

ETICONETWORK

STRATEGIA DI NETWORK MARKETING PER
PERSONE PER BENE

ROBERTO RAGUSA



ETICONETWORK

INDICE

La mia verità sul network marketing	v
Prefazione	vii
Introduzione	xv
1. IL VERO FUNZIONAMENTO DEL NETWORK MARKETING	1
2. IL PERCORSO DEL NETWORKER	10
3. LEADERSHIP: PRIMA PARTE	18
1° - Lo sai cos'è che vuoi veramente?	18
2° - Coinvolgiti solo con aziende serie e leader onesti.	22
Una scelta che devi fare con il cuore e con la mente	23
Scegli l'azienda giusta per te	24
Lavorare con leader onesti	30
La strategia del paraculo	31
4. LEADERSHIP: SECONDA PARTE	43
5. VENDERE	44
6. SPONSORIZZARE	45
7. LEADERSHIP	46
8. BENEFICI DEL NETWORK MARKETING	47

© **Roberto Ragusa 2021-2022**

Tutti i diritti sono riservati. È vietata la riproduzione anche parziale dei contenuti di questo libro. Tutti i diritti sono riservati, inclusi quelli di traduzione, di memorizzazione elettronica e di adattamento totale o parziale con qualsiasi tecnologia. La riproduzione dei contenuti di questo libro richiede autorizzazione scritta dell'autore.

Il network marketing può essere una bellissima avventura, a due condizioni: prima devi conoscere cos'è che vuoi veramente, poi devi coinvolgerti con un'azienda seria e con leader onesti.

(Nessuna citazione, è quel che penso io)

PREFAZIONE

SIGNIFICA: STAI ATTENTO, CHE TE
LO DICO PRIMA!

Strategia di network marketing per persone perbene? In che senso?

Ora ti spiego.

Se fai network marketing oppure te ne stai interessando, ti sarai sicuramente imbattuto in frasi come:

“Nel Network Marketing soltanto l’1 o il 2% delle persone ha successo, tutti gli altri falliscono”.

Beh, **non è la verità** e più avanti trovi la spiegazione.

Spesso nell’ambiente del network, come pure nella vita, quando di qualcuno si sente dire che è una persona perbene il senso delle parole è che si tratta di una brava persona e nulla di più, cioè una o uno di cui ci si può fidare ma che non avrà mai successo.

“Quello? Sì, è una brava persona ma tutto lì: non è che puoi aspettarti chissà cosa”.

“Chi, lei? Certo è una persona perbene ma non sarà mai una leader e non costruirà mai grandi cose”.

Io credo che non dobbiamo farci definire dagli altri né farci tarpare le ali.

Per cui, anche se al momento la qualità più rilevante che senti di possedere è quella di essere una persona perbene, io so di parlare alla persona giusta. Credimi, ti assicuro che anche tu puoi farcela.

Hai solo bisogno di trovare il modo per esprimere tutto il tuo potenziale.

Questo libro si legge in una settimana e tu consideralo come una lunga chiacchierata, una serie di riflessioni fatte insieme per darti un'idea di come puoi ottenere ciò che desideri.

Certo, raramente qualcuno nella vita ci regala qualcosa ma questo lo sai già: non serve che te lo dica io e d'altronde anche questo libro è a pagamento.

Io ti presento una visione d'insieme ed una strategia, a te spetta di valutarle ed eventualmente abbracciarle e poi metterci l'impegno.

Quello che **voglio dirti subito è cosa troverai e cosa non troverai in questo libro**, oltre a fornirtene la giusta chiave di lettura.

Te lo voglio dire prima così, se io non sono la persona giusta per te, sei in tempo ad andartene.

Ti anticipo anche che questo non è un libro da lettura superficiale, su ogni cosa che ti dico dovrai ragionarci per bene.

Partiamo da **quello che non c'è in questo libro**.

Non ti presento nessun metodo per sviluppare la tua attività esclusivamente online anche se, onestamente, sono sicuro che quello che ti dirò può aiutarti molto nei tuoi contatti social.

Non ti prometto nessun sensazionalismo cioè nessun segreto, nessun programma rivoluzionario, nessuna scorciatoia o trucco.

Questo poi non è un testo motivazionale, non starò a “pompare” la tua voglia di successo né assumerò il ruolo di guru che ti aiuta a svoltare la tua vita.

Qui non trovi neppure un manuale step by step per networker: sviluppare la tua attività richiede tempo e pratica sul campo.

Se è questo tutto quello di cui pensi di aver bisogno, non investire tempo né soldi: te lo ripeto, non sono la persona che fa per te.

E comunque ti ringrazio per l’attenzione che mi hai dedicato.

Andiamo avanti.

Ecco **quello che c’è in questo libro**.

Prima di tutto, tre cose le devi assolutamente sapere:

1. **Tutto quello che ti mostrerò è frutto di esperienza personale** nel network marketing e nella vendita diretta: quindi nessun riciclo, nessuna americanata di ritorno, niente roba ripassata in padella.
2. **Non ti dirò tutto quello che conosco**: c’è un tempo ed un luogo per ogni cosa.
3. **Io non faccio parte di nessuna azienda, né direttamente né indirettamente** quindi non punto a sponsorizzare te o persone del tuo team. Hai la mia parola, la parola di una persona perbene.

In pratica, condividerò con te parte del mio vissuto professionale per **darti una visione d’insieme di quello che serve per sviluppare in grande la tua attività in modo etico**.

Cosa intendo per etica?

Beh, a parole tutti ammirano la logica win-win cioè l’idea che aiutando tante persone a raggiungere i loro obiettivi sia possibile raggiungere i propri.

Questa io la considero la vera leadership: illuminare come un faro la strada degli altri e non certo mettere continuamente se stessi sotto i riflettori.

Nella realtà però spesso, **troppo spesso**, le cose vanno diversamente e a pagarne il prezzo sono **proprio le cosiddette “persone perbene”** che **diventano, inconsapevolmente, pedine da usare** in un gioco più grande di loro: da qui viene la cattiva fama del network marketing.

Di questo te ne parlerò più avanti, nel paragrafo “La strategia del paraculo”.

Per concludere questa premessa c'è ancora una cosa che ti voglio dire.

Di questi tempi e specialmente sui social assistiamo all'auto-esaltazione degli autoproclamati Numeri 1, di quelli cioè che si vantano di aver ottenuto risultati stratosferici.

Come dice una mia amica campana, *“la gente che si spara le pose!”*.

Ecco, a me questo gioco non piace.

In altre parole, **qui non conta quello che ho ottenuto io: qui in realtà è in gioco quello che vuoi tu e quello che tu puoi ottenere col network marketing.**

Per chiarirti il concetto, ti racconto una storia.

Mi piace il buon cibo e mia moglie sa cucinare molto bene.

Un giorno mi capita di leggere su un giornale una recensione a cinque stelle di un ristorante famoso.

Grande qualità delle materie prime, ottima preparazione, prezzo favoloso bla bla bla.

Decidiamo di andare quindi prenoto.

Arriviamo in un quartiere di tendenza qui a Roma e vediamo che c'è da attendere in piedi fuori del locale.

Aspettare è una delle cose che più mi dà fastidio, specialmente quando prenoto e mi viene indicato un orario, perciò cerco di distrarmi con i discorsi delle persone in fila insieme a noi.

Tutti sono gasati, sia quelli che sono venuti perché consigliati da amici, sia quelli che sono tornati perché secondo loro ne vale assolutamente la pena.

Finalmente entriamo, il locale è affollato e i tavoli ravvicinati per cui si vede cosa gli altri commensali stanno mangiando e si ascoltano le loro parole.

Non ti ho ancora detto che è un locale specializzato in cucina di pesce.

Arriva l'antipasto cioè l'insalata di mare ed è la prima delusione: è una base preconfezionata con l'aggiunta di altri ingredienti e condimenti.

Evidentemente lo capiamo solo noi, perché dagli altri tavoli sentiamo invece tanti commenti d'ammirazione.

A questo punto non ci resta che attendere l'arrivo del piatto storico del locale, la lasagna di mare.

Ci viene portata: le sfoglie di pasta hanno spessori diversi e risultano cotte in modo disomogeneo, i gamberetti sono secchi mentre il condimento è talmente abbondante che il malloppo quasi ci galleggia.

Mia moglie mi lancia uno sguardo come per dire *"non fare casini!"*.

Chiamo il cameriere e gli dico che probabilmente siamo stati sfortunati e ci è capitata una porzione non ben riuscita: gli faccio presente tutto quel che non va con un tono di voce calmo e garbato e gli dico di sostituircela.

Nel frattempo ai tavoli vicini hanno servito lo stesso piatto, cioè parti di lasagna provenienti dalla medesima teglia, tuttavia l'accoglienza degli altri clienti è di segno opposto alla nostra.

Sguardi stupefatti e gesti di ammirazione: addirittura dal tavolo vicino al nostro, dove siedono frequentatori abituali, parte l'applauso.

Noi due, praticamente all'unisono, ci diciamo: *"Ma questi, a casa loro, cosa mangiano?"*

Torna il cameriere con le nostre portate. Il risultato? Uguale a prima.

Io annullo il resto ordinato, pago un prezzo ridotto e usciamo.

Su quel ristorante, come si dice dalle mie parti, ci abbiamo fatto la croce sopra.

Perché ti ho raccontato questa storia?

Perché è la prova che **soltanto l'esperienza diretta**, cioè quella che facciamo in prima persona, **ci permette di giudicare** un ristorante.

Non è l'insegna, non sono le recensioni e neppure il sentito dire ma soltanto la nostra esperienza personale.

Così funziona in tutta la nostra vita.

"E questo che c'entra?" potresti dirmi.

Giusto, veniamo all'argomento.

Qui troverai istruzioni, spiegazioni e ispirazione per la tua attività.

Eticonetwork è un mio primo aiuto pratico per il network marketing.

In sostanza **ti spiegherò a grandi linee perché il successo è solo a modo tuo e cosa puoi fare per ottenerlo in modo etico.**

Questo libro è il menù degustazione del mio ristorante.

Se ti piace è probabile che c'incontreremo ancora.

INTRODUZIONE

SÌ, È LUNGA MA È
FONDAMENTALE

Prima di proseguire, ricorda che ti ho promesso di presentarti una strategia per sviluppare la tua attività di network marketing in modo etico.

Anche se sei semplicemente una persona perbene, ti assicuro che puoi farlo.

Inizio citando il Vangelo dove Gesù dice: *“Chi cerca trova”*: perciò siamo d’accordo che chi ha trovato non cerca più...

Quindi se hai capito tutto del funzionamento del network marketing e/o della vendita diretta sarai una persona pienamente soddisfatta: allora, perché mai dovresti tener conto delle mie parole?

Se già hai trovato, che motivo hai di cercare?

Se questa è la tua situazione ti dico ancora una volta di non spendere tempo e denaro con questo libro.

Io sono convinto di poter aiutare sostanzialmente due tipi di persone quindi considera se appartieni ad uno dei due.

Vediamo il **primo**.

Se sei coinvolto in un network marketing e ti senti disorientato, se ti sembra di essere manovrato dalla tua upline (linea di sponsorizzazione ascendente) e vai avanti senza essere tu a decidere consapevolmente, se la tua attività è in fase di stallo o declino, oppure hai appena mollato o deciso di farlo, qui c'è tanto materiale che può aiutarti.

In realtà anche se sei semplicemente una persona perbene e vuoi arricchirti della mia esperienza penso che Eticonetwork ti piacerà.

Passiamo al **secondo** tipo di persona.

Se invece stai valutando di entrare in una qualche attività, qui troverai spiegazioni circa le dinamiche che muovono le persone coinvolte e quindi potrai capire come vanno veramente le cose.

Il primo capitolo di questo libro s'intitola appunto: **"Il vero funzionamento del network marketing"**.

Se non ti è chiaro ciò che ho appena detto, la cosa più giusta da fare è rileggerti tutto quello che ho scritto sin qui.

Andiamo avanti?

Il motivo di questa lunga introduzione è spiegarti **una verità fondamentale: le persone entrano nel network marketing perché gli manca qualche cosa nella vita e questa cosa non è la stessa per tutti.**

Ti ripeto il concetto con altre parole: **il motivo per cui le persone si coinvolgono nel network marketing non è uguale per tutti!**

Chi fa network marketing non è necessariamente un opportunity seeker o un aspirante imprenditore o una disoccupata.

Questo lo devi assolutamente tenere presente: l'obiettivo di guadagnare o mettersi in proprio non è l'unica motivazione che spinge la gente ad entrare.

Non è l'unica ragione ma solo una delle tante.

È pur vero che per me tutto è cominciato dal bisogno di soldi, non lo nego: andavo a pulire le scale nei condomini e non era sufficiente alle necessità della mia famiglia.

Tuttavia tra le persone che ho coinvolto, direttamente e indirettamente, ce n'erano tante con una situazione economica molto confortevole o agiata.

Per costoro non era certo il denaro la molla che li ha spinti ad iscriversi.

Giusto per farti qualche esempio (scrivo di getto), ti dico che in attività ho avuto con me un giornalista, la segretaria esecutiva di un notaio della Regione Lazio, steward dell'Alitalia, vari medici, un ex calciatore famoso, una stilista, una modella, un ammiraglio, la moglie e la figlia di un ricco imprenditore, ufficiali e sottufficiali, bancari, cantanti, impiegati statali e parastatali, insegnanti, proprietari di discoteche...

Davvero puoi pensare che la motivazione economica sia esattamente l'unica che li ha spinti a coinvolgersi?

Ti sto facendo questo discorso per aiutarti a capire, se ce ne fosse bisogno, che **il network marketing ha molte più sfaccettature di quanto ti dica chi te lo vuole presentare con una semplificazione estrema.**

Continuiamo a ragionarci insieme, è fondamentale per capire.

Sui social ci sono da anni una moltitudine di sponsorizzate in ambito multilevel marketing: nel caso tu non lo sappia, è sinonimo di network.

Avrai notato che ti propongono, per trovare incaricati e clienti, sistemi automatici per acquisizione di contatti profilati: come dire, l'arma letale!

Li avrai certamente letti quei titoli roboanti del tipo: *“Come ho acquisito 987 contatti in una settimana”* oppure *“Come ho sponsorizzato online 123 persone in un mese”*: insomma quella roba là, ci siamo capiti.

Se fosse vero, il mercato sarebbe saturo ormai da un pezzo, non credi?

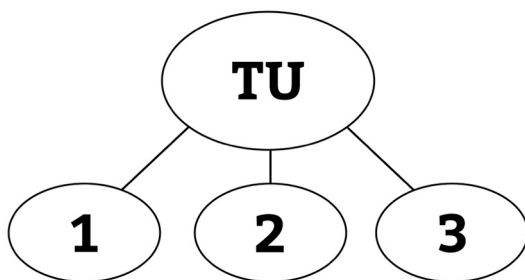
Se non ci credi, te lo dimostro subito.

Ti faccio un esempio scientifico.

Ipotizziamo che io sia uno dei tanti espertoni del network marketing online che sostiene di aver messo a punto un metodo infallibile per sponsorizzare con la pubblicità su Facebook, Instagram e social vari.

Facciamo conto che il mio metodo sia duplicabile e che io te lo offra, gratuitamente (se entri nella mia struttura) oppure a pagamento (perché voglio aiutare tutti quei poverini truffati da falsi guru...) Occhio, è ironia!

Supponiamo che grazie a questo metodo infallibile tu sponsorizzi soltanto tre nuovi incaricati nel primo mese e poi ti fermi per sempre.



È fattibile secondo te? È possibile sponsorizzare soltanto tre persone in un mese? Certo che sì!

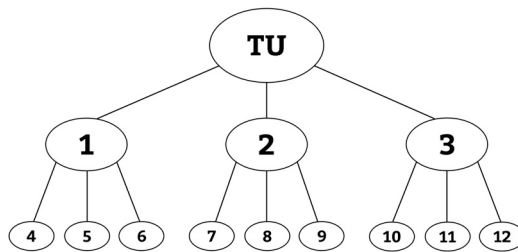
D'altronde ti ho detto che ho il metodo infallibile cioè il programma che lavora in automatico al posto tuo, anche mentre dormi!

Il mese successivo, i tuoi tre incaricati replicano quello che hai fatto tu: grazie al mio metodo sponsorizzano tre incaricati ciascuno e poi si fermano.

È fattibile secondo te?

Ti ricordo che sono IL VERO GURU ed ho IL METODO INFALLIBILE!

Andiamo di matematica e notiamo la progressione geometrica: ci sei tu con al primo livello tre distributori che hanno a loro volta ciascuno tre distributori al loro primo livello che corrisponde al tuo secondo.



Quindi al secondo mese avresti tre distributori al primo livello con nove distributori al secondo: totale dodici distributori.

Il mese successivo ognuno dei nove distributori al secondo livello, sempre grazie al mio metodo infallibile, recluta tre nuovi distributori: quindi al terzo mese se ne aggiungono altri ventisette.

Sviluppiamo questa progressione graficamente, così è più semplice.

il primo mese TU sponsorizzi 3 persone

che a loro volta, dato che l'hai fatto tu,
sponsorizzeranno 3 persone ciascuna quindi:

Mese	persone		
1°	3	x	3
2°	9	x	3
3°	27	x	3
4°	81	x	3
5°	243	x	3
6°	729	x	3
7°	2.187	x	3
8°	6.561	x	3
9°	19.683	x	3
10°	59.049	x	3
11°	177.147	x	3
12°	531.441	x	3
13°	1.594.323	x	3
14°	4.782.969	x	3
15°	14.348.907	x	3
16°	43.046.721	x	3
17°	129.140.163	x	3
18°	387.420.489	x	3
19°	1.162.261.467	x	3
20°	3.486.784.401	x	3
21°	10.460.353.203	x	3
22°	31.381.059.609	x	3
23°	94.143.178.827	x	3

etico
network

L'AUTO PRATICO PER IL
NETWORK MARKETING

In Italia ci sono attualmente circa 25 milioni di famiglie.

Assumendo che tutte vogliano fare network marketing, entro la fine del quindicesimo mese il mercato italiano sarebbe saturo.

Ti risulta che ogni singola famiglia che conosci sia coinvolta in questa industria?

Non mi pare.

Consentimi qui una punzecchiatura a chi chiama dinosauri quelli che fanno network marketing alla vecchia maniera.

“Ma come, ancora usi la lista nomi nell’era dei social? Ma dove pensi di arrivare, sei una specie in via d’estinzione!”

Oggi è possibile ottenere contatti profilati a comando, in modo prevedibile anche mentre dormi e senza andare a infastidire parenti, amici e conoscenti!”

Quanti anni sono che vedi queste sponsorizzate su Facebook?

E come mai questi fenomeni non hanno già coinvolto tutta la popolazione?

Se poi vogliamo proseguire con l'ironia, il metodo infallibile al ventunesimo mese ha raggiunto e superato l'intera popolazione mondiale, dai neonati fino agli ultracentenari...

A questo punto, la prossima volta che qualcuno ti parla di network marketing come di una rendita automatica vedi un pò tu come rispondergli.

Riassumendo sin qui, prima ti ho detto che le persone che s'iscrivono non sono tutte motivate dal discorso economico e **poi abbiamo ragionato sul fatto che** se esistesse un metodo infallibile, automatico e duplicabile per sponsorizzare il mercato sarebbe ormai saturo.

Se ti sto mettendo in confusione tu continua a seguirmi, tra poco avrai la chiarezza che meriti.

Cos'è il network marketing?

Ragioniamoci in modo basico.

È una strategia commerciale cioè un metodo distributivo che prevede che un'azienda realizzi i propri fatturati attraverso il passaparola.

Più precisamente nel network marketing ogni persona può acquistare liberamente dei prodotti e può farlo da cliente, attraverso l'intermediazione di un incaricato alle vendite, oppure può diventare essa stessa un incaricato acquistando a condizioni di favore.

Da incaricato è anche possibile vendere prodotti a clienti, coinvolgere altre persone in attività e guadagnare in base ai fatturati realizzati.

Ora ti ripropongo la domanda di prima: siamo proprio sicuri che tutti quelli che entrano nel network marketing siano coscientemente spinti dal solo desiderio di guadagnare vendendo prodotti e sviluppando reti di vendita?

Quanta gente conosci cui piace vendere? Dai, la risposta la conosci...

In Italia le persone coinvolte nel settore vendite dirette, di cui il network è una modalità, sono nell'ordine delle centinaia di migliaia.

Ti stimolo ancora a riflettere. Secondo te, sono tutte realmente mosse dal desiderio di fare carriera? Ambiscono tutte a diventare Diamante, President o Ambassador? Vogliono tutte avere la suite a Dubai e viaggiare per tutto il mondo tutto l'anno? Ne sei certo? Siamo tutti motivati dagli stessi desideri? Certo che no! Tutti vediamo la vita allo stesso modo? Certo che no!

Seguimi che ti faccio un altro esempio.

Pensaci un momento, se tu dicessi ad ognuna delle persone che conosci *"Dove vorresti andare a cena fuori?"*, quali risposte pensi che otterresti?

Qualcuno ti dirà pizzeria, qualcuno trattoria e qualcun altro ristorante. Qualcuno proporrà il Mc, qualcuno sushi e qualcun altro wine bar. Qualcuno vorrà abbuffarsi di carboidrati, qualcuno di carne e qualcun altro di pesce.

Ed è normale che sia così perché ognuno ha una sua idea del mangiare fuori.

Ti assicuro, col network marketing succede lo stesso. Credimi, parlo per esperienza, quelli che ci sono coinvolti hanno differenti aspirazioni personali.

Se ci rifletti un momento anche l'ideale di felicità non è certamente lo stesso per tutti.

Se mi hai seguito sin qui, è il momento giusto per annunciarti ciò che permette **la costruzione** prima, **lo sviluppo** poi ed infine **il mantenimento di una rete di network marketing**.

Ci sei? Se sei pronto, partiamo.

Il network marketing funziona come una chiesa!

Sì, hai letto bene: **sono due strutture animate dalla stessa dinamica sottostante.**

Guarda che non sto dando ragione a quei deficienti che dicono che tutti i networker sono vittime di una setta.

Te lo ripeto, **un network marketing ed una chiesa “funzionano” in modo analogo.**

Ci puoi arrivare da solo, basta che ci ragioni per bene: io ti guido soltanto con qualche spunto di riflessione.

Secondo te, tutti quelli che vanno in chiesa vogliono prendere i voti, farsi preti e suore e poi diventare santi?

Pensaci.

Secondo te, tutti quelli che trovi in chiesa conoscono perfettamente il Catechismo e ne rispettano alla lettera tutte le regole?

Pensaci bene.

Dai, anche se non sei un frequentatore abituale la risposta la intuisce!

Quante volte alla domanda *“Sei religioso?”* hai sentito la gente rispondere *“Io credo ma a modo mio!”*. È una realtà innegabile.

Ognuno ha un modo suo, una sua ragione per esser parte di una chiesa: anche qui parlo per esperienza personale ma sono sicuro che mi capisci perfettamente.

In una chiesa o parrocchia di frequentatori ne trovi vari tipi, tanti quante sono le motivazioni che li spingono ad agire.

Prima che ti faccio una serie di esempi, non pensare che io li stia giudicando.

Qui non è questione di sentirsi superiori perché quello che conta è soltanto la coerenza con cui le persone agiscono in base ai valori che professano.

Stiamo facendo insieme, tu ed io, una semplice analisi.

In una chiesa trovi diversi tipi di persone: alcune teologicamente preparate, altre devote, altre ancora impegnate a portare nuove persone nella comunità e infine individui dediti al servizio pratico della parrocchia.

Oltre a queste, ne trovi anche tante altre motivate dalle ragioni più disparate.

C'è chi frequenta perché è solo, chi perché accompagna qualcun altro, chi vuole esercitare una qualche forma di potere ottenendo una visibilità che magari nella vita quotidiana non ha.

Ci sono quelli che vanno perché cercano consolazione, quelli per cui è l'occasione per mettersi il vestito buono, quelli che per senso del dovere li trovi solo alle feste comandate, quelli che ci vanno per obblighi cerimoniali o per abitudine o perché non hanno nient'altro da fare.

Forse ti sto destabilizzando: in questo caso abbassa il libro, fai un bel respiro e rifletti.

Fatto? Bene.

È proprio come ti ho detto, se ci pensi bene te ne rendi conto: **la gente che va in chiesa lo fa per motivi assai differenti.**

Se poi non lo sai o non ricordi, Gesù nei vangeli parla di pescatori di uomini che lavorano con la rete prendendo ogni genere di pesce: in inglese rete si traduce “net” e lavoro “work” e da qui al network marketing il passo è breve.

Un ultimo passo insieme e poi entriamo nella parte “cicciosa” del libro.

Torniamo in chiesa.

Il parroco onesto, che crede nella missione che il suo dio gli ha affidato, guarda tutte quelle persone e considera che, se le riesce a tenere vicine a sé, ha modo di poterle aiutare nella loro vita e rendere dei credenti migliori.

Il parroco “diversamente motivato” invece pensa che più gente c’è e più i sacchetti delle offerte saranno pieni e più cerimonie a pagamento avranno luogo nella “sua” parrocchia.

Il network marketing funziona allo stesso modo. Ti ripeto quel che ti ho detto poco fa cioè che un network marketing ed una chiesa sono due strutture animate dalla stessa dinamica sottostante. Se già ne fai parte, basta che ti guardi intorno e vedrai che ho ragione. Le persone sono coinvolte in base a motivazioni personali differenti.

Chiudo questa introduzione tra un attimo e poi passiamo alla parte strategica. Insistiamo con l’analogia.

Del parroco manipolatore c’interessa soltanto come riconoscerlo ed evitarlo, dal parroco onesto invece possiamo trarre spunti e indicazioni.

Il parroco onesto si rende conto che non tutti i suoi parrocchiani aspirano alla santità perciò non li umilierà sfruttandoli o costrin-

gendoli a compiere azioni che non siano frutto della loro libera scelta.

Questa è la stessa strategia che usa **un vero leader** che **lavora con etica** nel network marketing.

Chi usa gli altri per i propri scopi è solo un capo e quindi, in sostanza, un prepotente.

Io credo che **un vero leader** sia **un insegnante impegnato a trasmettere quello che conosce alle persone con l'obiettivo di renderle indipendenti.**

Ecco perché dico che **leader non si nasce ma si diventa.**

Questo vale per tutti noi, anche per te.

CAPITOLO 1

IL VERO FUNZIONAMENTO DEL NETWORK MARKETING

Se affermo che ti spiego il “vero” funzionamento del network marketing non voglio apparirti spocchioso.

Quello che sto per mostrarti è ovviamente parte della mia esperienza personale, te l’ho premesso all’inizio.

Tuttavia non sto dicendo di essere l’unico portatore sano di una verità che invece è nota da cinquant’anni a centinaia di migliaia di persone.

Infatti **il diagramma che tra poco vedrai** proviene dalle prime società di multilevel che arrivarono in Italia sin dagli anni ‘70: rappresenta il condensato delle esperienze fatte sul campo e quindi è un caposaldo dei programmi di addestramento.

Questo schema ti è utilissimo per capire a cosa vai incontro se vuoi sviluppare in modo etico l’attività.

Prima di mostrartelo, voglio raccontarti un episodio della mia adolescenza: il perché lo faccio ti risulterà evidente.

Sei mai stato ai **Musei Vaticani**?

Alle scuole medie, in previsione di una visita, a tutta la classe fu fatta una sorta di preparazione sui libri con l'intento di renderci consapevoli della grande bellezza che avremmo poi ammirato dal vivo.

Due cose poi durante la visita mi sono rimaste impresse indelebilmente.

La prima è la Cappella Sistina di cui l'immagine iconica che tutti abbiamo in mente è quella del dito di Dio teso verso quello di Adamo.

Su carta sembra chissà cosa ma quando ti trovi sotto quella serie di volte, ti accorgi che ne è soltanto un particolare oltretutto su un soffitto molto alto.

Questa cosa mi fece **riflettere sul fatto che**, anche se di qualcosa tutti parlano concentrandosi solo su un unico elemento, **la realtà è più ampia.**

La seconda cosa che mi ha stupito è stata la Galleria degli Arazzi.

Queste opere sono appese su una parete laterale di un ambiente che si attraversa e sono di dimensioni ragguardevoli, circa trenta metri quadri l'uno.

Ricordo che la Galleria era piena di visitatori che si accalcavano davanti agli arazzi per vederli da vicino ed anch'io volevo farlo.

Ho dovuto farmi spazio per arrivare davanti ai tessuti ed effettivamente a distanza ravvicinata si poteva ammirarne la grande raffinatezza: tuttavia dopo un pò ho avvertito la necessità d'indietreggiare e spostarmi sulla parete opposta in modo da poterne abbracciare con lo sguardo l'intera estensione ed averne una visione totale.

La conclusione che ne ho tratto è che **in certe situazioni, per avere il quadro completo, bisogna guardare le cose con distacco, allontanandosene dai particolari** che pure ne sono parte.

E poi ci vuole tempo e calma.

Questo **vale anche per il network marketing.**

Insomma, non mi aspetto che di fronte a quello che ti sto per mostrare tu possa capire tutto e subito: ci sta che tu abbia anche perplessità ma, te lo torno a dire, riflettici con calma. **Analizza il quadro complessivo.**

E ora: pronto, partenza e via!

Ti mostro il vero funzionamento del network marketing.

Mettiamoci comodi perché qui serve molta attenzione.



Tutto parte dalle persone che contatti: alcune entreranno nella tua attività come clienti, altre come incaricati, altre ancora saranno negative su tutta la linea.

Queste ultime, se pure si mostrano diffidenti, non trattarle come nemiche: forse non è il momento giusto per loro e comunque c'è sempre la possibilità per un no, col tempo, di trasformarsi in un sì.

Mettiti l'anima in pace, le cose vanno proprio in questo modo.

Proponendo l'attività a molta gente, troverai molti clienti.

Fai in modo di incrementarli e sommarne **un minimo da dieci a venti**: attento, per clienti intendo **famiglie che usino ogni mese almeno uno dei tuoi prodotti**.

I clienti sono importanti per crearti da subito un guadagno costante e col tempo dei "generatori di contatti", i cosiddetti referral.

Infatti, se li tratterai nel giusto modo, potrai tranquillamente attingere alla loro "lista nomi" e più avanti ti mostrerò come: sì, proprio così, alla faccia di chi sentenzia da una vita che il passaparola è morto.

Alcuni di questi clienti ti sorprenderanno chiedendoti, in seguito, di entrare in attività.

Pensa un po', nuovi incaricati che non dovrai nemmeno addestrare sui prodotti: sono già soddisfatti ed esperti!

Ecco perché questo schema si chiama "lavorare con la rete di salvataggio".

Più avanti, riprenderemo questo argomento e ti darò dei consigli pratici per tenere coinvolti i clienti nella tua attività.

Parliamo di quelli che diventeranno incaricati, sponsorizzati sia direttamente da te che indirettamente dalle persone del tuo team.

Una parte di questi, animati da un desiderio più o meno forte di migliorare la propria vita, **avanzerà** nelle varie fasi del Piano Compensi, conseguendo i passaggi di livello previsti.

Un'altra parte, per una serie di motivi, invece smetterà di premere l'acceleratore e rallenterà oppure addirittura **si fermerà**.

Per quelli che rallentano dovrai imparare il modo per mantenerli attivi, senza esercitare una pressione eccessiva ma conservando accesa la loro motivazione: tranquillo, ti servirà del tempo per acquisire la giusta sensibilità ma impegnandoti ce la puoi fare.

Per quelli che si fermeranno del tutto, l'approccio corretto è considerarli clienti: saranno la tua "rete di salvataggio" e potrai comunque ottenerne un fatturato utile.

Attenzione però: anche qui ti sorprenderai che qualcuno di loro, col tempo, vorrà rientrare in attività e a quel punto, mi devi credere, l'effetto positivo che avrà sul tuo team sarà impressionante.

Quelli che continueranno a percorrerne, uno dopo l'altro, i vari step **si affacceranno alla vera e propria carriera:** di questi, **una porzione passerà dall'opportunità a tempo libero alla professione a tempo pieno.**

Anche qui le scelte vanno fatte nel rispetto dell'etica: **hai a che fare con la vita delle persone** quindi non prenderla alla leggera.

Se qualcuno ha giocato con la mia vita (più di uno l'ha fatto e sarà capitato lo stesso anche a te) io però non mi sono mai sognato di farlo con quella degli altri.

Ti esorto a comportarti in modo responsabile quindi a **non spingere nessuno allo switch del full time:** dal punto di vista economico, è opportuno cominciare a pensarci quando, negli ultimi sei mesi, i guadagni del network sono stabilmente almeno il doppio di quelli della prima occupazione.

In ogni caso agisci cum grano salis: aiuta le persone a considerare prima e a fondo il cambiamento cui vanno incontro e comunque, fa che la decisione sia totalmente espressa da loro.

Ti sembrerà strano, lo so, ma devi essere pronto pure ad affrontare il passo indietro: il ritorno al part time.

E potrebbe succedere anche a te.

Molte persone possono trovarsi in difficoltà iniziando questa nuova fase e succede che, quando passano a fare l'attività a tempo pieno, ottengono addirittura meno risultati di prima.

È un fatto curioso, lo so ma accade e i motivi potrò spiegarteli in altra sede.

In questo caso è bene rallentare piuttosto che andare fuori strada, cioè se la nuova situazione ti manda in crisi puoi ripartire dalla condizione precedente in cui ti sentivi bene. E fregatene del giudizio altrui!

Se vuoi vivere grazie al network marketing, attieniti a questo schema e non confonderti: gli automatismi vanno bene per il web ma qui, non lo dimenticare mai, abbiamo a che fare direttamente con le persone.

Un'ultima cosa. A riguardo delle tue relazioni al di fuori del network, **c'è un errore che devi assolutamente evitare!**

Mi riferisco alle persone importanti della tua vita e che non vorranno in alcun modo coinvolgersi: non smettere di frequentarle e non dar loro il tormento!

Detesto farlo ma voglio ripetermi, non smettere di frequentarle e non dargli il tormento!

Anche se la tua attività ti appassiona, i tuoi affetti hanno il diritto di mantenere i propri punti di vista.

C'è tanta gente che, coinvolta nel network e magari sull'onda dei risultati, ha tagliato i ponti con il resto del mondo: quando poi sono venuti i periodi difficili, si è ritrovata sola.

Pure se non ti conosco, non voglio che accada anche a te.

Facciamo il punto della situazione?

Lo so, ti ho passato un bel macigno facendoti una sintesi forse inaspettata.

Allora, **ti ho mostrato un metodo di lavoro** che potrebbe apparirti ben diverso da come ti avevano venduto il network marketing per farti entrare: se è così, a questo punto ti sentirai spiazzato.

Tranquillo, è logico che ti senta così ma tu sorridi.

Sorridere?

Sì dovresti sorridere con ironia come fai quando vedi la pubblicità con la famigliola felice: hai presente?

Ma sì, dai: la “famiglia tipo” che la mattina alle 7 fa colazione.

Genitori giovani benestanti con figli maschio e femmina, tutti belli svegli e pimpanti, in una cucina enorme con finestre gigantesche che si affacciano sul giardino della villa, tutti sorridenti che giocano e scherzano, seduti ad una tavola con una catasta di merendine e biscotti senza confezione.

Ogni mamma, soprattutto se lavora, sa benissimo che si tratta di uno stereotipo che non corrisponde affatto alla realtà della vita di milioni di persone.

Eppure la pubblicità lo ripropone esattamente allo stesso modo perché usa sostanzialmente le stesse leve psicologiche.

Una persona intelligente, di fronte a tutto ciò sorride con ironia perché è cosciente di come stanno veramente le cose e non si fa manipolare.

“Roberto - mi dirai - questo esempio c’entra qualcosa col network marketing?”

Sì che c’entra, hai voglia se c’entra!

Quanta gente viene ingannata da chi gli presenta l’attività con slogan tipo:

- *Crei la tua rendita automatica!*

- *Fai il lavoro una volta, guadagni per sempre!*
- *Il network marketing è l'evoluzione intelligente della vendita porta a porta!*

Quanta gente parla male del network marketing perché si sente tradita da come gli sono state presentate le cose?

Se sai a cosa vai incontro, affronti le cose con la giusta disposizione d'animo.

È logico che non si possa conoscere e capire tutto e subito: tuttavia se qualcuno ti dice una cosa e poi scopri che la realtà è diversa, sei d'accordo con me che ti ha ingannato? Sono sicuro di sì.

Il passato non si può cambiare, quindi sorridi considerando che hai fatto esperienza che ti sarà utile per il futuro.

Ora, tornando al diagramma immagino che tu possa pensare che è complicato e non sei in grado di farlo. Beh, sul complicato sono d'accordo con te. **È semplice ma non è facile.**

Quanto al fatto che tu non sia in grado di farlo vorrei dirti che non è proprio così, perché **dipende da ciò che vuoi e quindi dal desiderio di imparare cosa fare (teoria) e come va fatto (pratica).**

Per spiegarti meglio, ti ricordi quando hai preso la patente?

Magari è passato tempo, forse tanto tempo: prova a ricordare.

La teoria con tutti quei cartelli, regole, definizioni da imparare a memoria... mamma mia, che mal di testa!

E poi la pratica con le lezioni di guida: come si usa la frizione? Come si cambia marcia? Come si parcheggia? Come si fa retromarcia in salita?

Quante volte ti si sarà spenta l'auto, quante volte avrai accelerato a vuoto!

Oggi, dopo tanta esperienza, è tutto diventato automatico e fai le cose senza pensarci. Tanta è l'abitudine che spesso arrivi a destinazione e non ti ricordi nemmeno la strada che hai fatto.

Il network funziona allo stesso modo, richiede lo stesso approccio.

Questa attività è **semplicemente un veicolo** che tu puoi guidare per partire da dove sei ed arrivare dove vorresti essere.

Ovviamente puoi ottenere quello che è fisiologicamente possibile, quindi non pensare a risultati irrazionali.

Sostanzialmente **sono due le cose che devi conoscere**.

Una volta che hai capito ciò che vuoi, cioè la meta che desideri raggiungere, **la prima cosa che ti serve conoscere è il veicolo** in modo da poterlo guidare: questo, complessivamente, lo ottieni con **lo schema precedente**.

La seconda cosa che devi imparare è l'itinerario da percorrere e come comportarti durante la circolazione.

Questa seconda cosa, te **la spiego nel prossimo capitolo mostrando il percorso del networker.**

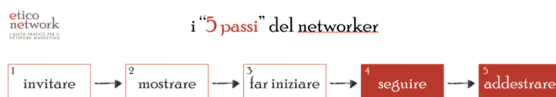
CAPITOLO 2

IL PERCORSO DEL NETWORKER

È proprio necessario dirti che prima di andare avanti devi aver ben compreso lo schema precedente?

Se non è così, per il tuo bene fallo e poi riprendi da qui.

Ecco ora **la mappa mentale** dei 5 passi del networker.



Lavorando in questo settore devi assolutamente **avere la situazione sotto controllo** o altrimenti sarà la quotidianità a controllare l'attività e la tua vita.

Nel **network marketing**, che è soprattutto un business di relazione umana, hai a che fare con tanta gente quindi con tante teste (più o meno) "pensanti": perciò è ovvio che **hai bisogno di una strategia**

di base per seguire il progresso di ogni persona del tuo team e questa mappa mentale te la fornisce.

È molto semplice ed essenziale ma proprio per questo efficace: anche questa risale agli anni settanta quando giunsero in Italia le prime società di multilevel.

Usandola riuscirai a verificare l'avanzamento, nel percorso da networker, di ogni tuo incaricato e cliente: fallo e risparmierai sicuramente tempo ed energie mentre i tuoi guadagni mensili aumenteranno progressivamente.

Funziona e perciò io stesso continuo ad insegnarla ancor oggi.

Nel network marketing la crescita dipende dalla duplicazione: questo vuol dire che **le persone con cui lavori "devono" diventare indipendenti.**

Fino a quando c'è bisogno della tua presenza per produrre risultati, puoi scordarti la crescita esponenziale della tua attività.

Ogni tuo incaricato/distributore deve essere capace di invitare nuove persone, saper mostrare loro l'opportunità e farle iniziare nel business per poi essere in grado di seguirle ed addestrarle.

Quando arriverai al punto di esser padrone della situazione dovrai tenere sempre presente che quello che a te riesce facile oggi, un tempo lo hai dovuto apprendere: insomma, con i tuoi incaricati dovrai avere pazienza.

Non dimenticare che, anche se in tanti dicono di sapere come funziona il network marketing, sono molti di meno quelli che sanno effettivamente cosa dire e cosa non dire, cosa fare e cosa non fare: e soprattutto pochi conoscono il giusto modo di farlo perché *"non è cosa ma come..."*.

Facciamo una veloce analisi dei 5 passi.

Se vuoi che i tuoi collaboratori sappiano **invitare** allora è bene che li aiuti a:

- curare il proprio atteggiamento e la propria immagine
- scegliere il momento ed il modo giusto per farlo
- controllare la comunicazione, fissando i paletti ed usando le parole giuste
- mantenere alto il valore della proposta
- non farsi rispondere "*ci devo pensare*".

A proposito, gli devi insegnare a **fare sempre almeno una, meglio due interviste prima di presentare il business.**

In qualsiasi network l'opportunità è la stessa per tutti ma perché c'è chi non ottiene risultati e chi invece vende e sponsorizza alla grande?

Il motivo è lo stesso per cui c'è una gran differenza tra preparare da mangiare e cucinare...

Se vuoi che le persone della tua organizzazione sappiano **mostrare al meglio l'attività**, devi insegnargli come si organizza una presentazione in casa, come ci si comporta in sala meeting e cosa fare al termine di entrambi gli incontri.

(Te la butto lì: con le presentazioni online, vale lo stesso discorso).



Chi ha visto la presentazione dell'opportunità ha poi bisogno di essere aiutato a decidere: un incaricato professionale sa tirar fuori da ogni presentazione il miglior risultato possibile.

Tu, per portarlo a quel livello, gli devi insegnare come si guida l'ospite ad iniziare l'attività, confortandolo nella decisione ed immunizzandolo dagli input negativi: inoltre il tuo incaricato deve metabolizzare che se l'ospite invece d'isciversi si limita al solo acquisto dei prodotti, è comunque un principio di collaborazione e quindi un risultato positivo.

“E se l'ospite dice no su tutta la linea?”

Se ancora non mi conosci, sappi che io non credo ai “fenomeni”.

Perché non credo ai fenomeni?

Ma perché **non esiste al mondo un prestigiatore talmente bravo da tirare fuori dal cilindro il coniglio... se il coniglio non c'è!**

Quindi puoi immaginare cosa io pensi di certe affermazioni tipo “ *il metodo segreto per chiudere 9 contratti su 10*”, la “*vendita ipnotica*” ecc.

La verità è che si chiudono solo le trattative che si aprono e per aprirsi, è indispensabile che ognuno dei due attori posseda qualcosa che l'altro desidera.

Se questo manca, non si va da nessuna parte.

In altre parole, sei destinato a beccarti dei no: fanno parte del gioco e non ci devi stare male più di tanto.

Andiamo avanti ed approdiamo agli ultimi due passi della mappa.

Perché sono in rosso? Tra poco lo scoprirai.

Cosa significa seguire un nuovo iscritto? I primi mesi di un incaricato sono analoghi ai primi anni di un bambino: dovrai curarlo, nutrirlo e proteggerlo.

Come si fa?

Ovvio, **non facendo tutto il lavoro al posto suo ma aiutandolo a fare i suoi primi passi.**

Il mio suggerimento è di lavorare su due fronti: il primo, portando con te nei tuoi appuntamenti di vendita e sponsorizzazione, il secondo organizzando insieme a lui i suoi.

Se lui affianca te nel tuo lavoro, tu sai di non perdere tempo in situazioni fuori controllo e lui capisce come funziona perché tu glielo mostri, realmente ed in modo pratico, con i tuoi risultati.

Dopo aver visto i risultati che tu hai ottenuto lavorando nel giusto modo, sarà logico per lui fare la stessa cosa.

Ultimo step di questo percorso è l'addestrare: **addestrare a cosa?**

Semplice, **a mettere in pratica ed insegnare** alle persone del proprio team **"Il percorso del networker"**.

Questa è l'essenza della duplicazione.

Persone che apprendono, mettono in pratica, diventano indipendenti e rendono a loro volta indipendenti quelli con cui collaborano.

In conclusione ti offro un'altra verità dura e pura: **la differenza tra i dilettanti ed i professionisti.**

I due ultimi passi sono evidenziati in rosso proprio per questo.

I dilettanti son quelli che limitano il proprio impegno a fare esclusivamente i primi tre passi.

Conosci qualcuno che fa network e "butta dentro" gente con la stessa facilità con cui poi l'abbandona?

Parlo di quelli che fanno iscrivere la gente, gli fanno fare un primo acquisto impegnativo di prodotti e poi si sottraggono alle proprie responsabilità.

Gente così costruisce castelli sulla sabbia oppure salta da un network all'altro.

Di questo tipo di persone, te l'ho già anticipato, **te ne parlerò con dovizia di particolari nel prossimo capitolo al paragrafo "La strategia del paraculo"**.

Restando a noi, nella vita e quindi anche nel network marketing raccogliamo ciò che seminiamo.

Noi possiamo insegnare solo ciò che abbiamo imparato sulla nostra pelle.

Assicurati di pensare e agire sempre come un professionista: fai anche i blocchi rossi!

Prima di passare al capitolo successivo, dove parleremo di aziende e leadership, dimmi: come ti senti?

Ti è tutto chiaro oppure sei frastornato?

Anche qui voglio ancora rassicurarti, lo faccio perché ci sono passato prima di te.

Per incoraggiarti riprendo l'esempio del guidare un'automobile.

Quando hai iniziato, tutto ti sembrava terribilmente difficile.

Il primo salto di qualità lo hai fatto quando l'uso del veicolo ti è diventato automatico.

Lo sai quando hai fatto il secondo? Te lo ricordo.

Sei diventato un guidatore esperto quando hai cominciato ad interpretare il traffico e quindi a capire al volo le situazioni.

Te ne sei reso conto quando hai introiettato il modo di fare della gente e sai cosa aspettarti da chi ti circonda.

Oggi capisci al volo cosa passa per la testa del pedone bloccato all'inizio delle strisce oppure del vecchietto che guida col cappello in testa.

Adesso sai già a cosa devi stare attento se la vettura che ti sta davanti ha lo specchietto retrovisore chiuso oppure se percorre le curve con continue correzioni della traiettoria: addirittura riesci a valutare i guidatori da come impugnano il volante!

L'esperienza costante nella guida ti permette oggi di stare nel traffico e controllare non solo quello che ti circonda ma contemporaneamente anche ciò che avviene nella tua auto, tipo i figli sul sedile posteriore oppure il tuo cane. Se sei una donna, riesci pure a truccarti!

Quando hai messo le mani sul volante la prima volta saper fare tutto questo ti sembrava utopia, oggi è semplicemente un'abilità acquisita.

Col network marketing l'esperienza è la stessa.

Se a questo punto sei perplesso, rileggi.

Se ti è tutto chiaro, allora possiamo passare al **capitolo successivo**.



Gli argomenti che **affronteremo** sono inerenti la leadership, più precisamente **la costruzione della tua leadership**.

Vedremo come **scegliere l'azienda giusta** per te e **selezionare i leader onesti** da cui farti seguire e faremo in modo, per quanto possibile, di evitarti delusioni e fregature.

Andiamo.

CAPITOLO 3

LEADERSHIP: PRIMA PARTE

Ricordi ciò che ti ho detto sin dal principio?

Il network marketing può essere una bellissima avventura, a due condizioni:

1. Devi conoscere cos'è che vuoi veramente
2. Devi coinvolgerti con un'azienda seria e con leader onesti.

Questi sono due presupposti imprescindibili e se non li tieni presenti vai incontro minimo ad una delusione se non peggio, ad un incubo.

Vediamo insieme come determinare il giusto contesto per esprimere il meglio di te e costruire la tua leadership.

1° - LO SAI COS'È CHE VUOI VERAMENTE?

Qual è il tuo perché?

Sei pienamente cosciente del motivo per cui inizi l'attività di network marketing?

Il motivo iniziale lo devi assolutamente conoscere perché l'impegno che metterai dovrà essere giustificato per coerenza al tuo obiettivo.

Ti parlo di motivo iniziale perché, andando avanti, accade anche che la tua aspettativa diventi più ampia e di conseguenza anche il tuo coinvolgimento.

La mia esperienza personale è stata questa: ho cominciato perché avevo bisogno di più soldi rispetto a quelli che guadagnavo.

Quello era il mio orizzonte iniziale e per quello mi sono impegnato.

Col tempo le cose sono cambiate e ho capito, programmato e raggiunto molto di più.

E non sto parlando solo di soldi...

Parliamo di te: tu precisamente cosa vuoi?

Me lo sapresti spiegare dettagliatamente? No, non ti chiedo di farlo: ti domando solo se sei in grado di descriverlo con precisione.

Credimi, è importante anzi fondamentale saperlo fare.

Ed è anche divertente, ti aiuto con un esempio.

Immagina di aver finalmente ottenuto un appuntamento con la persona che ti piace e t'interessa: cosa fai?

Lasci tutto al caso oppure t'impegni a creare la situazione migliore?

Se a quella persona ci tieni veramente, è ovvio che organizzi tutto perbene: fai il programma della serata, scegli il tuo abbigliamento, porti a lavare l'auto, prenoti il posto al ristorante e fai in modo di non aver rotture di scatole.

E mentre fai tutto questo ti pregusti ogni singola sfumatura di quello che accadrà. Come si dice, *"l'attesa del piacere è essa stessa il piacere"*.

Lo so, di esempi se ne potrebbero fare a bizzeffe: te ne faccio giusto un altro.

Mia moglie adora cucinare e si diverte ad ospitare: per lei quindi l'atmosfera delle festività inizia molto tempo prima con la scelta del menù, dei servizi da tavola e degli addobbi.

La verità è che quello che ad alcuni genera stress e fatica per altri è fonte di grandi emozioni, tutto perciò dipende dal nostro punto di vista.

Devi fare lo stesso con la tua attività di network, vediamo come.

Ecco **un suggerimento pratico: realizza il tuo pannello delle mete.**

Se non sai cos'è, te lo spiego.

Prima però, tieni presente che il "Programma mete e piani" è una sezione corposa di una Scuola Leadership degna di questo nome, quindi quella che ti mostro diciamo che è "la versione base".

Riservati un'ora di tempo e fai in modo di non essere disturbato.

Prendi un blocco appunti e scrivi, anzi descrivi con precisione le cose che vuoi ottenere. Sii analitico.

Se la tua prima motivazione è il guadagno, scrivi la somma di cui attualmente hai bisogno ma non fermarti al solo importo.

Che ci devi fare con quei soldi, a cosa ti servono?

Ci sono cose che vorresti comprare ma non puoi attualmente permetterti? Elencale, metti la foto ed il prezzo.

Devi essere preciso però: ad esempio, vuoi una macchina fotografica?

Metti la foto e la descrizione dettagliata: il corpo macchina, gli obiettivi e gli accessori, riporta il prezzo esatto e da chi la vuoi acquistare.

Vuoi una nuova auto? Vattela a vedere dal concessionario, siediti dentro, se puoi fatti un giro di prova e fatti fare il preventivo.

Ti è chiaro il senso di quello che sto dicendo?

Una vaga idea non è un vero obiettivo e se non sai cosa vuoi, dove troverai le energie per ottenerlo?

Il tuo Pannello delle mete funziona proprio così: più **ti ricorda esattamente ciò che desideri**, più è **in grado di motivarti**.

Devi **descrivere anche le emozioni** e le situazioni **che vuoi vivere**.

È quello che ho fatto io la prima volta, mettendoci le foto delle scarpette da bambina per mia figlia: se qualcuno pensa che sia patetico/cringe non importa, io ricordo ancora perfettamente la sensazione imbarazzante di dover chiedere aiuto ai nonni.

E poi, **mettici anche le situazioni che vuoi vivere**: è importantissimo!

Se quello che cerchi è un ambiente in cui non vieni giudicata ma apprezzata per quello che sei, scrivilo.

Se vuoi una situazione lavorativa in cui ci si aiuta reciprocamente, scrivilo.

Se è il divertimento a tirare fuori il meglio di te, scrivilo.

Te lo ripeto, sapere quello che vai cercando è fondamentale per la tua felicità.

Io so, non conoscendoci personalmente invece di felicità sarebbe più adatto parlare di auto-realizzazione ma io scelgo di dirti esattamente come la penso sin da subito.

Se ti piacciono le citazioni ad effetto, te ne riporto un paio.

“Non esiste vento a favore per il marinaio che non sa dove andare”

(Seneca - E sì, ho una formazione umanistica)

“Chi non sa cosa cerca, troverà quel che non vuole” (antico proverbio)

Nel prossimo paragrafo vorrei aiutarti a scegliere l'azienda ed i leader che devono corrispondere alle tue aspettative: ecco perché tu le devi avere chiare prima e poi tenerle presenti.

2° - COINVOLGITI SOLO CON AZIENDE SERIE E LEADER ONESTI.

Nel network marketing sei tu che ci metti la faccia: sei tu a parlare con la gente!

Oltre a questo nell'attività ci investi tempo, denaro ed energia.

Non è poco, anzi... **perciò prenditi tutto il tempo che ti serve prima di impegnarti.**

La società in cui viviamo è infetta di iperstimolazione cronica: siamo subissati di input esterni che puntano ad imporci una continua presa di posizione su ogni novità.

La cultura in cui siamo immersi è quella del cambiamento ad ogni costo, quella delle decisioni che vanno sempre prese al volo: il mantra è “accogli il cambiamento” e con la resilienza, fammi dire, ci hanno fatto “due palle così”.

E questo vale pure nel marketing: quante offerte speciali che stanno per scadere vedi ogni giorno?

Quante proposte d'affari trovi sul web? Opportunità limitate per numero e tempo che non puoi assolutamente perdere!

Ma anche il commercio tradizionale: le offerte a tempo per i divani, le automobili, i prodotti elettronici ecc.

Insomma, tutta **la realtà che ti circonda tende a metterti pressione!**

Il network marketing non fa eccezione: c'è la leggenda che solo quelli che entrano all'inizio abbiano i maggiori vantaggi e quindi

tutti a dirti che devi aderire subito perché dopo l'opportunità non sarà più la stessa.

Con questa storia, quanta gente cade in trappola e magari prende un codice con una società non ancora strutturata legalmente? E poi si ritrova esposta a molte conseguenze legate ad esempio alla commerciabilità dei prodotti o al pagamento delle provvigioni o al rilascio del tesserino da incaricato alle vendite.

Il mio consiglio è: prendila con calma, decidi dopo che hai capito e verificato.

UNA SCELTA CHE DEVI FARE CON IL CUORE E CON LA MENTE

Ti parlo come se tu dovessi ancora cominciare ma nel caso sia già coinvolto rifletterci ti fa comunque bene.

Iniziare un'attività di network è come iniziare una relazione con qualcuno.

Guarda che non sto affatto esagerando, l'analogia è corretta.

Facciamo il caso di un incontro occasionale (è solo un esempio!), qui può succedere che la scintilla nasca dall'aspetto fisico, dalla situazione, dallo stato emotivo.

Può essere un'esperienza fantastica ma poi, pensando di dover condividere la vita con quella persona, allora sì che cominci a valutare tutta una serie di elementi.

Tutto parte dall'emozione e tutto ci ritorna.

Non decidi d'innamorarti a priori di una persona, questo ti accade solo incontrandola e passandoci del tempo insieme.

Ti è mai capitato di frequentare qualcuno che in pubblico appare come una persona squisita e poi, nel privato, si rivela un essere abietto?

Tanti, dall'esterno, ne sono affascinati oppure conquistati dal carisma ma soltanto tu conosci la squallida realtà.

Oppure ti sei mai trovato invischiato in un rapporto in cui magari il sesso era fantastico ma il rispetto assente?

In casi come questi non soltanto puoi scordarti la felicità ma pure la tranquillità e comunque, alla fine, tutti i nodi arrivano al pettine.

Ecco perché **ti ripeto che devi fare una scelta consapevole.**

SCEGLI L'AZIENDA GIUSTA PER TE

È possibile che tu inizi con una e poi, nel tempo, decidi di cambiare.

Succede, non c'è nulla di male: è capitato anche a me.

Nulla di strano, pensa a chi magari si sposa e poi andando avanti si separa e realizza la propria vita felice con qualcun altro...

Ecco perché ti ripeto che **col network marketing devi fare una scelta consapevole, usando sia il cuore che il cervello.**

Perciò ti dico che come **prima cosa l'azienda ti deve piacere.**

Sì, ti deve piacere e ti ci devi trovare in sintonia piena.

Il primo aspetto che ti deve attrarre è costituito dai prodotti.

Ti deve interessare il settore merceologico, deve trattarsi di prodotti di grande qualità che ti attraggono e che vuoi usare.

I prodotti ti debbono piacere al punto di farti sentire orgoglioso di proporli e anche per questo dovresti essere tu il primo cliente della tua attività.

Attenzione a non fraintendermi: non sto legittimando l'autoconsumo obbligatorio! Su questo punto sarò più analitico andando avanti.

Restando in tema di prodotti, ti dico che dovrebbero essere del tipo di largo consumo, cioè di acquisto ricorrente.

I cosiddetti beni durevoli (ad esempio elettromedicali, sistemi di riposo e depuratori) se ci sono va bene, io stesso ci ho lavorato e con grandi risultati: ma solo i prodotti di consumo generano fatturati e provvigioni costanti e sono attrattivi per una più vasta platea, sia di clienti che di collaboratori.

Ovviamente i prodotti debbono essere totalmente conformi alla legge, il che ci porta al punto successivo.

Il secondo aspetto che devi valutare è la piena legalità dell'azienda.

L'attività di network marketing è legale ma regolamentata in modo diverso a seconda dei paesi, per cui prima di coinvolgerti verifica che la proposta sia conforme.

In Italia il riferimento principale attualmente è costituito dalla Legge 173 del 2005, di cui puoi facilmente trovare online il testo della Gazzetta Ufficiale.

L'azienda, anche se internazionale, deve avere una sede in Italia.

Quando dico sede, intendo dire un ufficio operativo, aperto al pubblico e non una semplice sede legale.

Le radici ben piantate nel terreno sono vitali per un albero che deve produrre buoni frutti per tantissime stagioni.

Stai attento alle trappole: se ti dicono che il network marketing è “in fase di pre-apertura” verifica personalmente.

Controlla che ci siano comunicati ufficiali e ricordati che fino a quando non c'è una partita iva italiana e l'iscrizione alla Camera di Commercio anche tu sei “un fuorilegge” e potresti essere chiamato a risponderne sul piano personale.

Non fidarti delle assicurazioni di chi ti vuole far entrare: ricordati l'esperienza del ristorante e della lasagna di mare.

Terzo aspetto da considerare: da quanti anni esiste l'azienda?

Le statistiche indicano che dopo cinque anni un'attività offre maggiori prospettive di durata nel tempo.

Quarto aspetto: attento alla struttura societaria.

La proprietà da un lato deve avere requisiti di buona fama, dall'altro è bene che si avvalga del supporto di veri esperti del settore ma di etica riconosciuta.

Quinto elemento: i supporti alla tua attività.

In parole semplici, l'azienda dovrebbe semplificarti al massimo l'attività e la crescita professionale attraverso **strumenti tecnici ed un serio percorso formativo**.

Per quello che riguarda gli strumenti, ovviamente il supporto dev'essere sia online che dal vivo.

Per il percorso formativo, quando dico serio intendo che sia strutturato per fasi di avanzamento coerenti al progredire della tua attività e che non rappresenti un aggravio di costi inopportuno.

Qui il discorso sarebbe lungo da sviluppare e quindi fuori contesto: ti dico solo che di cose da raccontare ne avrei e qualcosa la trovi sul mio sito.

A proposito, **il mio sito è www.eticonetwork.it**.

Puoi consultarlo e trovare altro materiale.

Sesto elemento da valutare è la comunicazione.

Prima di metterci la faccia tu è logico e doveroso che ce la metta la società quindi **analizza lo stile** che adotta: **più è chiaro, intellegibile e trasparente e più dimostra correttezza**.

Ho visto aziende, giusto per farti un esempio illuminante, che non pubblicano il Piano Compensi e quindi, chi lo volesse conoscere, dovrebbe affidarsi a persone che potrebbero presentarlo in modo inesatto sia in buona fede che per convenienza personale.

Ma vedo pure aziende che presentano come forma di guadagno lo sconto sugli acquisti personali: certo che acquistare a prezzo scontato è un bel vantaggio ma esprimersi così significa giocare sporco perché in Italia l'Incaricato alle vendite dirette a domicilio non può comprare per rivendere.

Se è l'azienda in primis a giocare con le parole, lascia stare.

La comunicazione dovrebbe sempre essere, per i miei gusti, ad alto contenuto etico: se l'argomento guadagno è pompato in modo estremo stanne alla larga.

Ho conosciuto diversi personaggi (uso il termine in senso dispregiativo, cioè per indicare persone false, manipolatrici e scorrette) che si vantavano dei tanti soldi guadagnati che gli avrebbero consentito, a loro dire, di mantenere uno straordinario stile di vita per se stessi e per la propria discendenza.

Ricordo certi discorsi dal palco di fronte a grandi platee, cose del tipo:

"Per guadagnare tanti soldi bisogna fare delle rinunce. Non è importante la quantità di tempo che si passa con la famiglia, è importante la qualità del tempo. Quando sono a casa con tutti i soldi guadagnati posso permettere alla mia famiglia di togliersi tutte le soddisfazioni!"

Evito di raccontarti catastrofi esistenziali e commerciali, puoi immaginarle: quello che voglio farti comprendere è che se la misura che usano con i familiari sono i soldi, in che modo pensi che valutino te?

Stai alla larga anche da chi usa l'azienda per soddisfare il proprio ego perché di "Marchese del Grillo" ne incontrerai tanti: non sono un'esclusiva romanesca né tantomeno italiana quindi, *mutatis mutandis*, se ne incontrano anche provenienti da altre nazioni.

Perciò, occhi ed orecchie ben aperti con chi mette i soldi ed il potere al di sopra di tutto.

Settimo elemento, l'ultimo da considerare: **il Piano dei Compensi**, quello che gli ignoranti chiamano Piano Marketing.

Qui il discorso si fa lungo ed articolato quindi semplifico al massimo.

Esistono varie tipologie di Piano Compensi ma nessuna può operare al di fuori dei criteri di sana economia.

Insomma la "storia della coperta" è sempre valida: se la tiri da una parte, allora ne scopri un'altra.

Oppure, continuando con le analogie, è come l'impasto della pizza che se lo stiri troppo si aprono i buchi.

Se i prodotti hanno un costo corretto, **le provvigioni distribuite non possono superare il 70% dell'imponibile del fatturato**: se vanno oltre, è estremamente probabile che non ci sia sostenibilità nel tempo.

Io poi starei **alla larga da sistemi con kit prodotti/starter pack** che generano bonus non lineari cioè "importi secchi", smistati in base alle qualifiche di carriera invece che un normale fatturato pagato in percentuale a tutta la linea di sponsorizzazione ascendente, così come avviene con gli ordini di clienti ed incaricati.

Altra cosa che terrei presente è **la stabilità**.

Questo significa, dal mio punto di vista, che un incaricato alle vendite non dovrebbe rimetterci la faccia per un listino prezzi "bal-

lerino” con continue offerte speciali che destabilizzano la fiducia dei clienti e del team nei suoi confronti.

Inoltre frequenti variazioni alle percentuali di guadagno o rimodulazioni del piano carriera indicano aggiustamenti che potrebbero essere funzionali anche a scopi non etici: in ogni caso denotano una scarsissima professionalità.

E chiudiamo l'argomento scelta dell' Azienda con un assioma del network marketing: la sponsorizzazione è sacra!

Siamo sempre in ambito Piano dei Compensi e qui mi verrebbe da dire che *“Io ne ho viste cose che voi umani non potreste immaginarvi...”*

Una società seria non consente cambi di linee di sponsorizzazione se non per gravi motivi: non serve qui metterci ad approfondire, ti dico solo ancora una volta di stare con gli occhi aperti.

Tutte queste situazioni io le ho viste e vissute nel corso degli anni, tanto nel network marketing ma anche in generale nella vendita diretta.

Tu quindi **pondera le cose con calma** e non decidere in fretta perché qualcuno ti mette pressione.

CAPIRE



FILTRA LE INFO
CONSERVA IL SUCCO

**etico
network**
L'AUTO PRATICO PER IL
NETWORK MARKETING

La cosa migliore che puoi fare, dal mio punto di vista, è non soltanto informarti **consultando il materiale** ufficiale della società ma anche **frequentando l'ambiente** per il tempo che ti occorre per renderti conto se l'azienda è seria.

E questo ci porta al punto successivo.

LAVORARE CON LEADER ONESTI

Anche qui, volendo, di discorsi potremmo farne tanti ma questo libro è un menù degustazione quindi limitiamoci all'essenziale.

Sei entrato in un'attività di network perché hai i tuoi obiettivi: chi può aiutarti a raggiungerli?

Hai bisogno di un leader cioè di **qualcuno che sappia guidarti ed aiutarti passo dopo passo**: non lo farà per beneficenza perché è una sua precisa responsabilità di cui si assume oneri ed onori.

Ti serve una persona che sia un riferimento affidabile e può essere sia il tuo sponsor, cioè chi ti ha presentato l'attività sia il tuo upline vale a dire il responsabile della struttura di cui sei parte.

Se vuoi sviluppare la tua attività in modo etico ci sono dei **soggetti da cui devi assolutamente stare alla larga**: li riconosci dalla strategia che usano.

LA STRATEGIA DEL PARACULO

Mamma mia che parola volgare! Ma che brutta persona che sono...

Allora **ti presento il soggetto** in questione con un paio di analogie.

Ti trovi ad un pranzo con buffet degli antipasti e sei in coda attendendo il tuo turno: ti sarà capitato? Certo che sì.

Hai presente i tizi che saltano la fila? Magari loro sono già al secondo passaggio mentre tu ancora non hai preso nulla e ti si piazzano davanti con più di un piatto in mano e fanno rifornimento massiccio proprio di quello che legittimamente aspettavi di prendere...

A volte questi soggetti sono di grossa corporatura oppure sono "persone importanti" e fanno tutto con calma e noncuranza ma se poi si accorgono di avere addosso gli sguardi indignati, allora farfugliano qualche parola che risulta comunque offensiva tipo "*Scusate, MA...*". E poi continuano imperterriti!

Capito a che tipo di persona mi riferisco? Bei tipi, vero?

Altro esempio, sempre gastronautico.

State per sedervi ad un tavolo imbandita, vi conoscete tutti e l'atmosfera è festosa.

A questo punto c'è qualcuno che si avvicina ai grappoli d'uva e acchiappa qualche acino spiccandolo qua e là invece di prendere un rametto...

Poi ti giri verso il tagliere e qualcun altro prende il coltello e taglia di netto la punta di un paio di spicchi di formaggio... Simpatici vero?

Oltretutto se gli dici qualcosa, la risposta suona del tipo *"Tanto qualcuno doveva comunque mangiarseli, se non lo faccio io lo fa qualcun altro!"*.

Cosa pensi di persone che si comportano così?

Chiamarli egoisti non è sufficiente, io userei altri epiteti ben più incisivi.

Ti prego a questo punto di non dirmi cose tipo:

"Roberto, ma quanto te la prendi: sei esagerato. Si sa che le cose vanno così. E poi sempre con questi esempi sul cibo. Ma che c'entra col network marketing?".

Eccome se c'entra, spiegone in arrivo.

Una strategia di network marketing per le persone perbene non prevede comportamenti alla Marchese del Grillo che sostiene *"Io so' io e voi non siete un cazzo!"*.

Quelli che ammirano chi si comporta da prepotente non possono definirsi persone perbene e non hanno poi diritto a lamentarsi quando ne incontrano qualcuno che l'inganna, sfruttandoli e usandoli per i propri scopi.

Noi siamo persone perbene quindi **voglio aiutarti a riconoscere questi soggetti proprio dal modo in cui agiscono** in ambito network marketing.

La prima cosa che un tipo del genere fa, nel momento in cui inizi a collaborare, **è stabilire il Principio di Autorità.**

Questo in sociologia è un concetto cardine ma qui è essenziale che te lo sintetizzo in parole semplici: in pratica **significa posizionarsi al di sopra di tutto e tutti** e quindi fare **in modo di non essere mai messo in discussione.**

Detto fuori dai denti, **imposterà il vostro rapporto in direzione: “Io dico, tu fai!”.**

Certo non userà propriamente queste parole al primo approccio, oppure diciamo che non è così frequente sentirsele dire.

Dipendendo dalla sua personalità, sostanzialmente i comportamenti sono riducibili a due tipi, l'albagia e la finta convivialità.

D'accordo, albagia è un termine poco usato ma ho fatto il liceo classico: è sinonimo di boria, alterigia, presunzione, supponenza.

La mia amica di Torre Annunziata usa un altro termine, *“cazzimma”* ed io sono d'accordo che sia più preciso ma è anche assai geo-localizzato.

Insomma stiamo parlando di un personaggio che si sente superiore e fa in modo che chi gli sta intorno si comporti di conseguenza e quindi in pratica ti farà sentire il peso del suo aiuto offrendolo come un favore del cielo.

Le parole che potresti ascoltare suonano più o meno così:

“Ascolta, non giriamoci intorno. Io sono il numero uno di questa Azienda (a livello nazionale, regionale, in questa città, “qui dentro”...) perciò so qual'è il giusto modo di lavorare. Io sono disposto ad aiutarti ma tu devi fare esattamente quello che ti dico perché non c'è tempo da perdere”.

Invece il soggetto conviviale ti parlerà con tono remissivo, da finto amico.

Il suo discorso potrebbe essere qualcosa del genere:

“Sono contento che tu sia entrata a far parte del nostro Team dove hai visto che siamo come una grande famiglia in cui ci si aiuta e ci si sostiene a vicenda. Avrai capito che io, come guida, ho tutto l’interesse a che tu raggiunga il successo quindi quello che ti chiedo è di darmi la tua fiducia assoluta...”

Una volta che avrai accettato il Principio di Autorità questo diventa il presupposto del vostro rapporto e da qui originano tutte le conseguenze.

Consideriamone insieme qualcuna.

Partiamo dall’**acquisto del primo equipaggiamento di prodotti** che è ovvio servano sia per il tuo consumo personale che per poterli mostrare, quindi va messo in preventivo: tuttavia nessuno ha il diritto di metterti sotto pressione.

In parole semplici, dovresti investire in modo razionale spendendo il giusto e quale sia la somma che ritieni giusta lo puoi decidere solo tu.

Il paraculo in questione spingerà a farti spendere il massimo usando, a seconda del suo stile, il bastone oppure la carota.

“Bastone in che senso?” mi chiederai.

Beh diciamo che se ti mostri recalcitrante o indeciso a tirare fuori i 500, 1000, 2000 o più euro ti sentirai dire che tu hai non un problema di soldi ma di fiducia anzi di mancanza di fiducia.

“Mancanza di fiducia? In che senso?” starai pensando...

Eccoti la risposta del soggetto in questione.

“Mancanza di fiducia in te stesso, non certo nell’azienda! Hai visto che l’Azienda esiste ed è solida e hai pure visto quanta gente sta avendo

successo. Quindi è evidente che il problema non è l'azienda, il problema sei tu che evidentemente pensi di non essere all'altezza, di non farcela nemmeno col mio aiuto. A questo punto ti dico una verità: chi mette poco ha poco da perdere e quindi poco s'impegna. Ed io, per persone così non ho tempo...".

Hai sicuramente compreso cosa intendo, passiamo quindi dalla "versione bastone" alla "versione carota".

Il remissivo-aggressivo cioè il finto amico ti farà presente tutti i vantaggi economici dell'acquisto più impegnativo, quindi parlerà del controvalore molto più alto che potrai velocemente monetizzare vendendo i prodotti acquistati.

Continuerà poi a metterti pressione, sempre con garbo e cortesia, rimarcandoti che si tratta di un'attività imprenditoriale e quindi è come se aprissi un negozio senza rifornire di merce gli scaffali quando invece più è pieno e meglio è.

Ricapitolando, **un primo acquisto esagerato di prodotti è la prima conseguenza di aver accettato di subire il Principio di Autorità.**

Ma siamo solo all'inizio.

Nel momento in cui una persona mette mano al portafoglio e paga significa che ha dato fiducia ed è quindi massimamente disponibile a quello che tecnicamente viene definito cross-selling: gli viene chiesto anche altro.

Quindi la manipolazione del nuovo iscritto prosegue imponendogli di produrre un fatturato mensile fisso e sapessi quanti network sono strutturati sull'autoconsumo obbligatorio!

Altra conseguenza, l'acquisto forzoso di un corso di formazione.

Di questo argomento ne ho parlato prima ma qui mi riferisco ad un prodotto extra azienda cioè ad un per-corso realizzato dall'upline in

cui sei inserito: suppongo che ti renda conto che si tratta di un business nel business.

Dal mio punto di vista, voglio ripetermi, **un leader onesto alla propria organizzazione la "formazione" deve fornirla gratuitamente**, limitando i pagamenti ai soli costi vivi di gestione, altrimenti significa che sei soltanto un limone da spremere.

Dato che stiamo parlando di spremere il limone, sappi che sei soltanto all'inizio.

Il trattamento prosegue attraverso **l'uso della tua lista nomi**.

Vediamo come.

Evito il teatrino della doppia versione hard e soft, usa tu l'immaginazione.

Ti sentirai fare un discorso di questo tipo.

"Adesso ti mostrerò come funziona la nostra attività e lo farò in modo pratico e smart. Ti farò vedere come si sponsorizza e come si vende".

(STATISTICAMENTE IL PARACULO NON SI ABBASSA A VENDERE PERCHÉ LUI DICHIARA DI ESSERE UN CREATORE DI RETI DI DISTRIBUZIONE, QUINDI IL PROGRAMMA VENDITA TI VIENE PROSPETTATO CON MINOR FREQUENZA).

Continuiamo col discorsetto.

"Dobbiamo coinvolgere in attività tantissime persone ed io ti aiuterò proprio con quelle cui tieni di più e che si fidano di te: amici, colleghi e parenti. Per evitarti di fare errori sarò io a fare tutto il lavoro di spiegazione dell'opportunità. Tu stai tranquillo perché tutti quelli che inizieranno li iscriveremo sotto di te. Ti piace l'idea? Io faccio il lavoro per te e tu guadagni: easy and smart".