

Алан Пиз



**ОТВЕТЫ В ВОПРОСАХ**

# Содержание

Предисловие.....	3
ГЛАВА 1	
Первый шаг.....	6
ГЛАВА 2	
Как получить ответ "Да".....	14
ГЛАВА 3	
Шесть стратегических методов для эффективного проведения презентации.....	33
ГЛАВА 4	
Шесть эффективных методов для формирования положительного впечатления на людей.....	43
ГЛАВА 5	
Язык телодвижений - как научиться читать знаки.....	51
Заключение .....	63

## Предисловие

### Люк и Мия.

Люк работал строителем и мечтал организовать свой прибыльный бизнес. Его жена Мия работала бухгалтером, окружающие любили ее. Однажды сосед Мартин пригласил их посетить одно собрание, на котором должна была пойти речь о перспективах какого-то бизнеса. Мартин не объяснил подробные детали этого собрания. Но так как собрание проходило всего в нескольких шагах от их дома, и они хорошо относились к Мартину, то в итоге они решили пойти и послушать, о чем там будут говорить. Кроме того, они подумали, что, вероятно, смогут поближе познакомиться с живущими поблизости людьми.

По ходу собрания, Люк и Мия не могли поверить в то, что они видели и слышали. Они увидели готовый рабочий план деятельности Сетевого Маркетинга, который давал им возможность достигнуть финансовой независимости и такого высокого уровня процветания их бизнеса, который был далеко за пределами их воображения. После этого собрания, на протяжении последующих нескольких дней, они все время говорили об услышанном. И в результате они решили начать действовать, так как считали, что каждый, кто ознакомился с этим рабочим планом, несомненно, захочет присоединиться!

Однако это не было так просто, как им представлялось. Оказалось, далеко не каждый обладал таким же энтузиазмом, как они. Даже некоторые близкие друзья не приходили на назначенные встречи, а остальные не хотели даже слушать об этом. Несмотря на это, со временем они постепенно смогли построить прочный бизнес, хотя он не развивался так быстро, как им этого хотелось.

— Только представь себе, — как-то сказал Люк своей жене Мие, люди сами называют нам причину, по которой они присоединились бы к бизнесу Сетевого Маркетинга, а не мы их убеждаем... Если бы только это было возможно..."

Такая возможность существует, и эта книга покажет вам, как правильно нужно использовать данную возможность.

Наибольший страх при мысли о вступлении в деятельность Сетевого Маркетинга у людей вызывает то, что для достижения хороших результатов в бизнесе им нужно будет превратиться в высокопрофессиональных продавцов. Эта книга познакомит вас с простой системой, которая позволит вам достаточно легко привлекать к деятельности новых людей. Здесь нет никакой хитрости или обмана, это лишь некоторые методы и принципы, которые необходимы вам для деятельности.

## Почему я написал эту книгу

Когда в 1980 году я впервые познакомился с Сетевым Маркетингом, меня поразило, что существует такая система с огромными возможностями, которая и проста, и легальна, и этична, и не утомительна, и в то же время приносящая большие доходы. И это не была лишь еще одна схема "как быстро разбогатеть" — это была система "как стать богатым".

На протяжении последующих 10 лет я занимался исследованием и разработкой методов по коммуникации и торговле, которые прибавляли нули к доходам корпорации и превращали людей в миллионеров. Я подумал: "Если бы я мог представить эти высокоэффективные методы Сетевому Маркетингу, результат их деятельности был бы ошеломляющий!"

Эта книга является результатом многих лет упорной работы над адаптацией, модификацией, тестированием и применением этих методов в деятельности Сетевого Маркетинга.

Вы найдете эти методы довольно простыми, легко поддающимися запоминанию, но которые продвинул вас вперед по дороге к великому успеху, как и тысячи других людей, таких же, как и вы, лишь сейчас открывающих эти методы для себя.

А замечательным здесь является то, что вам не надо переучиваться. Достаточно посвятить 2 часа изучению этих методов, плюс немного практики, и вы увидите, как ваш бизнес начнет подниматься на более высокий уровень.

### Обещание

Ниже я даю обещание, связанное с системой, с которой вы ознакомитесь в этой книге.

---

*Если вы обещаете выучить методы наизусть и использовать эти методы на протяжении 14 дней без перерыва, то я в свою очередь обещаю, что результаты, которые вы получите, превзойдут все ваши ожидания.*

---

Это довольно ответственное обещание, не так ли? Однако это также двухсторонняя договоренность. Я хочу, чтобы вы мне пообещали выучить методы так, что, разбуди вас среди ночи, вы смогли сквозь сон повторить их слово в слово. Исключаются всевозможные отговорки "если", "но" или "может быть", остается лишь время, посвященное неутомимому заучиванию методов. Только таким путем вы сможете добиться желаемых результатов. В большом числе разнообразных

рискованных кампаний, где я выступал в качестве консультанта или партнера, нам удавалось заработать сотни миллионов долларов и привлечь к работе тысячи желающих присоединиться к нашему бизнесу, увеличить их первоначальный капитал на 20%, 50%, 100%, 500% и даже 1000%, используя лишь данную систему. Здесь нет никакого преувеличенного утверждения. То, что вы узнаете из этой книги, может кардинально изменить вашу жизнь, при условии, если вы будете следовать предложенной вам системе. Если вы согласны, прямо сейчас громко скажите: "ДА".

Если вы не сказали громко "ДА", возвратитесь к началу этой страницы и прочитайте все сначала еще раз.

Примечание: в тексте употребление слова "он" относится в равной степени и к мужчинам, и к женщинам. В случае существования половых различий при описании поведения человека будет отмечено отдельно.

### Ваш личный турбо-усилитель

Существует большое множество великолепных книг и кассет, рассказывающих о том, как правильно назначать деловые встречи и как преподносить свой бизнес-план. Эти книги показывают, что вы должны выполнять в точности, что говорить и как говорить, чтобы добиться положительного ответа и хорошей перспективы для вашего бизнеса на деловых встречах.

Информация этой книги предназначена лишь для того, чтобы дать новый импульс вашим уже существующим представлениям без их изменений. По этой причине основное внимание в этой книге уделено стержневому вопросу: "Как найти Горячую Точку".

Никогда не изменяйте то, что уже успешно работает — лишь турбо-заряжайте это!

**Алан Пиз**

# Глава #1

## Первый шаг

### Следуйте СВОЕЙ МЕЧТЕ!

Немногие люди сразу способны расшифровать значение заголовка "Первого шага", как и большинство других явлений в нашей жизни. Для нетренированных глаз — это лишь серия несвязанных линий, которые не таят в себе никакого смысла. Однако, когда вы узнаете, как читать эти линии, вы осознаете, что лишь нуждались в небольшом изменении угла вашей точки зрения, чтобы обнаружить ответ. И это именно то, чему мы вас научим делать с помощью этой книги. (А теперь возьмите книгу в руки, вытяните руки вперед так, чтобы книга была параллельна полу, закройте один глаз и снова посмотрите на этот рисунок.)

#### Пять золотых правил для достижения успеха

В нежном одиннадцатилетнем возрасте я участвовал в распродаже губок домашнего обихода для того, чтобы собрать деньги на строительство нового клуба для нашего скаутского отряда. Наш скаут-мастер был мудрым пожилым человеком, который однажды открыл мне один секрет, который я назвал закон распределения вероятностей. Я применяю это правило на протяжении всей своей жизни и гарантирую, что тот, кто будет использовать его в своей жизни, в конечном счете, достигнет успеха. Я передаю вам это правило в точности, как его впервые услышал: "Удача — это игра, чем дальше играешь, тем больше выигрываешь. И чем больше выигрываешь, тем более успешно играешь".

#### Давайте применим это правило к Рабочей Сети

"Вытекающим результатом вашей деятельности по привлечению большего количества людей к вашему бизнесу будет то, что к вам будет присоединяться большее количество людей, и чем больше людей вам удастся привлечь, тем профессиональнее вы станете".

#### Правило № 1 Больше общайтесь с людьми

Это наиболее важное правило. Не упускайте случая беседовать с каждым, кто будет находиться возле вас и слушать вас достаточное количество времени. Не становитесь снобом по отношению к потенциальному партнеру по бизнесу или карточным шулером, который пытается быть психоаналитиком, пробуя выбрать нужные карты из

колоды кандидатов в партнеры. Если вы вдруг осознаете, что занимаетесь просмотром списка потенциальных кандидатов вашего бизнеса, комментируя: "... а, они слишком стары... другие слишком молоды... эти слишком богаты... слишком бедны... недостижимы... слишком умны..." и т.д., знайте, что вы направляетесь по дороге, ведущей к провалу. С самого первого этапа построения вашего бизнеса вы должны разговаривать с каждым, потому что нуждаетесь в практике. Когда вы говорите с каждым о вашем бизнесе, то по правилу среднего числа вы достигните успеха, вопрос лишь в том, какого именно успеха. Не существует таких проблем в вашем бизнесе, которые не решались бы путем увеличения вашей активности. Если вы угнетены вопросом, по какому руслу направляется ваша жизнь, просто увеличьте число презентаций своего бизнеса. Если ваш бизнес не развивается так быстро, как вам бы этого хотелось, увеличьте производительность. Увеличение активности — это панацея от всех бед. Говорите с каждым. Это Первое Правило.

## Правило № 2 Больше общайтесь с людьми

Не прекращайте звонить людям. Вы можете организовывать лучшие презентации, но если их не увидит достаточное количество потенциальных кандидатов, это не имеет никакого значения. Вы можете быть превосходно одеты и обладать всеми достоинствами хорошего человека, но без значительного числа презентаций вашего бизнеса вы не достигните никакого результата. Говорите с людьми.

## Правило № 3 Еще больше общайтесь с людьми

Многие попадающие в рабочую сеть безрассудно бросаются в бизнес и поэтому никогда не достигают хороших результатов, думая при этом, что удача обходит их стороной из-за недостаточной сообразительности клиентов. Однако это не так — это происходит по причине недостаточного общения с потенциальными кандидатами.

Не переставайте говорить о вашем бизнесе. Если вы будете следовать этим трем правилам, вам будет сопутствовать чрезвычайный успех!

## Правило № 4 Используйте закон распределения вероятностей

Закону нормального распределения вероятностей подчиняется любая деятельность в жизни. Это означает, что если вы будете снова и снова делать одно и то же, точно таким же образом, находясь под влиянием одной и той же окружающей среды, то и результат будет оставаться тоже неизменным. Например, вероятность выигрыша 1\$ в игровом автомате в среднем составляет 1:10. Из каждых нажатых вами 10 раз кнопки общая сумма полученного вами выигрыша будет составлять от 60 центов до 20\$. Ваш шанс выиграть сумму от 20\$ до 100\$ теперь равен 1:118. В сущности, здесь не надо обладать особыми навыками,

машина уже запрограммирована выплачивать определенный процент от полученной суммы.

В страховом бизнесе я обнаружил, что вероятность составляет 1:56. Это означает, что если я выйду на улицу и задам негативный вопрос: "Не хотели бы вы купить страховку на жизнь?", то только один человек из 56 ответит: "Да"! Это говорит о том, что если я задам этот же вопрос 168 раз, то смогу продать 3 контракта за день и попасть в число 5% лучших страховых агентов!

Если вы будете стоять на углу улицы и спрашивать каждого проходящего: "Хотите ли вы присоединиться к моей рабочей сети в моем бизнесе?", закон вероятности принесет результат: 1 из 100 ответит "Да". Закон Вероятности всегда срабатывает.

Когда я был ребенком, продававшим от двери к двери губки для домашнего хозяйства по цене 20 центов, соотношение моего среднего результата выглядело так:

### **10:7:4:2**

Из каждых 10 дверей, в которые я стучался в промежутке времени с 4 до 6 часов после полудня, только 7 человека открывали дверь, лишь 4 человека могли выслушать меня и, в конечном результате, только 2 человека покупали мой товар. Таким образом, я зарабатывал 40 центов в день, а это были большие деньги в 1962 году, особенно для одиннадцатилетнего мальчика. Я мог бы стучаться и в 30 дверей за один час, продавая за два часа 12 губок и получая в результате прибыль, равную 2,40\$. Так как я понял, но какому принципу действует закон вероятности, то никогда не расстраивался ни из-за тех 3 дверей, которые никогда не открывались, ни из-за тех 3 человек, которые не хотели выслушать меня, и даже ни из-за тех 2, которые не покупали мой товар. Все что я знал, так это то, что, постучавшись в 10 дверей, я получу 40 центов. Иными словами, каждый раз, когда я дотрагивался до двери, я уже зарабатывал 4 цента, независимо от того, что происходило после.

Это для меня являлось сильной побуждающей силой — надо только постучаться в любые 10 дверей и получить свои 40 центов! Весь успех зависел лишь от того, как быстро я мог стучаться в эти двери.

**Записывайте свои результаты и подсчитывайте среднее число**

Ведение статистики, подсчет и запись средних результатов, полученных в ходе моей торговой деятельности, было для меня мощнейшим стимулом. Вскоре меня перестало беспокоить, когда двери не открывались, когда меня не выслушивали и когда не покупали мой товар.

До тех пор, пока я продолжал стучаться во многие двери и посещать презентации, успех всегда сопутствовал мне. Теперь я мог расслабиться и с удовольствием стучаться в двери.

---

*Запись и ведение статистики средних результатов своей деятельности помогают вам сохранить уверенность в себе и удерживают вас на верном пути.*

---

Это основной ключ, поддерживающий ваше усердие и помогающий вам оставлять без внимания отклоненные предложения. Когда вы сосредоточены на среднем результате, все остальное вас перестает беспокоить. У вас есть стимул сделать следующий телефонный звонок как можно быстрее. Без понимания принципа действия закона распределения вероятностей вы будете зависеть от мысли, что же произойдет с вами потом. Если кто-то скажет вам "Нет", вы можете упасть духом. Если дверь не откроется, вы можете впасть в депрессию. Однако, поняв и приняв принцип действия Закона Вероятности, ни одна из этих причин не будет вас волновать. Продолжая вести статистику ваших звонков, презентаций, новых членов, вы быстро сможете определить свое собственное среднее соотношение от полученных результатов.

### Мой личный 9\$ игровой покер-автомат

Когда я был подростком, то вечерами подрабатывал, продавая товары домашнего обихода: кастрюли, сковороды, постельное белье и одеяла, в основном работая по рекомендациям. Мое результативное соотношение было:

**5:3:2:1**

Из каждых 5 телефонных звонков рекомендованных мне клиентов 3 назначали мне встречу. Однако я знал, что у меня есть шанс показать мой товар только двоим, так как третий клиент, как правило, по тем или иным причинам либо просто не приходил, либо перезванивал и отменял назначенную встречу. Из оставшихся 2 потенциальных клиентов, кто соглашался выслушать меня и посмотреть товар, только один в конечном результате покупал его. Продавая свой товар одному покупателю, я зарабатывал 45\$. Таким образом, обзвонив 5 человек за вечер, я получал результат суммой в 45\$, а это означает, что каждый сделанный мною телефонный звонок приносил мне прибыль в 9\$. Также это означает, что каждый положительный телефонный ответ приравнивается к 15\$ моего заработка, независимо от того, все ли они совершат у меня покупку или нет, все ли придут на назначенную встречу или нет и независимо от того, что они мне сказали по телефону! Ого! Это было просто замечательно!

На большом листе бумаги я нарисовал крупную цифру 9\$ и повесил на стене возле моего телефона. С каждого человека, отвечающего на мой телефонный звонок, я получал прибыль в 9\$. С каждого положительного

ответа на мое предложение и договоренности о встрече я зарабатывал 15\$. Это означало, что я полностью взял под контроль ход моей судьбы! Большинство людей, которые занимались со мной этим бизнесом, независимо от возраста, впадали в отчаяние при каждом отрицательном ответе на их предложения. Вскоре я стал лучшим продавцом компании в стране.

Мое итоговое соотношение 5:3:2:1 расшифровывалось так:

Телефонные звонки	9.00\$
Назначенные встречи	15.00\$
Презентация товара	22.00\$
Продажа товара	45.00\$

Я никогда не искал людей, желавших купить мой товар. Моей основной целью было звонить моим потенциальным покупателям.

Это и является основным ключом. Не заостряйте свое внимание на привлечение новых дистрибьюторов — обращайтесь внимание на потенциальных кандидатов, тех, кто будет слушать вашу презентацию. Закон Вероятности позаботится обо всем остальном.

### Время большого успеха

В 20-летнем возрасте я стал работать страховым агентом в одной страховой компании. Когда мне исполнился 21 год, я был самым молодым агентом, который в первый год работы смог продать контрактов на сумму больше, чем один миллион долларов. В качестве вознаграждения мне присвоили квалификацию члена клуба круглого стола "Миллион Долларов". Мое итоговое соотношение было:

### **10:5:4:3:1**

Из каждых 10 человек, отвечающих на мой телефонный звонок, только 5 человек соглашались на встречу, один из них, как правило, не держал слово, таким образом, я имел возможность встретиться только с 4 потенциальными кандидатами. Из этих 4 человек только 3 выслушивали до конца мою презентацию и только один из трех, в конечном результате, покупал мой контракт. С одного проданного контракта я зарабатывал 300\$. Я всегда был сосредоточен на том, чтобы набрать 5 человек, которые бы согласились на встречу. Я никогда не заострял внимание на тех кандидатах, которые не проявляли особого интереса на мои предложения, на тех, кто не слушал мои презентации или на тех двух, которые не покупали мои контракты. Эти действия были лишь необходимой составной частью, чтобы найти своего покупателя. На самом деле, если кто-то один из кандидатов не реагировал на мои предложения, я не расстраивался, так как рассчитывал только на одного покупателя — в любом случае я зарабатывал свои 60\$.

Вы в бизнесе, где все зависит от чисел.

Я знал, что 10 человек ответят на мой телефонный звонок, что 5 человек из 10 согласятся прийти на встречу, и что, в конечном результате, я заработаю 300\$ комиссионных. Поэтому каждый раз, получая ответ на мой телефонный звонок, я зарабатывал по 30\$.

Мое итоговое соотношение расшифровывалось так:

Телефонный звонок	30.00 \$
Назначенные встречи	60.00 \$
Презентации	75.00 \$
Законченные презентации	100.00\$
Проданный контракт	300.00 \$

Когда мне был 21 год, я уже смог купить себе дом, я водил последнюю модель автомобиля Mercedes-Benz и жил в полном достатке. Все остальное зависело лишь от того, как часто по телефонным разговорам я набирал группу из 5 кандидатов, которые бы согласились прийти на встречу.

Правило № 5 Повышайте свой среднестатистический результат

В то время, когда работал в страховом бизнесе, я знал, что каждый раз, когда я поднимал телефонную трубку и разговаривая с одним из моих потенциальных клиентов, все равно с каким, это уже приносило мне заработок 30\$. Однако мое соотношение: 10 телефонных звонков и из них только 5 назначенных встреч, по моему мнению, не было достаточно хорошим результатом, так как это говорило о том, что я пропускал сквозь пальцы слишком много кандидатов. Я нуждался в системе, которая бы помогла мне достигнуть результата, равного, по меньшей мере, 8 встречам из 10 телефонных звонков. И это означало бы, что мне не надо продолжать так же усердно искать новых кандидатов, как раньше, так как я перестал бы их терять при телефонном разговоре. Мое соотношение встреч к презентациям было бы 5:4, то есть 20% моих кандидатов не были заинтересованы в моих предложениях. Значит, мне следовало повысить эффективность моих телефонных звонков. Мое среднее соотношение презентаций к продажам было 3:1 и также нуждалось в улучшении. Но даже если бы я ничего не собирался изменять в моей системе, все равно каждый сделанный мною телефонный звонок продолжал бы приносить мне 30\$.

---

*Закон Вероятности всегда работает на вас.*

---

Продолжайте контролировать ваши соотношения — это поможет вам контролировать себя, укажет вам места, которые нуждаются в доработке и улучшении, и откроет вам перспективу успешного бизнеса.

## Средние результаты в бизнес сети

В начале 70-х годов я обучал бизнесменов, работающих в маркетинговой сети, которые в последствии, работая индивидуально и в организациях, достигли наивысших успехов в своем бизнесе.

Типичное среднее соотношение для рабочей сети маркетинга:

10:6:3: 1

Из каждых 10 потенциальных кандидатов, кто прослушал вашу презентацию, 6 человек загорятся этой идеей и согласятся присоединиться к бизнесу. В действительности только половина из них начнет работать, и только один человек из трех добьется настоящего успеха. Один из двух оставшихся кандидатов со временем затеряется в неизвестности, с другой будет продолжать покупать для себя необходимые товары, неактивно участвуя в бизнесе. Таким образом, показывая свой рабочий план каждому из десяти кандидатов, вы получаете только одного плодотворного долгосрочного дистрибьютора.

А сейчас наиболее важный вопрос:

---

*Сколько времени у вас уходит на разговор о бизнесе с каждым из 10 человек?*

---

Ваш ответ на этот вопрос определит темп развития вашего бизнеса. В бизнесе по страхованию жизни, каждый агент, в конечном результате, продаст контракты на сумму миллион долларов, разница заключается только в том, что некоторым агентам требуется намного больше времени для продажи контрактов, чем другим. Например, некоторым потребуется от 3 до 5 лет, в то время как другим достаточно одного года. Вот, где таится ваш выигрыш и залог успеха вашего бизнеса. Я так научился планировать организацию своих встреч с кандидатами, что мог продавать контракты на сумму миллион долларов каждые 12 недель! Таким образом, ею была проблема планирования, а не проблема продаж! В бизнесе Сетевого Маркетинга ситуация абсолютно идентичная. Причина, по которой многие работники Сетевого Маркетинга не достигают высокого уровня успеха в бизнесе, заключается не в том, что они не достаточно убедительно разговаривают со своими кандидатами, а в том, что они не встречаются с достаточным количеством кандидатов! Если вы хотите немедленно удвоить ваши результаты, вот вам совет —

---

*Встречайтесь в этом году с кандидатами следующего года!*

---

В следующем году вы собираетесь звонить новым кандидатам и рассказывать им о вашем бизнесе, правильно? Отлично, позвоните им раньше! Встретьтесь с ними уже в этом году, идите на встречу с ними прямо сейчас! У вас не существует проблемы в продаже. Секрет успеха заключается в организации наибольшего количества ваших встреч и в желании как можно больше разговаривать с окружающими вас людьми. Встречайтесь с людьми как можно быстрее! Время большого успеха в Бизнес - Сети зависит не от умения убеждать людей, а от умения правильно организовывать как можно больше встреч и так часто, как только это возможно. Улучшение вашего среднего результата — это лишь учебный процесс.

## ГЛАВА #2

### Как получить ответ “Да”

#### Метод четырех ключей

Когда вы рассказываете о своем бизнесе, то думаете, что ваши слушатели верят вам?

Ответ короткий — нет. Они предполагают, что вы будете пытаться убедить их подписать ваш контракт. Они ожидают, что вы начнете предлагать свой товар и, вероятно, готовятся сохранять оборонительную позицию и быть осмотрительными, это не зависит от того, как хорошо вы знаете друг друга. Здесь вы сталкиваетесь с такой проблемой:

---

*У людей будет расти, раздражение и недоверие ко всему, о чем вы будете им говорить.*

---

Не потому, что вы неубедительно говорите, а потому, что это говорите вы. Если вы говорите это, значит, это ваша идея, а не их. Таким образом, кандидаты чувствуют себя правыми в усилении их недоверия. С другой стороны —

---

*Все, что кандидат говорит вам, — это правда.*

---

Потому что, если они говорят что-то, то это их идея, а не ваша. Это делает идею приемлемой, и кандидаты не чувствуют принуждения, и не возникает причин для раздражения.

Метод, с которым вы сейчас познакомитесь, позволяет вашим кандидатам добровольно высказать то, чего они в действительности хотят, а вы будете их слушать. Если вы скажете вашим кандидатам: "Вы будете жить очень хорошо, и у вас будет все, что вам захочется", то вам могут ответить: "Но я и так живу достаточно хорошо". Надо полагать, что возражение даже не будет искренним. Единственной причиной для появления неодобрения будет лишь та, что заявление сделали вы.

Однако если ваш кандидат сам скажет вам абсолютно то же самое, это будет истиной. Например, если ваш кандидат скажет: "Я бы хотел повысить свой уровень жизни и получать больше хорошего в жизни", то в этом случае не появится никаких возражений, потому что он сам

высказал свое желание. Это была его идея, а не ваша.

---

*Когда вы используете Метод "Четырех Ключей": Ваши кандидаты сами будут говорить вам о том, что они хотят, а вы будете их слушать.*

---

## Почему люди возражают

Однажды я спросил одного из работающих в нашей бизнес-сети, как прошло последнее собеседование с новым кандидатом. Он ответил мне: "Не очень хорошо — она не казалась заинтересованной". Я спросил, что подразумевается под этим, и он сказал: "Я не знаю точно, просто у нее не вызвало большого интереса то, о чем я ей говорил".

---

*Не существует кандидатов, которые не заинтересовались бы вашим предложением, существуют только презентации, которые не могут заинтересовать кандидатов.*

---

В действительности это означало только то, что он сам не смог достаточно интересно преподнести свои предложения.

Очевидно, когда вы сами достаточно заинтересованы и можете интересно подать свою идею, то и вашим кандидатам станет интересно.

## Четыре ключа от сундука с сокровищами сетевого маркетинга

- 1. Растопите лед**
- 2. Найдите горячую точку**
- 3. Нажмите горячую точку**
- 4. Получите обязательство**

Эти четыре ключа составляют комбинацию с помощью, которой в кратчайшие сроки вы сможете получить ответ даже при самой недоброжелательной начальной реакции людей на ваши слова.



Цель этого этапа заключается в создании контакта с вашими кандидатами, рассказывая о себе и получая сведения о них. Основная задача этого ключа заключается в создании ясной картины того, что вы из себя представляете, и что представляют собой сидящие перед вами люди.

Если вы понравились человеку, то становится возможным, что

понравится и то, что вы предлагаете. Практически бессмысленно показывать людям ваш рабочий план, если вы не завоевали их симпатию или доверие. Как долго вам надо находиться на этом этапе?

---

*Ровно столько времени, сколько вам нужно, чтобы завоевать симпатию и доверие людей.*

---

Если вы смогли завоевать доверие, то завоевали и благодарных слушателей. А это то, что вам и требовалось. С некоторыми кандидатами вам потребуется для этого всего несколько минут, а с некоторыми может понадобиться тридцать или сорок.



Давайте полностью проясним картину того, что происходит на этом этапе. Ваши кандидаты могут потерять эмоциональное равновесие, они могут стать взволнованными, подавленными, обеспокоенными, раздраженными или даже рассерженными. Рассерженными не на вас, а на самих себя. На этом этапе презентации нет места для безразличия! Если люди безразличны к своим идеалам и у них не существует своих целей и стремлений, они также безразличны и к своей работе. Вам незачем привлекать в ваш бизнес безразличных людей. Люди с сильными эмоциональными стимулами захотят заниматься этим бизнесом. На этом этапе вы научитесь выявлять Основной Побуждающий Фактор или ОПФ.

ОПФ является причиной, по которой люди захотят присоединиться к вашему бизнесу.

---

*Каждый человек побуждаем одной из двух, причин: получить прибыль или избежать страдания.*

---

С помощью этого ключа вы сможете открывать их Основной Побуждающий Фактор и разжигать огонь желаний, после того, как вы его обнаружите. На этом этапе ваши кандидаты откроют вам, что они хотят получить или какой боли хотят избежать. Это главный Ключ из всех Четырех Ключей, потому что люди на этом этапе выражают свои надежды, мечты и опасения.

Почему люди покупают

Наше исследование показало, что Основными Побуждающими Факторами большинства людей, присоединяющихся в организацию Сетевого Маркетинга, являются:

- Дополнительный доход
- Желание приобрести финансовую независимость
- Развитие своего бизнеса
- Увеличение свободного времени
- Стремление к личному усовершенствованию
- Желание помогать другим
- Приобретение новых знакомств
- Желание уйти с работы
- Оставление наследства

Когда вы изучите этот список, то найдете в нем и свою основную причину, по которой вы захотели работать в бизнесе Сетевого Маркетинга. Вероятно, существуют еще и дополнительные причины, но одна причина всегда преобладает над другими. Это и есть ваш Основной Побуждающий Фактор.

Так как Основной Побуждающий Фактор является наиболее важным, необходимо понять, что:

---

*Не у всех Основной Побуждающий Фактор аналогичен Вашему.*

---

Например, вы любите шоколадное мороженое. Но это не означает, что каждый человек любит именно шоколадное мороженое. Некоторые предпочитают клубничное или крем-брюле. Если вам нравится шоколадное мороженое, вы не только будете легко говорить об этом, но также будете рекомендовать его своим друзьям, и вам будет трудно понять, почему не всем оно нравится. Большинству людей нравится шоколадное мороженое, но это совсем не обязательно означает то, что это любимое лакомство каждого. Некоторые люди даже страдают аллергией от шоколада.

Следующие истории из реальной жизни покажут вам силу, которой обладает Основной Побуждающий Фактор.

### Почему Рон не присоединился

Альберт был дистрибьютором. Он присоединился к бизнесу Сетевого Маркетинга, потому что хотел приобрести финансовую независимость. Он хотел быть сам себе начальником и определять свою прибыль. Он хотел получить свободу, жить в свое удовольствие, определить своих детей в лучшую школу, купить дачу и т. д. Финансовая независимость являлась его Основным Побуждающим Фактором, так как могла дать ему и все остальное. Он был эмоционально поглощен своими мечтами и мог говорить о них, не переставая, с искренним энтузиазмом.

На одном местном благотворительном собрании, он встретился с молодым человеком по имени Рон и пригласил его ознакомиться со своим

бизнесом. Альберт представил Рону свой рабочий план как всегда, с обычным пылким энтузиазмом. В тот момент эта презентация произвела определенное впечатление на Рона, и он согласился присоединиться к бизнесу.

На самом же деле Альберт никогда больше не видел Рона и недоумевал, что же могло случиться. Почему Рон не начинает работать?

Причина же заключалась в том, что для Рона, приобретение финансовой независимости не было Основным Побуждающим Фактором. У него не было стремления стать богатым, жить в большом доме и водить модный автомобиль. Он был вполне счастлив, живя в своем скромном Доме, который унаследовал от своей матери. Он предпочитал ездить на поезде, где он мог почитать газету, чем проводить время, застряв в Дорожных пробках. Рон не отказался бы стать финансово независимым, но для него один этот факт не был достаточно силен, чтобы побудить его к действиям.

В действительности побудить Рона к действиям могли возможность общения с новыми людьми, приобретение новых навыков и возможность делать вклады в общественные организации — вот по этой причине он и посещал благотворительные собрания. А поскольку Альберт был очень увлечен своим рассказом о финансовой независимости, Рон не имел никакой возможности рассказать о том, что его в действительности интересует. Несомненно, что вначале Альберт зажег интерес Рона своей энергичной презентацией, но на следующий день после восхода солнца весь пыл бесследно рассеялся. Основной Побуждающий Фактор Рона — помогать другим людям — не был обнаружен.

### Ошибка Джейн

Джейн была тридцатичетырехлетней матерью-одиночкой с двумя детьми. Она работала в Сетевом Маркетинге уже на протяжении двух лет. На одном вечернем банкете она встретила Дэвида. Дэвид, казалось, заинтересовался ее бизнесом и был не против узнать о нем больше. Основным Побуждающим Фактором деятельности Джейн в этом бизнесе было желание иметь достаточно времени на воспитание и образование своих детей. Однако Джейн понимала, что все люди обладают различными преобладающими мотивами.

Дэвид был мужчиной пятидесятилетнего возраста, занимавшийся уборкой на контрактной основе. Таким образом, Джейн предположила, что фактор его ухода с работы может занимать лидирующую позицию. Поэтому когда Джейн стала рассказывать о бизнесе, все свои усилия она сосредоточила на объяснении, как эффективно этот бизнес может позволить людям оставить свою работу и жить в достатке.

Джейн была просто шокирована, когда в конце вечера Дэвид сказал ей, что он совсем не собирался оставлять свою работу, так как уход с

работы для него означает преждевременную смерть. Джейн ошибочно предположила, что уход с работы был бы для Дэвида его Основным Побуждающим Фактором. В результате Дэвид, не счел нужным присоединиться к ее бизнесу.

---

*Никогда Не Предполагайте!*

---

Когда вы предполагаете Основной Побуждающий Фактор других людей, вероятнее всего, что вы определите фактор неверно. Даже в случае, если ваши предположения и будут верны, высказанные вами идеи не будут обладать достаточной силой воздействия на вашего кандидата, так как это будет изначально ваша идея, а не его.

### Как обнаружить основной побуждающий фактор

Вам понадобится наглядный образец с перечнем всех Основных Побуждающих Факторов. Этот список вы можете поместить с обратной стороны вашей бизнес-карты или можете его написать на любом листке бумаги карманного размера, чтобы всегда иметь возможность его просмотреть. Здесь этот список представлен снова:

- Дополнительный доход
- Желание приобрести финансовую независимость
- Развитие своего бизнеса
- Увеличение свободного времени
- Стремление к личному усовершенствованию
- Желание помогать другим
- Приобретение новых знакомств
- Желание уйти с работы
- Оставление наследства

Существует простой метод по использованию вашего списка — задайте вашему кандидату вопрос:

"Знаете ли вы, почему люди присоединяются к бизнес-сети?"

Прелесть этого простого вопроса заключается в том, что ответ "Нет" дает вам возможность сказать:

"Разрешите вам объяснить".

И в этот момент вы вынимаете свой список. Если ваш кандидат на заданный вопрос ответит: "Да", то вы спросите его:

"Как вы думаете" почему они присоединяются в бизнес?"

Ваш кандидат начнет высказывать вам некоторые реально

существующие и некоторые вымышленные причины, которые, по его мнению, влияют на то, что люди начинают свою деятельность в бизнесе Сетевого Маркетинга. Когда он начнет отклоняться от темы возможных причин, спросите его: "Какие еще, по-вашему, мнению существуют причины?" Он ответит вам: "Я больше не знаю". Тогда вы говорите:

"Разрешите вам показать".

И вы вынимаете ваш список с Основными Побуждающими Факторами.

Затем задайте Пять Золотых Вопросов.

Эти вопросы будут являться пятью наиболее важными вопросами, которые вы когда-либо задавали. Они дадут вам дополнительную возможность достигнуть высоких результатов в бизнесе Сетевого Маркетинга. Выучите эти вопросы наизусть до автоматизма. Порядок слов не должен быть нарушен. Это часть вашего обещания, которую вы должны выполнить.

### **Пять Золотых Вопросов**

- 1. Что для вас важнее всего в жизни?*
- 2. Почему вы выбрали именно это?*
- 3. Почему именно это для вас является наиболее важным?*
- 4. Что произойдет, если у вас не будет возможности получить это?*
- 5. Почему это так волнует вас?*

Выучите эти вопросы слово в слово. Не отклоняйтесь в сторону от темы, когда вы их задаете. Предельно важно сохранить последовательность этих вопросов.

Некоторые работники бизнес-сети во время разговора с новыми кандидатами используют подход, "вызывающий любопытство", другие же предпочитают "прямо непосредственно" приступать к объяснению сути бизнеса. В следующих примерах будут использованы тенденции направленного прямого объяснения при беседе, так как они более доступны для демонстрации. Нижеследующие диалоги не являются вымышленными.

### **Анджи встречается с Рэй и Руф**

Рэй и Руф были молодой семейной парой, им было двадцать с небольшим лет, недавно они переехали в свой новый дом, расположенный совсем недалеко от дома, где жила Анджи. В одном из обычных соседских разговоров Анджи упомянула о своем бизнесе и предложила, если им интересно, рассказать, в чем он заключается.

Руф вежливо поблагодарила и сказала, что не думает, что это заинтересует их, так как они совсем не располагают свободным временем

— Рэй работает на двух работах, а по ночам они занимаются благоустройством нового дома.

Анджи ответила, что подобная ситуация характерна для большинства людей, которые работают на двух работах и только что переехали в новый дом. Тем не менее, если у них когда-нибудь появиться желание узнать больше информации о ее бизнесе, она с удовольствием встретиться с ними в любой удобный для них момент. В конце разговора Анджи все-таки пригласила их на чашечку кофе к себе домой. "В субботу, скажем, в четыре часа, вас устроит?" — спросила она. Рей и Руф согласились и, как и договорились, пришли в четыре часа. За чашечкой кофе, в ходе дружеской беседы. Анджи немного рассказала о своем бизнесе. Рэй и Руф сказали Анджи, что они уже слышали о существовании такого бизнеса и даже знали некоторых людей, которые начинали работать в нем, но, в конце концов, прекращали свою деятельность, так у них ничего не получалось. Они думали, что этот бизнес как-то связан с мощными средствами и спросили: "Это что-то вроде Amway?" В этот момент Анджи взяла ход разговора под свой контроль:

**АНДЖИ:** "Знаете ли вы, почему люди начинают работать в нашей бизнес сети?"

**РЭЙ:** "Это торговля по принципу пирамиды, не так ли?"

**АНДЖИ:** "Разрешите вам объяснить" (Она вынула заранее приготовленную ОПФ карту) "Здесь изложены основные причины, по которым люди начинают работать в бизнесе Сетевого Маркетинга. А что для вас важнее всего в жизни?"

**РЭЙ:** "Эээ... ммм... Для нас, я думаю, — обладать финансовой независимостью".

**РУФ:** (Уверенно) "Это, несомненно, так!"

**АНДЖИ:** "Почему вы выбрали именно это?"

**РЭЙ:** "Очень просто, потому что я работаю на двух работах, чтобы выплатить заем, который мы взяли для покупки дома, и Руф тоже работает сверхурочно, чтобы, когда придет время увеличить состав нашей семьи, у нас были сбережения, которые мы могли бы использовать. Мы хотим, чтобы наши дети получили хорошее образование, и не хотим зависеть от финансовых проблем".

**АНДЖИ:** "Почему именно это для вас является наиболее важным?"

**РЭЙ:** "Как я уже сказал, мы хотим выплатить весь заем и дать нашим детям хорошее образование. Руф и я никогда не имели этой возможности".

**РУФ:** (Вступая в разговор) "Да, все это именно так. Мои родители всегда еле-еле сводили концы с концами. И мы не хотим, чтобы наша жизнь была такой же".

**АНДЖИ:** "Что произойдет, если у вас не будет возможности получить финансовую независимость?"

**РЭЙ:** "Мы окажемся в той же лодке, что и наши родители. Это означает — строгий контроль бюджета и существование от получки до получки"

**РУФ:** "Потребуется довольно много денег, чтобы дать нашим детям хорошее образование. Без дополнительных доходов мы не сможем заложить хороший фундамент для их жизни".

**АНДЖИ:** "Почему это так волнует вас?"

**РЭЙ:** (Говорит напряженно) "Как мы уже сказали, если не пытаться достигнуть финансовой независимости, то всегда будет только бесконечная череда работы, а кто хочет так жить?"

**РУФ:** "Плюс ко всему, мы должны позаботиться о нашей старости. Вот почему мы работаем так много".

Выводы:

Ничего особенного не было сказано в этом разговоре, ничего особенного, чего бы ни упомянула любая другая аналогичная молодая семья. Разница, однако, заключается в том, что Анджи в ходе разговора использовала Пять Золотых Вопросов и поэтому Руф и Рэй высказывали сами свои Основные Побуждающие Факторы. Даже в том случае, если бы Анджи повезло и ей удалось выяснить, что их ОПФ — это обретение финансовой независимости, в свою очередь Рэй и Руф стали бы думать, что это навязанные им идеи. И если бы Анджи начала говорить о финансовой независимости, то у Руф и Рэй начало бы расти чувство раздражения и недоверия к ее словам. А так как они сами высказали, что думали, то не может появиться никакого раздражения.

Давайте подробнее рассмотрим эти пять вопросов:

### **1. "Что для Вас важнее всего в жизни?"**

В действительности вопрос мог бы звучать так: "По какой причине вы не могли бы присоединиться сегодня к бизнесу Сетевого Маркетинга?"

Рэй сказал, что их Основной Побуждающий Фактор — это обретение финансовой независимости. Именно по этой причине они бы могли присоединиться.

## **2. "Почему вы выбрали именно это?"**

Этот вопрос на самом деле подразумевает: "Почему вы присоединились бы именно по этой причине?" Они вдвоем объяснили, что хотят выплатить весь заем за свой дом, дать хорошее образование и никогда не испытывать нужды.

## **3. "Почему именно это для вас является наиболее важным?"**

Данный вопрос подразумевает: "Скажите мне еще раз, почему бы вы присоединились именно по этой причине?" Рей начал с такой фразы: "Как я уже сказал..." и снова повторил более уверенно причины, по которым он присоединился бы к бизнесу. Руф также присоединилась к нему, прибавляя дополнительные причины, по которым они могли бы присоединиться к бизнесу. В конце она привела в пример своих родителей, которые еле-еле сводили концы с концами, а ей совсем не хочется жить в аналогичных условиях.

## **4. "Что произойдет, если у вас не будет возможности получить финансовую независимость?"**

Этот вопрос, в сущности, спрашивает: "Что станет с вами, если вы не присоединитесь к этому бизнесу?" В этот момент они оба становятся возбужденными. Они в один голос говорят, что им не хочется жить так же как их родители и лишиться своих детей хорошего образования только из-за отсутствия денег.

## **5. "Почему это так волнует вас?"**

Вопрос задан для того, чтобы Рэй и Руф еще раз повторили самую важную для них цель. Они вдвоем оживляются. После чего подчеркивают снова и снова, почему финансовая независимость для них является основной причиной для присоединения к бизнесу прямо сегодня.

Они сказали это Анджи. Она не говорила им этого.

В том случае, если бы Анджи сама сказала им абсолютно то же самое, скорее всего они постарались бы найти те причины, по которым они не могут присоединиться к бизнесу, но так как они сами назвали ей причины, по которым они могли бы присоединиться к бизнесу, причины оказались реальными.

После этого разговора Анджи показала им рабочий план и, используя их же собственные слова, объяснила им все преимущества и выгоды, которые может принести этот бизнес. Она указала им на то, что они могут выиграть и чего могут избежать. С точки зрения Рэй и Руф, это было великолепным решением их проблем, так как они узнавали в объяснениях свои собственные мысли и цели. Также они находили

ответы на свои вопросы и опасения в предлагаемом им бизнес-плане. Это была их идея, а не Анджи.

## Как Бруно смог расколоть крепкий орех

Бруно работал инженером и состоял в Комитете Ассоциации вместе с другими инженерами, среди которых работал и Джим. Бруно начал работать в бизнесе сетевого маркетинга год назад и рассматривал свою деятельность как превосходную возможность выбраться из рутинной работы инженера. Он хотел расширить горизонты своей деятельности.

Бруно не раз упоминал в своих разговорах с Джимом об этой возможности, но получал лишь холодный ответ. Сестра Джима тоже пробовала убедить своего брата присоединиться к бизнесу, так как и сама работала в этой сети. Но Джим упорно настаивал на том, что он инженер, а не продавец и, плюс ко всему, он не хочет надоедать своим друзьям? Однажды вечером в ходе разговора за чашечкой кофе Бруно невзначай вынул свою новую бизнес-карту, с обратной стороны которой был написан список Основных Побуждающих Факторов. Джим посмотрел на карту, где ниже имени Бруно были напечатаны слова "Рабочая Сеть и Дистрибьютор".

**БРУНО:** "Знаешь ли ты, в чем заключается работа в этой бизнес-сети, Джим?"

**ДЖИМ:** "Да, как ты знаешь, моя сестра работает в ней. Это — схема, действующая по принципу пирамиды, не так ли?"

**БРУНО:** "Хорошо, разреши мне показать тебе кое-что".

Бруно перевернул свою бизнес-карту, где на обратной стороне был список Основных Побуждающих Факторов.

**БРУНО:** "Что для тебя важнее всего в жизни из этого списка, Джим?"

**ДЖИМ:** "Ну... Я думаю, иметь свой собственный бизнес и помогать другим людям".

**БРУНО:** "Почему ты выбрал именно эти две ценности?"

**ДЖИМ:** "Я был бы рад возможности организовать свой бизнес и работать на себя. В течение последних двадцати лет я выполняю однообразную работу инженера, которая никуда меня не ведет. А я бы хотел иметь возможность помогать другим людям. Я бы хотел вырваться из своей рутинной работы. Именно по этой причине я добровольно вызвался в этот Комитет".

**БРУНО:** "Почему именно это для тебя является наиболее важным?"

**ДЖИМ:** "Как я уже сказал, у меня нет будущего с этой однообразной работой, ты же знаешь, о чем я говорю. Последнее время я все чаще и чаще стал задумываться об уходе с работы, и это печально. Я не был бы против заняться чем-нибудь другим, но мне тридцать восемь лет и это довольно большой риск".

**БРУНО:** "Хорошо, а что произойдет, если у тебя не будет возможности организовать свой новый бизнес?"

**ДЖИМ:** (Начиная раздражаться) "Я же уже сказал, это будет бесконечная рутина однообразной работы. Ребята, вы знаете, что в нашем возрасте люди уже умирают от стрессов. Если бы у меня было больше времени, я бы смог вступить в Родительский Комитет в школе моего сына, я бы посвящал больше времени своему хобби и распоряжался бы сам своим временем. Я действительно устал оттого, что кто-то постоянно контролирует мою жизнь".

**БРУНО:** "Почему это так тебя волнует?"

**ДЖИМ:** "Потому что если бы я смог начать все сначала, Бруно, я бы все сделал по-другому. Я бы больше жил и меньше работал. Я хочу начать посвящать больше времени себе".

**БРУНО:** "Возможность осуществить именно это и дает бизнес Сетевого Маркетинга. Он предоставляет тебе больше свободного времени, больше свободы в целом, это будет твоим бизнесом, который позволит тебе помогать другим людям. Кроме того, ты не будешь рисковать, начиная новый непроверенный бизнес. Разрешите мне немного объяснить тебе, как я это делаю".

Уже больше года Бруно безуспешно пытался заинтересовать Джима этим бизнесом. Только после того, как Бруно познакомился с секретом метода Пяти Золотых Вопросов, он осознал, что в сущности, больше года он пытался сказать Джиму, что тот должен делать в жизни. Другими словами, это была идея Бруно, а не Джима. Список, написанный на обратной стороне бизнес карты Бруно, и Пять Золотых Вопросов предоставили возможность Джиму раскрыть причины, по которым он мог присоединиться к бизнесу.

Когда Джим увидел бизнес-план, он не мог поверить своим глазам. "Почему мне никто не показал это раньше?" — изумленно спросил он. Ответ на это следующий: все говорили почему он должен присоединиться к бизнесу, но никто никогда не просил Джима рассказать о своих Основных Побуждающих Факторах.

Как зубной врач перевернул свою жизнь

Этот случай произошел непосредственно со мной. Моему зубному

врачу Фрэнку было 44 года и он был всегда занят. Он имел шикарный дом, стоимостью миллион долларов, который был расположен на побережье и роскошный автомобиль. По мнению большинства, он был довольно уважаемый человек. Однажды днем я был в местном торговом центре и увидел его сидящим в кафе. Я присоединился к нему.

**АЛЛАН:** "Как дела, Фрэнк?"

**ФРЭНК:** (без энтузиазма) "Нормально".

**АЛЛАН:** (с юмором) "Полно тебе, Фрэнк, ты живешь в таком шикарном доме на побережье, у тебя довольно много работы и ты зарабатываешь большие деньги — это очень хорошо. Что еще надо?"

**ФРЭНК:** "Я полагаю, что это существование".

**АЛЛАН:** "Хорошо, если тебя это не устраивает, почему ты не остановишься и не займешься чем-нибудь другим?"

**ФРЭНК:** "Я сомневаюсь, что смогу решиться на это".

**АЛЛАН:** "Почему бы и нет?"

**ФРЭНК:** (прозаичным тоном) "Потому что я, как тебе известно, зубной врач, и всегда им был и только это я умею делать".

**АЛЛАН:** (заинтересованно) "Гмм... когда ты решил стать зубным врачом, Фрэнк?"

**ФРЭНК:** "Когда мне было 18 лет и я не поступил в Университет на медицинский факультет. Моим единственным выходом было пойти учиться на стоматолога".

**АЛЛАН:** "Тебе нравится работать зубным врачом, Фрэнк?"

**ФРЭНК:** (небрежно) "В действительности — нет, но это дает возможность оплачивать счета".

**АЛЛАН:** "Фрэнк, если бы сейчас к тебе в кабинет вошел 18-летний юноша и сказал, что тебе надо делать следующие 20 лет, ты бы стал его слушать?"

**ФРЭНК:** (с усмешкой) "Редко, кто в свои 18 лет может рассказать что-нибудь о жизни 44-летнему мужчине".

**АЛЛАН:** "Итак, ты бы стал его слушать?"

**ФРЭНК:** "Ничего подобного!"

**АЛЛАН:** "В таком случае, почему ты это делаешь...?"

Разговор зашел в тупик. Фрэнк сидел, онемев. Вы видите, он никогда не задумывался над тем, как одно мимолетное решение 18-летнего юноши могло управлять его жизнью до 44-летнего возраста. Я видел, как этот вопрос повлиял на него, и я не упустил возможности воспользоваться. Я сунул руку в карман, вынул мою бизнес-карту с напечатанным списком ОПФ на ее обратной стороне и положил ее перед ним.

**АЛЛАН:** "Фрэнк, посмотри на этот список. А что для тебя важнее всего в жизни?"

После продолжительного молчания он, наконец, заговорил.

**ФРЭНК:** "Располагать большим количеством свободного времени".

**АЛЛАН:** "Почему ты выбрал именно это?"

**ФРЭНК:** "Я встаю каждое утро в 6 часов, чтобы успеть на работу ко времени прихода моего первого пациента в 8:30. Я работаю до 6 часов вечера, и каждый день мне приходится сталкиваться с пациентами, которые жалуются на боль, и которые не очень-то рады этому визиту. У меня никогда не бывает свободного времени, чтобы посвятить себе или моим детям, даже в выходные дни. Я слишком изношен, чтобы начать делать что-либо стоящее. Иметь свободное время просто необходимо. Я, в сущности, никогда его не имел".

**АЛЛАН:** "Почему именно это для тебя является наиболее важным"  
**ФРЭНК:** (начиная волноваться) "Как я уже сказал, моя жизнь расписана по минутам. Лучше бы я был учителем, у меня было бы больше свободного времени и длинный отпуск".

**АЛЛАН:** "Что ты подразумеваешь?"

**ФРЭНК:** "Профессия стоматолога — это совсем не то, что я думал раньше, когда впервые решил стать им..."

Фрэнк возбужденно говорил на протяжении почти пяти минут о безысходном положении, в которое он попал из-за своей профессии.

**АЛЛАН:** "Что произойдет, если у тебя не будет возможности получить больше свободного времени, Фрэнк?"

**ФРЭНК:** (с отчаянием) "Я проведу остаток своей жизни в своем кабинете. Мои дети растут быстро, и они не получают от меня достаточно внимания и времени. Моя жена говорит, что она устала от моего постоянного нервного напряжения?"

Фрэнк побледнел. Его глаза стали влажными. Мне казалось, что он

готов расплакаться. Впервые за последние 20 лет он смог высказать свои мысли вслух.

**АЛЛАН:** (с осторожностью) "Почему это так тебя волнует, Фрэнк?"

Фрэнк ничего не ответил. Он не мог. Он и так был достаточно огорчен. Он просто сидел и молчал. *Я* не стал больше утомлять его дополнительной информацией. Кроме того, я собирался купить корнфлекс, а не заниматься изменением жизни Фрэнка.

Спустя три месяца, я зашел повидать Фрэнка в его офис. Его секретарь ответила, что он уехал. Однажды в понедельник он пришел и объявил, что его друг перенимает его деятельность, и никто больше не видел его с того дня последние три месяца. Через год я узнал, что он живет в Америке и успешно занимается бизнесом по строительству и продаже мотелей. Где сейчас находится Фрэнк и чем он сейчас занимается, я не знаю. Тем не менее, то, что произошло — очень важно, так как это — наглядный пример тому, как с помощью данного метода можно изменить жизнь людей, и даже тех, от которых вы меньше всего этого ожидаете. Может быть, он где-то организовал свой Сетевой Маркетинг-бизнес...

### Кандидаты без приоритетов

Иногда встречаются люди, которые жалуются на то, что они не знают, что для них является наиболее важным в жизни.

Другие люди утверждают, что не могут выделить для себя вопрос первостепенной важности по тем или иным причинам.

Во-первых, некоторые действительно не знают, что для них является вопросом первостепенной важности или вопросом второй или третьей степени важности. В этом случае, поблагодарите их за внимание и займитесь другими кандидатами. Не теряйте свое время впустую с людьми, у которых нет заветной мечты, определенных целей или они не знают, что для них наиболее важно в их собственной жизни. Во-вторых, многие люди не могут выбрать определенную ценность, потому что боятся, что им придется прилагать усилия для ее достижения.

Ниже я показываю, как лучше обходиться с такими кандидатами:

**ВЫ:** "Что для вас важнее всего в жизни?"

**КАНДИДАТ:** "В действительности, ничего такого..."

**ВЫ:** "Совсем ничего?"

**КАНДИДАТ:** "Нет, в данное время ничего не могу назвать наиболее важным".

**ВЫ:** (обычным тоном) "Хорошо, ну а если все-таки существовало бы что-то наиболее важное для вас, что бы это могло быть?"

**КАНДИДАТ:** "Ну, если что-то и могло быть важным для меня... то это вероятнее всего, финансовая независимость".

**ВЫ:** "Почему вы выбрали именно это?"

**КАНДИДАТ:** "Потому что это важно — иметь деньги и..."

Далее вы продолжаете задавать Пять Золотых Вопросов.

Умейте отличать сильные семена от слабых

Искренность и глубина ответов ваших кандидатов на Пять Золотых Вопросов помогут определить степень их возможной активности в бизнесе. Если их ответы небрежные, неохотные или не убедительные, в этом случае вам надо хорошо подумать, стоит ли приглашать их присоединиться к вашей рабочей сети. Только в случае, когда ваши кандидаты полны огня, решимости и энергии, они способны действовать, а не только жаловаться. Если их ответы на Пять Золотых Вопросов вялые и неопределенные, вам лучше отказаться от них и заняться поиском других кандидатур. Те, кто дает невнятные ответы, будут только напрасно занимать ваше время и приносить довольно скудные результаты. В то время как люди, имеющие определенные мечты и цели в жизни, добьются успеха, даже без вашего влияния.

---

*Кандидаты с определенными целями всегда добьются успеха. Вы можете только ускорить этот процесс.*

---

Организацию бизнеса Сетевого Маркетинга можно сравнить с выращиванием сада. Сначала вы вспахиваете почву, удобряете ее, освобождаете от сорняков и защищаете от плохой погоды. Однако не все семена взойдут, некоторые из них погибнут. Все, что вы можете делать это, поливать, удобрять и пропалывать почву. Сильные семена дадут всходы независимо от вас.

Если же семена слабые, вы всегда должны будете их поддерживать, надеясь, что когда-нибудь они взойдут. Не обманывайте себя ложной надеждой на то, что слабые семена, благодаря вашим усилиям, смогут превратиться в сильные и красивые растения. Это случается очень редко. Настоящий секрет заключается в посадке сильных семян. Это и есть назначение Пяти Золотых Вопросов — они тестируют потенциальную силу семян до того, как вы их начинаете сеять.

Если кандидат не может четко ответить на ваши вопросы, значит он не тот, кто вам нужен. Вероятно, что не настало еще его время. Или в лучшем случае, он может лишь стать покупателем вашего товара. Старайтесь привлечь как можно больше кандидатов, но вкладывайте свои силы и время только в сильные семена.

### Использование списка ОПФ при работе в группе

Немного потренировавшись, вы сможете превосходно проводить презентации с целой группой кандидатов. Вы можете использовать заранее подготовленный список ОПФ или провести опрос вашей аудитории, предложив ей назвать причины, по которым люди могли бы присоединиться к бизнесу Сетевого Маркетинга. В случае с заранее подготовленным списком факторов, вы спрашиваете: "Что для вас важнее всего в жизни?" После того, как вы задали вопрос, отойдите в сторону! Затем задаете этот же вопрос второму, третьему кандидату, и вскоре вся аудитория назовет вам причины, по которым они могли бы присоединиться к бизнесу.

В случае, если вы предпочитаете составлять список непосредственно в ходе презентации, спрашивайте каждого, кто предложил свой вариант ответа на первый вопрос. "Почему вы выбрали именно это?" Таким же образом продолжайте задавать все остальные вопросы. Довольно забавно наблюдать, как целая группа рассказывает друг другу причины, по которым необходимо присоединиться к бизнесу, а вы при этом не делаете ни единого заявления! Все, что вам необходимо делать — это лишь кивать головой и оказывать необходимую поддержку.



### Знакомство с планом

Этот этап характерен тем, что именно здесь большинство бизнесменов Сетевого Маркетинга блистательно раскрывают все перспективы своего бизнеса. Именно на этом этапе вы демонстрируете рабочий план бизнеса, который превосходным образом может являться ключом для решения многих проблем, осуществления желаний и уничтожения опасений, которые были обнаружены на втором ключевом этапе "Найдите Горячую Точку". Вы будете ознакомлены с системой презентации бизнес-плана, который проверен и приносит результаты.

Однако предельно важно, чтобы вы поняли следующее заявление —

---

*Бизнес-план — не только единственное решение существующих проблем, но и путь осуществления своих желаний!*

---

Решение должно основываться на логике. Но логику способен понять только разум. Пять Золотых Вопросов дают возможность выпустить эмоции наружу и побуждают кандидатов к поиску их собственного решения. Если вы показываете готовое решение без предварительного выявления Основных Побуждающих Факторов человека, вероятнее всего кандидат будет охвачен мимолетным энтузиазмом, без эмоционального стимула. Именно по этой причине желание многих кандидатов охлаждается уже через несколько дней, и они отказываются от дальнейшего сотрудничества.

При представлении бизнес-плана используйте собственные слова ваших кандидатов, например:

*"Таким образом, это означает, что вы можете взять под контроль свою собственную судьбу и будете проводить достаточное количество времени со своей семьей".*

или

*"Это означает, как вы и хотели, что вы можете уйти со своей работы в любой удобный для вас момент".*

Если во время презентации бизнес-плана, вы повторяете слова ваших кандидатов, то они автоматически воспринимают всю информацию, как относящуюся лично к ним. Ваши слова звучат многозначительно для них и побуждают к действию. Потому что это, в сущности, их собственные слова и идеи, а не ваши.



Ключевой момент этого этапа заключается в том, что вы используете этот метод в соответствии с его названием. Другими словами, на этом этапе вы объясняете вашим кандидатам, что в желании присоединиться к вашему бизнесу нет ничего страшного. Так как они уже находятся в достаточно возбужденном состоянии и полны энтузиазма, то начало бизнес-активности в этот момент для них — вполне естественный ход событий. Всегда на своих презентациях преподносите мысль о начале деятельности, как о наиболее естественном стремлении. Ваш стиль должен быть деловым, но не напряженным, настолько естественным, как будто вы проделываете такие презентации каждый день.

Очень важно помнить то, что когда наступает подходящий момент для приглашения кандидатов в бизнес, вы не должны упустить его, вы должны в этот момент предложить своим кандидатам присоединиться к вашему бизнесу.

Совершенно ясно, уверенно и определенно дайте понять им, что вы хотите одного — чтобы они присоединились к вашему бизнесу. Сегодня — не завтра.

## Почему эта система работает

Система Четырех Ключей — это проверенный путь для получения ответа "Да". Вы должны очень хорошо ее освоить, чтобы добиться максимальных результатов. Большинство работников Сетевого Маркетинга, с которыми мне приходилось встречаться, прекрасно работают на первом этапе *Растопите Лед*. Они замечательно освоили метод, как правильно надо разговаривать с людьми, чтобы создать Дружелюбные взаимоотношения. Однако большинство не так эффективно работает на втором этапе *"Найдите Горячую Точку"*. Они перескакивают со стадии *"Растопите Лед"* прямо на стадию *"Нажать Горячую Точку"* Даже в случае, если их презентация и проходит на высшем уровне, кандидаты, скорее всего, не будут готовы к действиям, так как они эмоционально не были взволнованы.

Эти является основной причиной того, что так много кандидатов загораются желанием действовать после презентации вашего бизнес-плана, но абсолютно остывают буквально через день или два.

Некоторые работники бизнес-сети так увлекаются презентацией бизнес-плана, что пропускают нужный момент для привлечения заинтересованных кандидатов в бизнес и, по мере его дальнейшего выступления весь пыл кандидатов постепенно проходит; таким образом, вся презентация не приносит никаких результатов! Бизнес-план для кандидатов — единственный выход для решения наболевших проблем или путь достижения своих целей. Совершенно бессмысленно демонстрировать бизнес-план до тех пор, пока вы не выявите Основные Побуждающие Факторы кандидатов, и они не загорятся вашей идеей.

Если вы великолепно прошли этап *"Найдите Горячую Точку"*, то нет необходимости в чрезмерной обеспокоенности по поводу последнего этапа *"Получите Обязательство"*.

Если вы сможете добиться эмоционального волнения кандидатов, то будьте уверены в том, что они сами начнут поиск решения своих проблем.

Ищите и находите Горячие Точки, нажимайте и приводите их в действие, и вы легко сможете создать свою рабочую сеть.

## ГЛАВА #3

# Шесть стратегических методов для эффективного проведения презентации

В данной главе представлены шесть тонких, но чрезвычайно эффективных методов, которые придадут силу вашим презентациям.

### Метод № 1 — наведение мостов

"Наведение мостов" — это метод, который обеспечивает поддержание разговора и помогает избегать таких ситуаций, где вы говорите слишком много, а ваши кандидаты говорят слишком мало.

Вы всегда испытываете разочарование, когда получаете короткий, односложный ответ на свой блестящий открытый вопрос.

#### Случай из жизни: Как Сью "подогрела холодную рыбу"

Эта история о том, как дистрибьютор Сью пыталась наладить контакт с Фредом. Фред работал в компьютерной компании и согласился выслушать Сью во время обеденного перерыва. Фред казался на первый взгляд немного резким и не похожим на разговорчивого человека, который приходил бы в восторг от подобных бесед, что немного тревожило Сью.

**СЬЮ:** "Как вы пришли в этот бизнес, Фред?"

**ФРЭД:** "Довольно просто, я всегда интересовался компьютерами".

На этом этапе Сью не располагала достаточной информацией, которую смогла бы использовать в ходе разговора, поэтому она вынуждена была задать еще один открытый вопрос.

**СЬЮ:** "Что вас больше всего привлекает в компьютерном бизнесе?"

**ФРЭД:** "Он постоянно изменяется".

Второй короткий ответ заставил ее задуматься над следующим открытым вопросом и попытаться все-таки разговорить этого трудного в общении человека. Проблема заключалась в том, что даже если она и будет продолжать задавать открытые вопросы, через какое-то время это будет больше походило на допрос, чем на разговор.

Лучшим способом для поддержания разговора с кандидатами,

дающими короткие ответы, является "наведение мостов". Вот сильнейшие ключевые фразы для "наведения мостов": Вы хотите сказать (Вы имеете ввиду)...? Например...? Итак...? Следовательно...? В таком случае...? Что это означает...?

После каждой ключевой фразы на протяжении некоторого времени вы должны молчать. К счастью, Сью знала, как правильно применять ключевые фразы для создания контакта, поэтому-то она и смогла правильно направить ход разговора:

**СЬЮ:** "Как вы пришли в этот бизнес, Фрэд?"

**ФРЭД:** "Довольно просто, я всегда интересовался компьютерами".

**СЬЮ:** "Вы хотите сказа-аа-ать ...?"

**ФРЭД:** "Я хочу сказать то, что я настраиваю компьютерные системы сетевого компьютерного бизнеса крупного и среднего масштаба".

**СЬЮ:** "Что это означает...?"

**ФРЭД:** "Это означает, что я помогаю улучшать общую продуктивность бизнеса путем создания компьютерных программ, которые, в свою очередь, значительно упрощают их работу".

**СЬЮ:** "Например...?"

**ФРЭД:** "Хорошо, например, вчера я установил систему для одной компании, которая столкнулась с серьезными проблемами в расчетном отделе. Они позвонили мне и...".

В этом случае Сью удалось не только расколоть крепкий орешек, но и избежать роли следователя. Также очень важным моментом является то, что не она была главным выступающим. Она получила достаточное количество информации о Фрэде, и он говорил о самом главном для него предмете — о себе.

Когда вы "наводите мосты", обязательно используйте три приема:

1. Наклонитесь немного вперед, с протянутой рукой ладонью вверх.
2. Растяните немного буквы на последнем слоге вашей ключевой фразы.
3. Отклонитесь назад и замолчите.



*Использование ключевых фраз при создании контакта*

Наклон вперед вашего корпуса с протянутой рукой ладонью вверх способствует достижению двух целей. Во-первых, невербально указывает на то, что вы не представляете собой никакой угрозы, во-вторых, это говорит о том, что теперь его очередь говорить "взяв управление" разговора под свой контроль. Растягивание букв в последнем слове ключевой фразы превращает эту фразу в вопрос, без растягивания слова это скорее похоже на утверждение.

Например:

**ФРЭД:** "... таким образом, бизнес может оперировать более эффективно".

**СЬЮ:** "Вы хотите сказа-аа-ать...?" (растянуто)

**ФРЭД:** "Я хочу сказать то, что я облегчаю работу людей, и они могут лучше обслуживать клиентов. Вы знаете, что у большинства компаний нет хорошо налаженной системы и..."

Не растягивая последнее слово ключевой фразы, вы можете создать у вашего собеседника впечатление, что вы заявляете что-то или высказываете свое мнение. Это даже может звучать как своего рода вызов. После того, как вы применили ключевую фразу, сразу замолчите! Сопроводяйтесь побуждению вымолвить хотя бы одно слово в кажущейся бесконечной тишине, которая может последовать после использования ключевой фразы. Открытая ладонь указывает на то, что инициатива в разговоре передается вашему кандидату (собеседнику), дайте ему возможность "подумать над следующим заявлением.

### Язык телодвижений при слушании

Сейчас, на приведенном ниже примере, мы рассмотрим, как с помощью метода "наведение мостов", вы сможете обнаружить скрытые побуждения и вытянуть из вашего кандидата нужную вам информацию.

После того, как вы передали инициативу, отклонитесь назад, поднося свою руку к подбородку, и примите оценочную позицию. Эта быстрая смена положения даст возможность вашему кандидату

говорить до тех пор, пока вы снова не наклонитесь к нему.

Давайте предположим, что ваш кандидат выбрал Финансовую Независимость как наиболее, важный для него фактор:

**ВЫ:** "Что для вас важнее всего в жизни?"

**КАНДИДАТ:** "Финансовая независимость".

**ВЫ:** "Почему вы выбрали именно это?"

**КАНДИДАТ:** "Потому что это для меня очень важно: иметь достаточно денег, чтобы делать в жизни то, что мне хочется".

**ВЫ:** (наклоняетесь вперед с вытянутой вперед рукой ладонью вверх) "Вы имеете в вввии-дуу-у...?"

**КАНДИДАТ:** "...имею в виду, иметь достаточно денег, чтобы дать хорошее образование моим детям и благоустроенную жизнь".

**ВЫ:** (наклоняетесь вперед с вытянутой вперед рукой ладонью вверх) "... благоустроенную, Вы имеете в вввии-дуу-у?"

**КАНДИДАТ:** "... имею в виду достаточно количество денег, чтобы иметь возможность великолепно проводить длительный отпуск, приобрести шикарный автомобиль или позволять себе время от времени небольшие удовольствия".

**ВЫ:** "... например...?"

**КАНДИДАТ:** "...ну хорошо, скажем, к примеру, мне захотелось поехать в путешествие. Я бы предпочел..."

Используя две ключевые фразы "вы имеете в виду" и "например", вы вынуждаете вашего кандидата говорить о том, что он действительно думает, чувствует и во что верит, а важнее всего то, что вы практически ничего не говорите.

В сущности, ключевые фразы являются, по сути, сокращенной формой открытых вопросов. Их можно великолепно использовать на презентациях с неразговорчивыми людьми или с теми, кто дает короткие однозначные ответы на вопросы. Когда вы впервые будете применять ключевые фразы, то можете почувствовать некоторую неловкость (особенно, если вы привыкли много говорить) из-за возможного молчания, которое может последовать после употребления ключевых фраз. Однако помните, что если ваш кандидат — не разговорчивый человек, то для него более чем естественно, что в ходе разговора возникают паузы. Ключевые фразы легки в использовании, они делают презентацию более интересной и предоставляют вам



возможность контролировать возникающие паузы.

## Метод №2 — Техника кивка

Большинство людей никогда не рассматривали жест кивания головой, как мощное орудие убеждения. Однако этот жест во многих странах используется как средство демонстрации своего согласия или положительного отношения к чему-либо. Этот жест произошел от низкого поклона или реверанса и означает: "Если я поклоняюсь тебе, значит, я подчиняюсь твоей воле". Таким образом, это сокращенный жест поклона.

Язык Телодвижений — это бессознательное внешнее проявление внутренних переживаний. Если вы испытываете положительные эмоции, то бессознательно кивнете головой во время разговора. И наоборот, если вы чувствуете безразличие, но намеренно (сознательно) станете кивать головой, то вы начнете испытывать положительные эмоции. Другими словами, положительные эмоции вынуждают вас кивать головой — и обратный процесс действительно существует: кивание головы вызывает позитивные эмоции.

---

*Если вы испытываете положительные эмоции, вы начинаете кивать головой. Если вы начинаете намеренно кивать головой, то это вызывает у вас положительные эмоции.*

---

Кивание головы — заразительный жест. Если, например, во время своего разговора я начинаю кивать головой, в большинстве случаев и мой собеседник повторяет этот жест, даже если он со мной не согласен. Таким образом, этот жест является превосходным орудием, если применять его для успешного проведения переговоров, для получения согласия и убеждения собеседника. Затем заканчивайте каждое предложение выражениями вербального согласия, такими как: *Не правда ли? Хотели бы вы? Не так ли? Достаточно хорошо? Верно?*

Когда и говорящий, и слушатель одновременно кивают головами, слушатель испытывает позитивные эмоции, и вероятность положительного результата вашей встречи увеличивается. Кивок может быть легко освоен и вскоре стать неотъемлемой частью вашего арсенала в Языке Телодвижений.

Вторая функция, которую выполняет Кивок, — это поддержание разговора. Вот как это происходит. После того, как вы задали открытый вопрос или использовали ключевые фразы для "наведения мостов" и ваш кандидат начал вам отвечать, слушая его, кивайте головой. После того, как он закончит свою речь, продолжайте кивать и кивните приблизительно еще пять раз с частотой один кивок в секунду. Обычно, по истечению этих нескольких секунд, слушатель опять начинает говорить и может предоставить вам еще больше ценной информации. И до тех пор, пока вы будете кивать головой, находясь в оценивающей

позе, приложив руку к подбородку и отклонившись немного назад, вы совершенно не будете испытывать на себе никакого давления со стороны собеседника для продолжения разговора. И в то же время вы не выглядите в роли допрашивающего следователя. Когда вы слушаете, поднесите руку к подбородку и слегка поглаживайте его. Проведенные эксперименты показали, что эти жесты побуждают других говорить в течение длительного периода времени.

### Метод № 3 — Сигналы поощрения

В то время как ваш собеседник продолжает говорить, вы должны поддержать его инициативу, используя небольшие подбадривающие реплики, такие как:

*Я понимаю... (Ну, понятно...)*

*Гм-мм...*

*Правда? (В самом деле?)*

*Расскажите мне еще.,.*

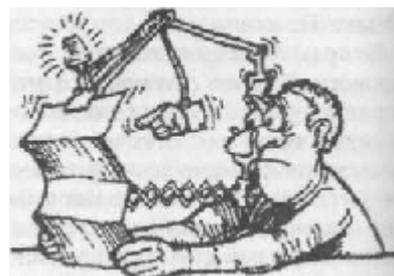
*Продолжайте, продолжайте...*

Эти маневры, помогают удвоить количество информации, исходящей от говорящего.

Небольшие поощрения собеседника в сочетании с техникой Кивка и с использованием ключевых фраз "наведения мостов" являются наиболее эффективными приемами, способствующими продвижению презентации и которые вы вполне способны освоить.

### Метод № 4 — Как контролировать взгляд

Исследования показывают, что 87% информации поступает в человеческий мозг через зрительные рецепторы, 9% — через слуховые и остальные 4% — через другие органы чувств.



Если, к примеру, вы демонстрируете кандидату ваше наглядное пособие и в то же время рассказываете о нем, он сможет усвоить всего 9 % от всей информации в том случае, если ваш рассказ непосредственно не связан с тем, что он видит. Таким образом, если вы показываете дом, а говорите о поездке, скорее всего кандидат не будет внимательно слушать ваш рассказ. Если ваше сообщение прямым образом связано с наглядным пособием, он усвоит от 25 до 30% информации, если он сосредоточит свое внимание на наглядном пособии, а не на вас. Для того, чтобы максимально контролировать внимание ваших слушателей, используйте ручку или указку на своих

презентациях, чтобы с их помощью показывать то, что изображено. Затем отведите ручку от наглядного пособия и держите ее на уровне ваших и его глаз, одновременно кивая головой и продолжая говорить.

Смотрите чуть выше линии острия вашей ручки в глаза вашего собеседника и указывайте только на те места, куда будет обращен ваш взгляд в ходе разговора. Этот прием имеет магнетический эффект в управлении взглядом вашего собеседника и сохранении его внимания на протяжении всего разговора. Как за магнитом, его голова поднимается, и он будет смотреть вам в глаза, поэтому будет видеть и слышать все, что вы будете ему говорить, что, в конечном результате, приносит максимальные результаты от проведенной презентации. Постарайтесь сделать так, чтобы во время вашей речи ладонь второй руки была в поле зрения слушателя во время того, как вы говорите, сохраняя тем самым теплую, дружескую атмосферу.

### Метод № 5 — Отзеркаливание

Когда между двумя людьми существует согласие, то и их тела также начинают подсознательно повторять движения друг друга, принимая одинаковые положения и используя одинаковые жесты. Причина такого поведения объясняется желанием создать взаимопонимание между людьми и избежать возможных конфликтов. Отзеркаливание является средством, с помощью которого один невербально сообщает другому: "Вы видите, я такой же, как и вы, я согласен с вашим мнением и вашими взглядами".



Феномен копирования другого человека возникает еще до момента рождения, в тот период, когда мы находимся в утробе нашей матери — уже тогда наше тело функционирует, и наше сердце бьется в одинаковом ритме с сердцем матери.

Именно поэтому отзеркаливание является нашим естественным состоянием.

Очевидно, мы интуитивно копируем людей, с которыми чувствуем взаимопонимание. Вы можете понаблюдать за этим подсознательным копированием, присутствуя на каком-нибудь официальном приеме, вечере или вечеринке, где царит мирная, дружеская атмосфера. Это объясняет и то, что довольно часто, после многих лет совместной жизни, супружеские пары практически одинаково стоят, двигаются и используют одинаковые жесты. Потом они приобретают собаку, похожую на них.

### Обезьяны делают то, что видят

Двое мужчин, изображенных на следующей иллюстрации, демонст-

рируют типичный пример того, как выглядит отзеркаливание. Они стоят в одинаковых позициях, аналогично держа в руках свои напитки (вероятнее всего, одинаковые напитки) — они похоже одеты и одного социального уровня. Как только один из них кладет руку в карман, другой подсознательно копирует его, делает то же самое. Как только один меняет положение ног, скрещивая или закидывая одну ногу на другую, другой повторяет те же движения.



Такое отзеркаливание будет продолжаться до тех пор, пока ОНИ будут пребывать В СОСТОЯНИИ ВЗАИМНОГО СОГЛАСИЯ.

Отзеркаливание делает отношения людей более непринужденными и является мощным инструментом для установления полного взаимопонимания между людьми. Исследования, проводимые с помощью отснятых замедленных видеосъемок, показали, что существует симультанное моргание, расширение ноздрей, одновременное поднятие бровей и даже симультанное расширение и сужение зрачков человеческого глаза. Это феноменально, потому что такая микро-мимика не доступна сознательному имитированию.

### Создание взаимного расположения

Зеркально отражая язык жестов людей и манеры их общения, вы способны быстро установить с ними полное взаимопонимание и взаиморасположение. Когда вы встречаетесь с новыми людьми, старайтесь копировать их движения, жесты и позы, выражения и интонацию голоса. В скором времени они начнут чувствовать, что что-то им в вас определенно нравится. Вероятнее всего, они решат, что вы человек, с которым легко общаться. Это происходит потому, что они видят в вас свое отражение.



Небольшое предупреждение: не начинайте копировать людей с первого момента вашей встречи. В настоящее время многие люди уже знакомы со стратегией зеркального отражения из моей предыдущей книги "Язык Телодвижений" и более 100 миллионов людей просмотрели телевизионные версии и тренировочные видеокассеты, которые были посвящены этой теме. Поэтому иногда лучше переждать несколько минут до того, как вы начнете использовать тактику "зеркального отражения".

### Разница, существующая при отзеркаливании мужчин и женщин

Мозг мужчин и женщин устроен по-разному, поэтому они по-разному выражают свои эмоции. Женщины в большей степени, чем мужчины, выражают свои чувства с помощью мимики лица, в то время как

мужчины чаще прибегают к различным жестам и телодвижениям.

Для женщины типична быстрая смена выражений лица, когда она слушает говорящего с ними человека. Женщина способна за 10 секунд сменить в среднем шесть мимических выражений своего лица, отражая и передавая своему собеседнику переживаемые эмоции. Таким образом, ее лицо будет зеркально отражать эмоции, переживаемые говорящим. Стороннему наблюдателю может показаться, что события, о которых идет речь, на самом деле происходили с обоими собеседниками.

*Цепь из шести типичных видов эмоций, отражаемые на лице женщины за 10 секунд, во время того, как она слушает*



Печаль    Удивление    Гнев    Радость    Страх

Женщина воспринимает услышанную информацию в основном через интонацию голоса говорящего и его телодвижения, а свое отношение к услышанному проявляет через отражение эмоций на своем лице. Это как раз то, что так необходимо мужчине для привлечения внимания женщины и для удерживания его во время дальнейшей беседы. Большинство мужчин боятся использовать мимические выражения для передачи своих эмоций во время слушания, однако если они научатся хорошо владеть этой техникой, то смогут получать от этого большие дивиденды.

Некоторые мужчины говорят: "Она подумает, что я странный", но исследования показывают, что когда мужчина зеркально отражает на своем лице женские эмоции, она его описывает как интеллигентного, интересного и привлекательного человека.

Благодаря эволюционным потребностям в умении контролировать свои эмоции на публике, во избежание возможных атак, у большинства мужчин можно заметить бесстрастные выражения лиц при разговоре.

*Подобная цепь из шести типичных видов эмоций, отражаемых на лице мужчины за 10 секунд, во время того, как он слушает:*



Печаль    Удивление    Гнев    Радость    Страх    Желание

Такая забавная, на первый взгляд, картина, представляется вашим глазам во время наблюдения за мужчинами во время того, как они слушают говорящего с ними человека. Но если вы глубже заглянете в суть вопроса, то сможете осознать всю силу этого значения. Маска

безразличия, которую мужчины надевают во время разговора, позволяет им держать под контролем свои эмоции и ситуацию, но это абсолютно не означает, что мужчины не выражают свои эмоции. Сканирование мозга мужчин показало, что мужчины чувствуют также сильно, как и женщины, но они избегают публичной демонстрации своих чувств.

Ключ отзеркаливания мужского поведения лежит в понимании того, что мужчины больше используют телодвижения и жесты для передачи своих эмоций, а не лицо. Большинство женщин утверждают, что довольно трудно зеркально отразить выражения лица мужчин, но при удачном осуществлении отзеркаливания это приносит хорошие результаты. Если вы — женщина, то вам необходимо сократить мимику, чтобы не показаться говорящему с вами мужчине слишком впечатлительной или навязчивой. Очень важно, чтобы вы не отражали зеркально то, что, как вам кажется, он чувствует. Это может оказаться губительным для вас, если вы допустите ошибку. Вы можете создать впечатление "занудного" или "легкомысленного" человека. Женщины, которые используют серьезные выражения лица, когда слушают говорящего с ним мужчину, в глазах мужчин становятся интеллигентными, проницательными и рассудительными.

## Метод № 6 — Гармонизация

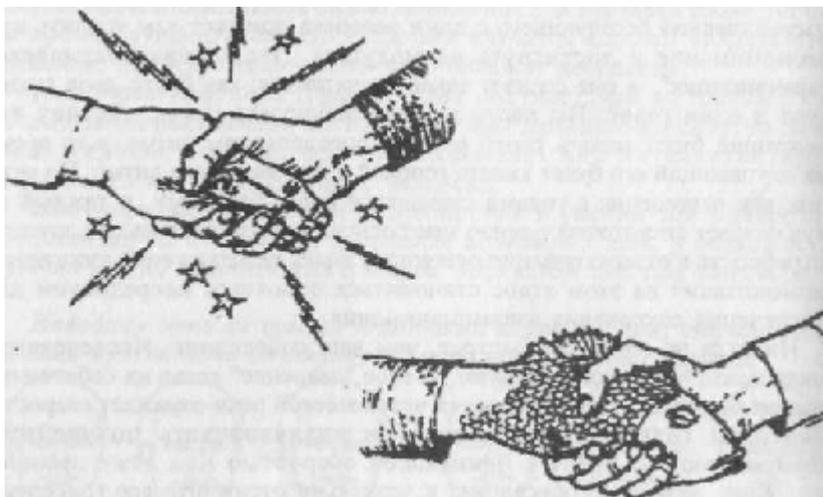
Синхронизация интонации, модуляция голоса и скорость речи во время отзеркаливания беседующего с вами человека поможет вам усилить взаимопонимание и достигнуть единодушия. Эта техника называется "гармонизация", и она создает такое впечатление, как будто двое людей поют в один голос. Вы часто можете наблюдать такую картину, где говорящий будет махать своей рукой в определенном ритме, в то время как слушающий его будет кивать головой в том же самом ритме. По мере того, как отношения с годами становятся более близкими, и каждый из двух человек достаточно хорошо знает основные позиции и мысли другого, потребность в отзеркаливании основного языка телодвижений снижается. Гармонизация на этом этапе становится основным посредником для обеспечения сохранения взаимопонимания.

Никогда не говорите быстрее, чем ваш собеседник. Исследования показывают, что люди чувствуют на себе "давление" когда их собеседник говорит быстрее, чем он. Скорость человеческой речи отражает скорость, с которой головной мозг способен анализировать полученную информацию. Говорите с одинаковой скоростью или даже немного медленнее, чем ваш собеседник, и зеркально отражайте все голосовые изменения и интонацию.

Гармонизация играет очень важную роль, когда вы договариваетесь о встрече по телефону, так как только ваш голос является посредником на данном этапе. Таким образом, вам необходимо потренироваться, чтобы продуктивно использовать эту технику.

## ГЛАВА #4

### Шесть эффективных методов для формирования положительного впечатления на людей



*Два верных способа для создания негативного первого впечатления*

Вам никогда не представится вторая возможность произвести первое впечатление на одного и того же человека. Вы, наверное, уже слышали это от своей бабушки. Однако она не нуждалась в компьютере высокой технологии по софистике, чтобы знать, что люди формируют свое представление о человеке на 90% в течение первых 4 минут общения. Или они приходят, по меньшей мере, к 25 определенным умозаключениям о вас, включая ваш возраст, материальное благосостояние, уровень образованности, ваши полномочия, степень дружелюбия и благонадежности. Они уже даже решают, какую сумму денег могут вам одолжить без оформления расписки. К счастью, существуют четыре пункта, которые вы можете держать под контролем — ваше рукопожатие, улыбка, одежда и личное пространство.

#### Метод № 1 — Сила ладони

Одним из наиболее значительных и наименее заметных невербальных сигналов языка телодвижений является сигнал, передаваемый ладонью человека. Правильное использование силы ладони придаст человеку больше авторитета и даст возможность безмолвно командовать другими. Существуют три основных командных жеста ладони: положение ладони вверх, положение ладони вниз и положение указующего перста. различия, существующие между этими тремя положениями, отчетливо видны из следующего примера: допустим, вы попросили человека в комнате перейти на другое место. Предположим, что при этом вы используете одни и те же слова, с одной и той же интонацией голоса и с одинаковым выражением лица. Меняться будет только положение вашей

ладони.



А—  
Доверительное

В—  
Доминирующее

С—  
Агрессивное

Положение открытой ладони вверх (рис. А) — это доверительный, не угрожающий жест, и человек, которого мы попросили сменить место, в данной ситуации не чувствует никакого давления или дискомфорта. Этот жест дошел до нас с первобытных времен — тогда он использовался троглодитами (пещерными людьми), которые показывали свои ладони в доказательство того, что у них нет с собой никакого оружия.

Когда ваша ладонь повернута вниз (рис. В), в вашем жесте немедленно появляется командный оттенок. У человека, которому вы адресовали свою просьбу, появиться ощущение, что ему приказывают, и даже может возникнуть чувство враждебности к вам.

Если во время вашей презентации вы постоянно будете использовать положение "ладонь вниз", вероятнее всего вы будете безжалостно отвергнуты слушателями.

На рисунке С изображен перстоуказующий жест, где указующий палец говорящего образно символизирует дубинку, с помощью которой слушающие превращаются в подчиненных. Жест "указующего перста" является одним из наиболее раздражающих других людей, используемым оратором в процессе речи, особенно если этот жест совпадает по смыслу со сказанными словами.

Исследования этих двух жестов: положение ладони вниз и положение указующего перста показали, что слушатели расценивают говорящего, который постоянно использует эти жесты, более агрессивным, оказывающим давление, надменным и самодовольным. И они запоминают гораздо меньше из того, что он им говорит. Это происходит потому, что слушатели сосредотачивают свое внимание на осуждении того, как он говорит, а не того, что он говорит.

Если у вас есть привычка указывать пальцем, постарайтесь заменить этот жест, предпочтительно на положение ладони вверх. Потренировавшись немного, вы сможете найти удобные для вас комбинации этих положений ладони, которые помогут вам создать более непринужденную атмосферу и произвести позитивное впечатление на ваших слушателей.

## Метод № 2 — Рукопожатия

Рукопожатие является реликтом первобытной эры. Всякий раз, когда

бы ни встречались первобытные люди, они протягивали друг другу руки раскрытыми ладонями вперед, чтобы показать свою безоружность. Этот жест со временем претерпел некоторые изменения, и появились его модификации, например, помахивание рукой в воздухе, приложение ладони к груди и многие другие. Современная форма этого древнего ритуала приветствия выражается в следующем — люди протягивают друг другу руки и слегка встряхивают их, как это делается во многих англоязычных странах в моменты приветствия и прощания. Обычно при рукопожатии сцепленные руки покачивают от 3 до 7 раз.

Учитывая то, что уже говорилось о влиянии разворота ладони, на значение определенных жестов, давайте теперь рассмотрим, как положение ладони влияет на результат при рукопожатии.

Предположим, что вы впервые встретились с человеком и приветствуете друг друга, обмениваясь рукопожатием. Через рукопожатие передается один из трех типов возможных взаимоотношений:

1. Превосходство: "Этот человек пытается оказывать давление на меня. Лучше быть с ним осторожнее".

2. Покорность, повиновение: "Я могу оказывать давление на этого человека. Он будет делать то, что я пожелаю".

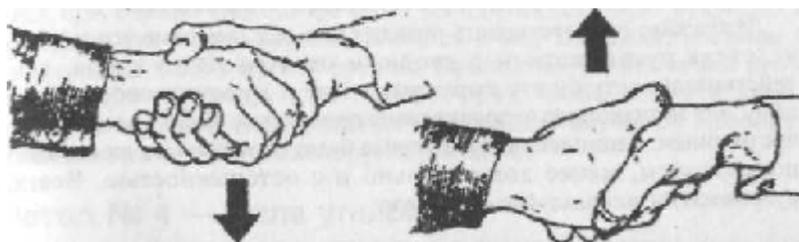
3. Равенство: "Мне нравится этот человек. Мы с ним будем хорошо ладить".

Эта информация передается подсознательно.

При властном рукопожатии ваша рука захватывает руку другого человека (на рисунке ваша рука в черном манжете) таким образом, что ваша ладонь развернута вниз, (рис 1). Совсем необязательно, чтобы ваша рука была развернута горизонтально относительно пола, но определенно важно, чтобы она была повернута вниз относительно руки другого человека. Так вы сообщаете ему, что намереваетесь главенствовать в процессе вашего общения. Исследования поведения 54-х преуспевающих высокопоставленных лиц административного звена показали, что 42 из них не только первыми протягивали руку для рукопожатия, но и использовали властный прием рукопожатия. Такой способ рукопожатия не рекомендуется использовать при создании взаимопонимания, так как это настораживает большинство людей. Такое рукопожатие в основном используют мужчины.

Собака показывает свою покорность тем, что ложится на спину и подставляет свое горло нападающему; человек в свою очередь проявляет свое повиновение, используя развернутое вверх положение ладони. Это рукопожатие отличается от властного тем, что вы протягиваете руку другому человеку, развернув ее ладонью вверх (рис.2). В частности, это рекомендуется применять в ситуациях, когда хотите предоставить всю инициативу другому человеку, или позволяете

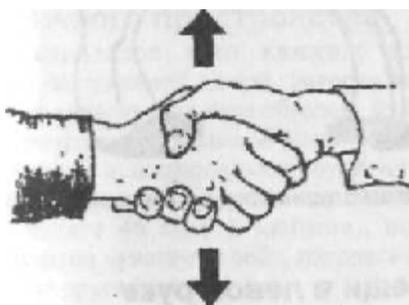
ему понять, что он хозяин положения. Это также может говорить о том, что вы готовы подчиниться.



1. Хозяин положения

2. Уступаю инициативу

### Как создать взаимопонимание через рукопожатие



3. Равноправное рукопожатие

Существует два правила для создания взаимопонимания через рукопожатие. Во-первых, протягивайте руку вперед вертикально, не доминируя и не подчиняясь, а равнозначно с другим человеком. Такое рукопожатие создает комфортное и уважительное отношение друг к другу (рис. 3).

Во-вторых, сжимайте руку другого человека с такой же силой, с которой и он сжимает вашу. Это означает, что, если вы будете представлены группе из 10 человек, то, возможно, будете несколько раз изменять силу рукопожатия и несколько раз приспосабливать положение ладони в зависимости от другого человека. При таком рукопожатии не существует победителей или побежденных, и никто не ощущает на себе давления. Также это создает непринужденную атмосферу, которая способствует продвижению новых идей и предложений и не оставляет места для недовольства друг другом.

### Рукопожатие, которого надо избегать



Избегайте рукопожатия двумя руками с незнакомыми (новыми) людьми

Избегайте приветствовать незнакомого вам (впервые встретившегося) человека рукопожатием с двойным охватом. В то время, как вы в действительности будете выражать теплое и дружественное отношение к нему, для незнакомого человека такое проявление чувств может показаться чрезмерным. Реципиент в этом случае будет относиться к вам с некоторым подозрением, менее доверительно и с осторожностью. Всегда при рукопожатии используйте одну руку.

### Метод № 3 — Носите вещи в левой руке

Эта техника сначала может показаться довольно банальной, однако далеко не все уделяют этому должное внимание. Старайтесь всегда носить свои деловые папки, бумаги, дипломаты, сумочки и напитки в левой руке. При встрече мы приветствуем друг друга, протягивая для пожатия правую руку, большинство из нас открывают двери и пододвигают свои кресла правой рукой, прощаясь мы помахиваем также правой рукой. Если, например, вас представляют кому-либо, а вы держите напиток в правой руке, то вынуждены немедленно переложить свой напиток в левую руку. Даже если вы проделали это довольно успешно, не пролив ни капли на обувь рядом стоящих людей, даже в этом случае вы протягиваете для пожатия при первом знакомстве свою холодную, влажную руку. Это и будет первым впечатлением, сложившимся о вас, холодном, влажном и отталкивающим. Если в правой руке вы держите документы и вам необходимо быстро переложить их в левую руку, чтобы открыть дверь, передвинуть стул или поздороваться, вы можете случайно выронить документы и выглядеть в глазах других растяпой.

### Метод № 4 — Сила улыбки

Человек — единственное наземное существо, которое способно раздвигать свои губы, обнажая ряд зубов, не для того, чтобы укусить других. Улыбка была первоначально жестом покорности и уступки Шимпанзе и обезьяны тоже могут улыбаться, выражая этим жестом, что они не настроены агрессивно.



Проведенные нами исследования по изучению этого жеста показывают, что чем больше вы улыбаетесь, тем больше людей захотят контактировать с вами, тем больше люди будут смотреть вам в глаза и больше времени захотят находиться в вашем обществе. Другими словами, улыбка демонстрирует ваше миролюбивое расположение к человеку в вашей личной жизни и в профессиональных отношениях.

## Метод № 5 — Соблюдайте зону личного пространства

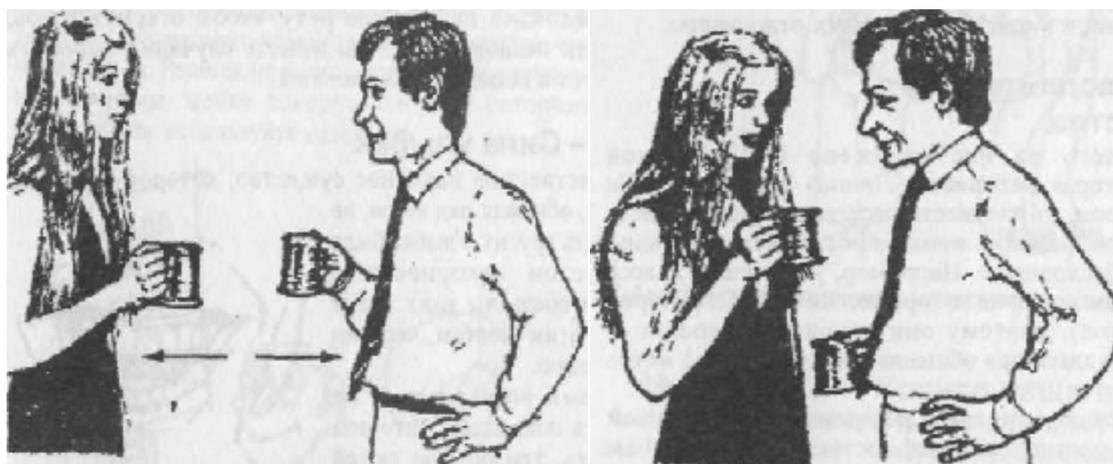
Физическое тело каждого из нас окружено определенной пространственной зоной, которая называется Личная Территория. Ее размер зависит, главным образом, от плотности населения людей в месте его проживания. Таким образом, размеры личной пространственной зоны социально и национально обусловлены. Например, у среднего класса людей, живущих в крупных англоязычных городах Личная Территория составляет 46 см (18 дюймов), поэтому они довольно уверенно и комфортно чувствуют себя, находясь при общении на расстоянии 1 метра друг от друга (рис 1).

Во многих европейских странах, в странах Средиземноморья и Южной Америки Личная Территория местных жителей составляет только 30 см (12 дюймов). Это означает, что они будут стоять слишком близко по отношению к принятым расстояниям у людей из западных стран и могут расцениваться, как слишком навязчивые собеседники.

На рисунке 2, когда оба собеседника — уроженцы Средиземноморья, для них такое расстояние во время разговора является естественным и привычным. В случае же, когда один собеседник из Лондона, а другой из Рима, то англичанин, скорее всего, будет чувствовать на себе некоторое Давление со стороны итальянца. Если вы стоите довольно близко к своему собеседнику и заметили, что при малейшем вашем движении вперед он каждый раз отступает назад, то вам необходимо сохранять необходимую дистанцию и отказаться от продвижений вперед. Люди сами покажут вам своим поведением удобную для них дистанцию общения.

1. Приемлемое расстояние для беседы между городскими жителями в англоязычных странах

2. Естественное расстояние между жителями Средиземноморья



### Факт прикосновения

Во многих не англо-говорящих странах осязаемость или "прикосновения" к своему собеседнику во время разговора является значительным фактом. Непонимание или незнание этого момента может привести к

непониманию и усложнить эффективность коммуникации между культурами. Стратегия в таких случаях довольно проста - повторяйте частоту прикосновений с той же частотой, с какой и получаете. Если человек, с которым вы общаетесь, не дотрагивается до вас во время разговора, оставьте его в покое. Если человек, с которым вы беседуете, к примеру, из Италии или Франции и постоянно прикасается к вам во время разговора, отвечайте ему тем же, иначе он может подумать, что он вам не нравится.

## Метод № 6 — Правильный выбор одежды

Одежда закрывает почти 90% вашего тела и играет важную роль в формировании восприятия вас окружающими людьми. Ваша манера одеваться непосредственно влияет на факт, какое впечатление вы производите — образованного, надежного, компетентного, уважаемого и респектабельного человека.

Мы не будем в отдельности разбирать каждую деталь одежды в этой главе — я дам вам необходимую формулу, по которой вы сможете одеваться так, чтобы производить положительное впечатление на людей. Женщины, вероятно, более часто нарушают гармонию внешнего облика, так как используют больше стилей, цветов и дизайнов, чем мужчины.

---

*Какое различие существует между одиноким мужчиной и клоуном? Клоун знает, что он в смешной одежде.*

---

Однако, несмотря на то, что мужчины используют более узкое разнообразие стилей (и меньше одежды в целом), многие из них не имеют понятия о том, как правильно комбинировать модели и цветовые гаммы одежды. Кроме того, один мужчина из восьми не может точно определить цвет.

Секрет в выборе соответствующего стиля одежды для бизнеса можно разгадать, ответив на вопрос: "В какой одежде ожидает вас Увидеть ваш потенциальный партнер?" Что вам необходимо предпринять для того, чтобы в его глазах вы выглядели человеком, заслуживающим доверие, располагающим к себе, привлекательным, влиятельным, эрудированным и респектабельным? Какого цвета и стиля костюм, рубашку, блузку, галстук, юбку, обувь, часы вам необходимо надеть, и какой макияж и прическу сделать? По его мнению — не по вашему.

Запомните, мнение ваших потенциальных партнеров в этом случае является наиболее важным звеном, поэтому одевайтесь соответственно их представлениям о респектабельном бизнесмене. Конечно, это зависит от региона, где они проживают, и стиль одежды непосредственно зависит от климатических условий данного региона, но везде существует стандартное представление о преуспевающем бизнесмене. Некоторые

люди могут спросить: "А как насчет Ричарда Брансона и Билла Гейтса? Они одеваются так, как будто они только что вылетели из аэродинамической трубы!" Эти люди — исключение из правил. Если мы начнем одеваться в их стиле, то для других будет довольно трудно признать нас людьми, которым можно доверять и за которыми можно следовать. Если вы выстроите в ряд всех наиболее преуспевающих мировых лидеров и бизнесменов, то сможете без труда заметить, что их стилю одежды присуща общая характерная черта. Это и является наиболее надежным стандартом, которого следует придерживаться. Не ограничивайте свои возможности, одеваясь по своему собственному усмотрению в удобную для вас одежду. Придерживайтесь общепринятых стандартов и норм, которые ожидают увидеть при встрече с вами ваши потенциальные партнеры.

Будьте осторожны, если вы решите одеваться в том же стиле, что и ваши кандидаты — этим вы сможете добиться только более комфортабельного общения, а не привлечь их на свою сторону.

## ГЛАВА #5

### Язык телодвижений — как научиться читать знаки



Многие люди не видят очевидного. Что вы здесь видите? Сейчас почти каждый знает, что по телодвижениям человека можно дать ему краткую характеристику. Когда 1976 году я написал книгу "Язык Телодвижений", то не мог представить, какое огромное влияние это произведет на людей во всем мире, и что эта книга будет выпущена тиражом свыше 4.000.000 экземпляров и переведена на 33 языка.

Исследования языка телодвижений и бесчисленные наблюдения и эксперименты в этой области проведенные мной, показывают, что на презентациях, информация поступает в человеческий мозг в таком соотношении —

*Через слова — 7... 10% от всей информации За счет интонации голоса — 20...30% от всей информации Посредством Телодвижений — 60...80% от всей информации* Из этого следует, что от того, как вы смотрите, улыбаетесь, двигаетесь и какие жесты вы используете на вашей презентации, зависит, какое впечатление вы производите на аудиторию. То, как вы говорите, в 3 раза важнее, чем то, что вы говорите.

Три правила чтения жестов

#### Правило № 1. Чтение жестов в совокупности

Как и любой другой язык, язык тела состоит из "слов", "фраз", "предложений" и "пунктуации". Каждый жест подобен одному слову, а слово может иметь несколько различных значений. Правильно понять значение этого слова вы сможете только тогда, когда вы вставите это слово в предложение наряду с другими словами. Таким образом, совокупность жестов создает "предложения", которые точно сообщают о состоянии, намерениях и настроении человека.

Никогда не стремитесь выделять какой-то один жест и истолковывать его изолированно от других жестов и обстоятельств. Например,

почесывание затылка может означать тысячу разных вещей — перхоть, выделение пота, неуверенность, забывчивость или произнесение неправды. Понять действительное значение этого жеста вы сможете, лишь проанализировав все другие жесты, сопровождающие это почесывание. Для правильной интерпретации необходимо учитывать весь комплекс жестов. Совокупность жестов, обозначающих критически оценочное отношение — указательный палец направлен вертикально к виску, в то время как другой палец прикрывает рот, а большой палец подпирает подбородок, ноги крепко скрещены, а вторая рука лежит поперек тела, брови нахмурены.

Никогда не читайте один жест изолированно — Это может быть простое почесывание носа.

В этой главе мы рассмотрим значение некоторых жестов в отдельности, однако не надо забывать, что один жест не существует сам по себе — жест появляется в совокупности с другими.



1. Типичная поза критической оценки

## Правило № 2. Анализируйте контекст жестов

Чтобы правильно интерпретировать совокупность жестов, нужно также учитывать контекст, которому присущи эти жесты. Если вы, в холодный зимний день увидите стоящего на автобусной остановке человека с крепко скрещенными руками на груди, скрещенными ногами и с опущенной вниз головой, то в данной ситуации это вовсе не будет означать, что он принял оборонительную позицию, он просто замерз (рис. 2)

Однако если человек, использует те же самые жесты, когда сидит напротив вас за столом переговоров, то это явно говорит о его негативном и оборонительном отношении к сложившейся ситуации.



2, Человек замерз, а не обороняется

## Правило № 3. Помните о различиях культур

Существуют такие коммуникативные жесты, которые носят в себе различные значения в зависимости от страны, в которой они используются. Например, такой хорошо всем известный жест как "кружок", образуемый пальцами руки (рис. 3), в западных странах означает "ОК" или "все хорошо". Значение "ОК" хорошо известно в



странах, где имеются западные телевизионные программы и, хотя именно это значение в основном распространяется по миру, тем не менее, в некоторых странах этот жест имеет совершенно другое происхождение и значение.

Например, во Франции, этот жест означает "ноль" или "ничего", в Японии он значит "деньги", а в некоторых странах Средиземноморья этот жест обозначает нетрадиционную сексуальную ориентацию человека.

Основные коммуникационные жесты во всем мире не отличаются друг от друга. Когда люди счастливы — они улыбаются, когда они печальны — они хмурятся, а когда сердятся — у них сердитый вид. Кивание головой почти во всем мире обозначает "да" или утверждение, и как я уже ранее упоминал, этот жест — одна из форм поклона. Улыбка, скорее всего, врожденный жест, люди, рожденные слепыми, используют этот жест, хотя никогда его не видели.

В этой главе я представляю вашему вниманию простой "словарь" жестов языка телодвижений, которые наиболее распространены во многих странах, и которые вы, вероятнее всего, сможете увидеть во время индивидуальных презентаций.

### Почему женщины более восприимчивы

Как рассказывалось в нашей книге "Почему Мужчины Не Могут Слушать, а Женщины Не Могут Читать Карты", мужской мозг не может сосредоточиться на восприятии тонких невербальных и голосовых намеков, именно поэтому довольно часто женщины характеризуют многих мужчин, как невнимательных и нечувствительных к проблемам или нуждам других людей.

На любой публичной встрече женщина может сказать мужчине: "Ты что не видел, как я на тебя смотрела? Ты должен был понять, что я уже давно хочу уйти с вечеринки". Это очевидно для большинства женщин, но далеко неявно для большинства мужчин.

Мужчины не толстокожие — их мозг устроен так, что он не способен воспринимать тонкие сигналы языка телодвижений.

Когда женщина говорит, что она может "видеть", что кто-то не согласен с мнением большинства и испытывает дискомфорт, она в действительности "видит" несогласие и дискомфортное состояние. Она способна заметить и расшифровать самые мельчайшие подробности языка телодвижений человека, несогласного с общим мнением группы. Способность женщин "видеть" несогласие, недовольство, ложь или обиду всегда вызывала чувство изумления у большинства мужчин. Это потому, что, в отличие от женщин, мужской мозг устроен так, что он не способен улавливать мельчайшие детали языка телодвижений. Именно поэтому пытаться обмануть женщину на личных презентациях — не очень

оригинальная идея, телефонный звонок — более надежное средство!

## Как научиться читать язык телодвижений

Постарайтесь посвящать хотя бы пятнадцать минут в день изучению и расшифровке жестов других людей, а также пробуйте сознательно анализировать свои собственные жесты. Вы можете экспериментировать в любом месте, где встречаются и взаимодействуют люди. В частности, аэропорт является прекрасным пунктом наблюдения всего спектра человеческих жестов, поскольку здесь люди через жесты открыто выражают целую гамму эмоций: и страстное желание, и гнев, и горе, и счастье, и нетерпение и многое другое. Общественные мероприятия, официальные приемы, деловые встречи и вечеринки также являются изобильным полем для наблюдения и изучения языка жестов. Телевидение также предоставляет вам шикарную возможность для изучения особенностей невербальной коммуникации. Выключите звук и постарайтесь понять, что происходит на экране только по изображению. Включая звук через каждые 5 минут, вы сможете проверить правильность вашего понимания невербалики. Тренируясь, таким образом, вы вскоре сможете смотреть все телевизионные программы без звукового сопровождения и понимать все, что происходит на экране, как это делают глухие. Запишите на видеокамеру свои презентации, затем, выключив звук, предоставьте для просмотра своим друзьям, чтобы они попытались понять, о чем вы говорили, и оценили уровень ваших презентаций.

## Необходимые ориентиры языка жестов

Сейчас мы рассмотрим некоторые наиболее распространенные жесты, которые, вероятно, чаще всех будут встречаться вам на ваших презентациях.

Скрещенные на груди руки. Некоторые наблюдения и происхождение

Жест скрещенных на груди рук обозначает независимое, замкнутое состояние человека. Этот жест принадлежит к числу врожденных жестов, и эксперименты показывают, что 70% людей при скрещивании закладывают левую руку поверх правой. Практически невозможно переучить скрещивать руки противоположным образом. Цель возникновения этого жеста заключается в попытке защитить сердце и грудь от удара, большинство приматов используют этот жест именно по этой причине. Исследования этого жеста показывают, что аудитория, которая принимает такую позу вовремя вашего выступления, воспринимает на 38% меньше информации, чем та, которая сидит в свободных открытых позах. После проведения презентации был проведен опрос людей, которые сидели во время презентации со скрещенными руками, о



*Это может быть "крепкий орешек"*

том, как она им понравилась. Они в основном давали короткие односложные ответы, меньше смотрели в глаза, сидели, откинувшись на спинку стула, и были более критично настроены, чем слушатели, которые не скрещивали рук.

Жест перекрещенных рук может существовать в различных замаскированных формах, включая, неполное скрещивание рук (рис. 4); за руки с самим собой (рис. 5), который является реликтом того времени, когда ваши родители при опасных обстоятельствах брали вас за руку, и вы испытывали чувство эмоциональной безопасности; и предмет держится двумя руками (рис. 6). Причина, по которой люди занимают свои руки различными предметами (держат двумя руками, какой-либо предмет, например, сумочку, очки или папку) заключается в том, чтобы создать защитный барьер из рук, чтобы чувствовать себя в безопасности. Беспричинное прикосновение к кольцу, часам или запонкам на противоположной руке обеспечивает тот же самый результат. На рис. 7 справа сидящий мужчина использует правильную комбинацию жестов в данной ситуации. Он использует позицию с перекрещиванием рук, сто ноги расставлены (выражение агрессивности у мужчин), одна бровь немного приподнята (критическое отношение), вымученная улыбка (сдержанность) и корпус тела направлен в противоположную сторону от разговаривающих рядом других людей



(рис.7)

(безучастность, безразличие). Он чувствует себя исключенным из разговора двух других увлеченных людей, которые, копируя жесты, друг друга, добиваются взаимопонимания.

### Проблемы причинно-следственных связей

Давайте предположим, человек негативно настроен, находится в состоянии обороны, не разделяет общего мнения или просто недружелюбно настроен. Вероятнее всего одним из его невербальных жестов (сигналов) будут крещенные на груди руки. Из наших исследований мы также знаем, что человек со скрещенными руками воспринимает информацию на 40% меньше, и его отношение к услышанному становится более критическим.

Попробуйте провести простой эксперимент. Откиньтесь на спинку стула и крепко скрестите руки на груди. Как вы себя чувствуете? Сдержанным? Исключенным? Безучастным? Изучения этого жеста показывают, что если вы скрещиваете руки по какой-либо причине, вы начнете испытывать негативные ощущения от этого жеста. Это ситуация взаимозаменяемости причины и следствия. Люди, привыкшие к постоянному использованию этого жеста, утверждают, что они "удобно" себя чувствуют в таком положении, потому что этот жест успокаивает при взволнованном состоянии. Даже если вы с недоверием относитесь к факту, что скрещенные руки — это негативный жест, ваша аудитория подсознательно воспримет вас как негативного и недоступного человека. Именно поэтому достаточно трудно убедить в чем-то людей в холодном помещении. Исходя из вышесказанного, для комфортного общения на презентациях рекомендуемая температура в помещении — плюс 21°C.

### Несколько полезных советов

Исключите из своего репертуара жест скрещенных рук. Помните, что ваши слушатели запомнят меньше из сказанного вами, будут воспринимать вас с меньшей симпатией и более критично. Старайтесь использовать открытые жесты.

По возможности на своих презентациях используйте стулья подлокотниками. Это позволит вашим слушателям держать руки не скрещенными и более активно участвовать в обсуждениях. Избегайте ставить на презентациях стулья без подлокотников слишком близко друг к другу. Такое расположение стульев будет способствовать тому, что участники станут скрещивать руки, чтобы избежать прикосновения к рядом сидящему человеку.

Если вы заметили, что большинство присутствующих сидят со сложенными на груди руками, то вам необходимо принять меры, чтобы атмосфера в аудитории стала "теплее". Существуют различные простые, но эффективные приемы, заставляющие человека разомкнуть руки. Например, вы можете задать вопрос и попросить, чтобы для ответа каждый поднял руку. Можно провести письменный тест или предложить записать некоторые данные, или можно подать горячий кофе.

Жесты, связанные с прикосновением рук к различным частям лица

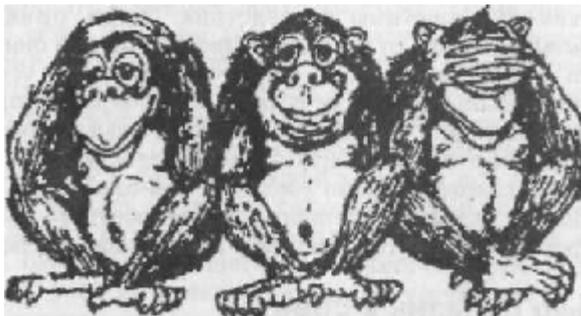
---

### *Наблюдения и происхождение*

---

Все ученые, которые проводили исследования по изучению жестов, связанных с прикосновением рук к лицу, пришли к единогласному мнению, что эти жесты связаны с негативным эмоциональным состоянием человека. Жители Запада и большинства европейских стран используют эти жесты, когда они говорят неправду. Азиаты стараются вообще не прикасаться к своему лицу по религиозным убеждениям,

однако первым признаком обмана может явиться движение ног.



*Различные жесты прикосновения к лицу*

Жест "Прикрывание рта руками" во время обмана, обычно откровенно используют дети, однако когда человек взрослеет, то применяет этот жест в более утонченной форме, как это показано на рис 8. В сущности, прикосновение к носу является замаскированным вариантом предыдущего жеста (рис. 9). Потирание века происходит от попытки скрыться от обмана, подозрения или лжи, с которыми сталкивается человек, или избежать взгляда человеку в глаза, которому он говорит неправду, (рис. 10). Потягивание и потирание уха (рис. 11) или почесывание боковой части шеи (рис. 12) являются жестами индикаторами, которые показывают, что человек сомневается в правдивости сказанных слов.



### Несколько полезных советов

1. Всегда рассматривайте жест в совокупности с другими жестами, учитывая при этом контекст общения. Не путайте простое почесывание носа с подобным жестом, сигнализирующем об обмане.

2. Избегайте применять жесты "Рука-к-лицу" во время своих презентаций, так как аудитория будет меньше вам доверять. При помощи видеокамеры или зеркала тренируйтесь исключить из своего использования жесты, связанные с прикосновением к лицу.

4. Если во время презентации вы видите, что кто-то из слушателей использует жест "Рука-к-лицу" то попробуйте проделать следующее:

"Я вижу, у вас есть ко мне вопрос — не могли бы вы мне его задать?"

Более сильная версия —

"По вашим жестам видно, что у вас есть ко мне вопрос — не хотели бы вы мне его задать?"

Будьте осторожны, когда вы будете задавать последний вопрос, некоторые могут воспринять его как оскорбление — он используется во время допросов!

Положительные жесты

### **1. Наклон головы;**

Мы наклоняем голову набок, когда проявляем заинтересованность в том, что мы видим или слышим. Если во время презентации вы видите, что ваш слушатель наклонил голову набок, вы можете спокойно продолжать презентацию. Если слушатель держит голову прямо, слегка покачивает головой или наклонил ее вниз, необходимо повысить его заинтересованность или изменить характер своего выступления.



### **2. Рука -к- щеке:**



Такая поза свойственна человеку, оценивающему позитивно вашу презентацию. Рука скорее касается щеки, а не поддерживает ее, а указательный палец обычно направлен к виску. Если человек начнет терять интерес, то его поза слегка изменится — его голова будет опираться на основание ладони.

### **3. Заложение дужки оправы в рот:**

Человек может использовать любое вспомогательное средство, которое находится у него под рукой, это может быть ручка, карандаш или очки. Обычно человек кладет себе в рот какие-либо предметы во время оценки своего собеседника или во время принятия решения. Люди, носящие очки, обычно используют этот жест для того чтобы выиграть время при обдумывании решения, так как человек не может отвечать, когда у него занят рот.



### **4. Наклон корпуса вперед:**

Мы подаемся корпусом немного вперед, ближе к человеку или вещам, когда нас что-то заинтересовывает или привлекает. Не путайте эту позу со "Стартовой позой", которая выглядит подобным же образом, но есть отличие — обе руки лежат на коленях и человек выглядит так, как будто готов сорваться с места и бежать, вероятнее всего, по



направлению к двери.

### **5. Руки "шпилом" вверх**



Шпалеобразный жест — это один из жестов, которые можно интерпретировать изолированно от других жестов и который имеет совершенно однозначное толкование — уверенность. Однако вопросом здесь является, в чем уверенность? Уверенность в том, что надо следовать за вами? Уверенность в собственных знаниях по данной теме? Уверенность в том, что уже слышали об этом ранее?

Чтобы правильно понять значение этого жеста, необходимо обращать внимание на "контекст", в котором был сделан жест.

### **6. Выставление больших пальцев рук:**

Большие пальцы рук очень часто выглядывают из карманов одежды человека. Выставление больших пальцев рук говорит о чувстве собственного превосходства человека, о его уверенности и невозмутимости, напоминая шпалеобразный жест. Этот жест нежелательно использовать перед аудиторией, так как он может создать впечатление о вас, как о самодовольном и высокомерном человеке



### **7. Закладывание рук за голову:**



Этот жест используется исключительно уверенными в себе людьми, чаще мужчинами и как бы говорит: "Я все знаю. Я знаю все ответы на вопросы". Попробуйте задать такому человеку такой вопрос: "Я вижу, что вы знаете уже об этом кое-что.

Не могли бы вы поделиться с нами вашим опытом?" В результате это может привести к совместной кооперации или дискуссии, в зависимости от "контекста", в котором жест был использован.

## **Негативные жесты**

### **1. Критическое отношение**

Этот жест указывает на то, что слушатель негативно или критически относится к лектору или предмету его сообщения. При таком отношении указательный палец человека направлен вертикально к виску, большой палец поддерживает подбородок, а средний палец расположен возле губ. Вопрос: "А какое ваше мнение?" может вывести человека из такого состояния.



## **2. Собираение Несуществующих Ворсинок**



Когда человек не согласен с тем, что было сказано, он начинает машинально собирать и стряхивать несуществующие ворсинки с одежды. Человек, собирающий несуществующие ворсинки, обычно сидит, развернувшись немного в сторону, и его взгляд направлен вниз, что позволяет избежать взгляда других и не высказывать своего мнения. Обратитесь к такому человеку со словами: "Я вижу, что у вас есть какие-то вопросы".

## **3. Оттягивание воротничка**

Когда человек рассержен, расстроен или говорит неправду, у него в районе шеи появляются неприятные зудящие ощущения или выступают капельки пота, которые вызывают потребность в почесывании этого участка. По этой причине, человек начинает оттягивать воротничок от шеи. Заметив такой жест у вашего слушателя, вы можете спросить его: "Какое ваше мнение по этому вопросу?"



## **6. Потирание затылочной части шеи — хомут на шее**



Название этого жеста говорит само за себя. Такой жест возникает у человека при растущем напряжении или чувстве разочарования (раздражения). Человек потирает или хлопает свою затылочную часть шеи из-за неприятных ощущений, которые появляются при напряжении мышц шеи, во время расстройства или гнева. Чаще всего это происходит, когда кто-то или что-то в буквальном смысле слова вызывает у вас "боль в шее" (раздражает вас).

## **5. Полуопущенные веки**

Этот раздражающий жест используется человеком, который хочет показать, что он умнее, мудрее, богаче, иными словами который чувствует свое превосходство над вами. При этом жесте человек нередко встает на цыпочки, чтобы стать выше ростом. Когда во время разговора человек опускает веки, это говорит о том, что он подсознательно пытается убрать вас из поля своего зрения. Он смотрит на вас "свысока", подчеркивая свое превосходство и демонстрируя свое презрение.

## **6, Нога, закинута на подлокотник стула**

Этот жест неоднозначен в своем значении. Во-первых, в такой позе человек чувствует себя непринужденно,



свободно, самоуверенно. Во-вторых, это форма проявления территориального обладания, так как этим жестом он утверждает свое право на обладание этим стулом и окружающим пространством. Этот жест говорит о беспечном или безразличном отношении ко всему происходящему вокруг.

### 7. "Верхом " на стуле



Такой жест популярен среди мужчин, стремящихся доминировать в обществе, управлять и господствовать над другими людьми. Спинка стула в данной ситуации служит защитным средством от возможных "атак", а широко расставленные ноги — излюбленная позиция мужчин, указывающая на господство положения. Никогда не спорьте с человеком, который находится в такой позе. Вы можете попросить переставить стул в нормальное положение и постарайтесь привлечь его внимание.

### 8. Медленное натирание ладоней.

Скорость, с которой человек потирает свои ладони во время общения, невербально раскрывает его эмоциональное состояние. Быстрое потирание ладоней говорит о том, что человек доволен полученными результатами. Медленное потирание ладоней друг о друга сигнализирует, что человек ожидает получить личную выгоду или выиграть сделку в ходе предстоящей дискуссии.



### Типичные комбинации жестов

На данном рисунке женщина, изображенная справа, демонстрирует классический вариант совокупности жестов при критической оценке чего-либо, а мужчина слева представляет нашему вниманию целый "букет" жестов, передающих доверие и открытость. Это улыбка на лице, протянутые открытые ладони и наклоненное вперед туловище. Он пытается установить контакт с сидящей напротив него женщиной. Мужчина в середине использует шпалеобразный жест и положенная нога на колено другой ноги, указывают на то, что он чувствует свое превосходство над другими и уверен в себе.



## Заключительное слово

Язык телодвижений напоминает сложение мозаики — большинство из нас обладают многими фрагментами, но никогда не пытались собрать из них картину целиком.

Всегда помните о **Правиле Первом Языка Телодвижению** — никогда не интерпретируйте жесты изолированно от других жестов, всегда рассматривайте их только в совокупности. Всегда следите за контекстом, в котором были сделаны жесты и учитывайте культурные различия.

Уметь читать Язык Телодвижений означает быть способным понимать невербальные сигналы, которые несут в себе при личном общении от 60 до 80 процентов передаваемой информации.

Теперь посмотрите на эту иллюстрацию. Что вы видите?



## Заключение

Сколько раз каждый из нас неоднократно слышал, что кто-то говорил о преуспевающем сетевом работнике: "Она так естественна" или "Он рожден, чтобы выполнять эту работу"?

Однако вы, скорее всего, никогда не слышали, чтобы люди говорили о ком-нибудь, что "он рожден быть инженером" или "он врач от рождения" или "он истинный фармацевт". Мы знаем, что эти профессии отвечают требованиям соответствующих наук.

Научные знания и навыки достигаются в результате систематического обучения, включающего в себя наблюдения, эксперименты и вычисления.

Сетевые работники, достигнувшие высокого уровня в бизнесе, не были "наделены от природы" или "рождены". Высший уровень сетевого бизнеса — это тоже наука, которой можно обучиться, как и любым другим наукам. Эта книга предлагает вам некоторые результативные методы и приемы, помогающие добиться максимальной эффективности общения с людьми, и показывает вам как правильно их использовать и как ускорить ваше продвижение вперед. Науку организации рабочей сети можно изучить — для приобретения профессионального навыка она требует такого же упорства, старания, настойчивости, практики и времени, как и любая другая наука.

Одно из самых больших препятствий, с которым сталкиваются сетевые работники на пути к успеху, — это чрезмерная чувствительность на негативные ответы своих кандидатов. Когда вы начнете применять методы, изложенные в этой книге, то поймете, что каждое "Нет" фактически является положительным шагом по направлению к достижению ваших целей. Сохранение ваших средних результатов постоянно будет это подтверждать.

Эта книга открывает секрет, "каким образом" можно добиться успеха, который для многих являлся "камнем преткновения". Сейчас все зависит от вас, все в ваших руках.

Бизнес Сетевого Маркетинга развился внезапно, фактически за одну ночь без особых фанфар и рекламирования, и в результате может стать крупнейшим бизнесом. Его успех зависит от результатов работы системы дистрибьюторских распределений, в основе которой лежит принцип цепной передачи и которая действует на энтузиазме членов этой цепи. Это одна из наиболее динамических систем, когда-либо созданных человеком.

Эта книга поможет вам скорее добиться успеха и даст вам ключи, чтобы отпереть сокровища системы. Все, что говорится в этой книге, доказано, проверено и приносит немедленные результаты. Все будет

работать так, как вы сможете организовать. Больше нет места для оправданий, что вы не можете достигнуть тех вершин, которых вы хотите. Итак, поставьте себе цели и добивайтесь их!

***Алан Пиз***