatlakozz a FALCON AKADÉMIA VIP Klubhoz, köss ismeretségeket, és tanuld meg a sikeresség titkos módszereit!



## A szerzőről



1993-ban ismerkedett meg az MLM-mel. Mindjárt megtetszett neki a légkör. Elkezdte alkalmazni az ott tanultakat. A könyvek, hanganyagok segítségével, amiket olvasott, az üzletkötő szakmában ért el sikereket. Több mint 10 évet kellett várni, hogy az MLM-ben is sikert érjen el. 2005-ben egy olyan üzletbe csatlakozott, ahol egy internetes

szponzorálás eszköz volt az ajánlat. Ebben az üzletben Gyémánt lett, de az üzlet sajnos tönkrement. Ezt követően egy másik üzletben Tripla Gyémánt lett.

Viszont az utat keresve rátalált a Valódi Online Hálózatépítésre, ami teljesen lenyűgözte és az affiliate marketing üzletébe első évben több mint 150 embert hozott be a könyvben ismertetett módszerrel.

Ekkor jött az ötlet, hogy ezt a tudást-tapasztalatot megossza más hálózatépítőkkel. Ekkor indult az Online Prosperity Akadémia alaptanfolyam. Ennek a tanfolyamnak a célja kifejezetten az volt, hogy a magyarul beszélő hálózatépítők hozzájussanak az információhoz, anélkül hogy be kelljen lépnie valamilyen üzletbe. Valahol ez nem gond, de nagyon sok üzletben ez kifejezetten probléma.

Ezek a tanfolyamok teljesen hálózatfüggetlen anyagok, nem tartozik semmilyen MLM-üzlethez. A könyv szerzője egy affiliate marketingüzletben tanulta és tanulja most is olyan emberektől, akik mögött sok millió dolláros online eladások vannak. Tehát ezek az emberek szakértők. Viszont a könyv írója felismerte azt, hogy Magyarország enyhén szólva különbözik Amerikától. Nyilván vannak azonosságok persze, és persze az alap mindenhol megegyezik, viszont hatalmas különbségek is vannak! Ezeket pedig jó tudni.

A könyvben és a tanfolyamokban kifejezetten olyan gyakorlatban használt, kipróbált működő tudás van, ami itt Magyarországon és ebben a kelet-európai térségben működnek. Mivel az író folyamatosan képzzi magát ezen a területen, ezért a tanfolyamban tanult dolgok folyamatosan az aktuális

információt tartalmazzák. A könyv írója ezt az információt az össze tevékenységére alkalmazza. Tehát amit tanít, azt csinálja is minden nap!



Alkalmazza az affiliate marketing üzletére. Ennek a könyvnek a terjesztésére. A tanfolyamok terjesztésére is természetesen. Viszont sokan fordultak hozzá, hogy mutass egy olyan élő embert, aki ezt egy MLM-üzlet építésére használja. Most már sokan vannak,

de akkor, amikor ezt neki mondták még kevés volt. Ezt követően egy megfelelően kiválasztott MLM-üzletben kezdte alkalmazni azt a tudást, amit a könyvben és a tanfolyamokban megtalálsz. Így saját magán alkalmazva jó példát tud mutatni.

Az első hónapban ennek a tudásnak az alkalmazásával 100% online 47 embert szponzorált. Nagy része teljesen ismeretlen volt a szerző számára. Azóta is teljesen online dolgozik és a csoport folyamatosan növekszik!

Ezt a tudást tudod megtanulni az Online Prosperity Akadémia tanfolyamaiból.



### **Az Online Prosperity Akadémia több dolgot tartalmaz:**

- A Valódi Online Hálózatépítés könyv
- Online Prosperity Akadémia alaptanfolyam hálózatépítőknak
- Online Prosperity Akadémia alaptanfolyam vállalkozóknak
- Folyamatos online képzési program (belső kör tagság)
- Személyes Online Coaching hálózatépítőknak
- Személyes Online Coaching vállalkozóknak

## Borítóterv



Web: [www.irodakukac.net](http://www.irodakukac.net)

E-mail: [irodakukac@t-online.hu](mailto:irodakukac@t-online.hu)

Facebook: [www.facebook.com/irodakukac](http://www.facebook.com/irodakukac)

Névjegykártya készítés, reklámtárgy feliratozás, bélyegzőkészítés,  
névtábla készítés, gravírozás, fényképes ajándéktárgyak, 3D  
fotókocka, reklámtárgyak.

[www.irodakukac.net](http://www.irodakukac.net)