HEMLIGHETEN MED

Hur vi byggde en organisation med 500 partners som anskaffade 10 000 kunder på 5 år.

DIREKTFÖRSÄLJNING

INNEHÅLL

Inledning	4
DEL 1: Vad du först och främst behöver veta om direktförsäljning	6
Kapitel 1: Direktförsäljning ur nya perspektiv	7
Kapitel 2: Tillbaka till grunderna	13
Kapitel 3: Varför direktförsäljning?	15
Kapitel 4: Har du blivit bränd på nätverk?	18
Kapitel 5: Kritiker & troll på nätet	22
Kapitel 6: Allt är inte guld och gröna skogar	27
Kapitel 7: Nya ”spelregler”	34
DEL 2: Affärsmodellen	37
Kapitel 8: En skola i entreprenörskap	38
Kapitel 9: Ett lärlingssystem i världsklass	41
Kapitel 10: Kan man jobba med flera företag inom direktförsäljning?	43
Kapitel 11: Grundpelarna i direktförsäljning	47
Kapitel 12: Vi får betalt för att bringa ett värde till marknaden	50
Kapitel 13: Systemet inom direktförsäljning	52
Kapitel 14: Har du en mentor inom direktförsäljning?	56
DEL 3: Framtid & vision	58

Kapitel 15: Perspektiv & förväntan 59
Kapitel 16: Är du en campare eller en klättrare? 61
Kapitel 17: Information och utbildning leder till förståelse 63
Kapitel 18: Produkternas prisbild påverkar skalbarheten i nätverket 67
Kapitel 19: Hjärntvätt, hälsoreligion & marknadsföringsregler 70
Kapitel 20: Faran med att bli expert 77
Kapitel 21: Promota events 82
Avslutning: Borde alla jobba med direktförsäljning? 88
Bonuskapitel: Det spelar ingen roll 90
Checklista: Tillbaka till framtiden 93

INLEDNING

Ända sedan jag satt i skolbänken har jag funderat på varför vi inte blir inspirerade i skolan. Jag hade ingen plan. Jag drömde mig bort längst bak i klassrummet och läste inga böcker.
Flera klasskompisar visste precis vad de ville göra. Många skulle bli snickare eller elektriker. Jag blev industriarbetare. Jag gick tre år verkstadsförberedande utbildning. Jag blev CNC-operatör. Saken är att jag visste ingenting annat. Jag trodde jag följde strömmen.
Jag var inte medveten om att jag tog det beslutet själv. Det var jag som skrev på avtalet, det var jag som valde gymnasium. Jag kunde sett det som en ledtråd. Jag började se på livet som ganska tråkigt och enformigt och jag kunde inte förstå hur folk kunde stå ut hela vägen fram till pension... Skulle jag jobba där i 40 år?
När jag håller föreläsningar eller utbildningar brukar jag säga att jag tröttnade efter 2 veckor så efter 5 år sa jag upp mig. Ofta tar det tid för oss att ta beslut - särskilt för oss introverta, analytiska människor. Vi ska fundera, studera och analysera innan vi agerar, om vi ens kommer dit.
Någon gång under tonåren - Jag tror jag var 13 eller 14 så fick vi besök hemma av ett par. Mamma sa att jag skulle stanna hemma den där kvällen och lyssna för ”det kunde vara någonting för mig”. Jag frågade vem det var och varför de skulle komma till oss och hon sa att hon faktiskt inte riktigt visste. Hon hade fått ett samtal från någon som tyckte att min mor och far som tänkbara kandidater för en affärsverksamhet som skulle expandera. De kände egentligen inte varann utan de hade fått en ”referens”...
Jag var hemma och hade även med en kompis. Det knackade på dörren. Där stod de med ett blädderblock under ena armen och en portfölj under den andra. De kom in i vårt vardagsrum och de började prata om det här revolutionerande sättet att göra affärer på. Det var ringar, pilar, siffror och modeller. Jag gillade det. Tänk att bygga en organisation genom att vara en representant för ett företag. Inte behöva tillverka några produkter utan bara vara en del av distributionskedjan. Ta del av marknadsföringspengar och pengar som företag normalt sett på den tiden la på distribution. Att bara mäkla en affär. Det tyckte jag var briljant från början och från den dagen har jag varit besatt av den här affärsmodellen.
Jag har aldrig förstått kritiken det här sättet att jobba har fått genom åren. Det skulle aldrig funka i något annat sammanhang. I ett vanligt företagande vet man att om man inte gör någonting så blir det ingenting. Ta träning, elitidrott eller musik. Om du inte lägger tiden så blir det ingenting men det är en utbildningsfråga.
I ett seriöst bolag med bra produkter och rätt mentorskap kan vem som helst med rätt attityd till lärandet och görandet lyckas. Det handlar om individen som behöver göra jobbet. Jag bestämde mig tidigt att jag skulle vara den personen som massivt skulle stå upp för det här och motarbeta kritiker och internettroll.

Jag vill tapetsera alla sökmotorer med positivt innehåll om den här affärsmodellen och den här professionen. Tack vare direktförsäljning har jag och miljoner människor hittat ett sätt att brinna för någonting och dela med oss av någonting som vi tycker är väldigt bra. Vi inspirerar människor! Jag ser inte någon annan affärsmodell där ute kunna leverera på det här sättet. Människor som är negativa till det här sättet att jobba har oftast inte förstått hur affärsmodellen fungerar. När människor uttalar sig om saker de inte förstår blir det ofta lite pinsamt. När det gäller direktförsäljning vet majoriteten fortfarande inte hur det fungerar så ingen behöver skämmas för att uttala sig på felaktiga grunder. Än så länge blir det inte så mycket drama om någon råkar kläcka ur sig något som inte alls stämmer. Det är också här som det finns stora möjligheter för oss pionjärer att verkligen stå upp för någonting. De som väljer att stå upp för sanningen kommer kunna vara med och utbilda en hel värld.
Att se människor få sina aha-upplevelser och sina genombrott när de uppnår saker de aldrig trodde var möjliga är vad som gör det värt det. Jag har skrivit den här boken för att dela med mig av min resa och berätta om vad den här affärsmodellen kan skapa om du väljer att göra jobbet. Under mina 15 år i den här professionen har jag lärt mig massor om nätverk, människor och inte minst mig själv. Jag är inte bara en person som tagit del av mycket utan jag har även gjort jobbet i praktiken vilket inte alltid är fallet. Den här världen är full av människor som marknadsför sig och säljer kurser om saker de inte gjort själva...
Boken är uppdelad i tre delar. Varje kapitel har ett viktigt budskap som jag lärt mig på ett eller annat sätt under de senaste åren... Alla kapitlen är fristående baserade på mina blogginlägg. Följ med på resan - Nu kör vi!

Jag kommer härifrån kalla nätverk, mlm, multi-level marketing, network marketing och nätverksmarknadsföring för direktförsäljning eftersom det är vad våra myndigheter kallar vår affärsmodell.

DEL 1

VAD DU FÖRST OCH FRÄMST BEHÖVER VETA OM DIREKTFÖRSÄLJNING

KAPITEL 1

Direktförsäljning ur nya perspektiv

När jag såg direkthandel för första gången för ett antal år sedan så handlade det om att bygga upp en distributionskanal, att köpa hem saker som en återförsäljare åt ett företag. Det gick ut på att man beställde ett paket med en massa produkter för att sälja till de som ville köpa. Tillgång och efterfrågan. Att mäkla en affär mellan företaget och slutkunden tyckte jag lät som ett smart sätt att tjäna pengar. Amerikanska FTC (Federal Trade Commission) har börjat ställa högre krav på direktförsäljningsföretagen i USA vilket ofta är positivt för marknaden. Kevin Thompson är en erkänd advokat som jobbar med både företag och distributörer därborta. Han skriver mycket om hur han ser på direkthandel som affärsmodell ur ett juridiskt perspektiv och jag kommer att referera till honom och en del andra ledare inom området framöver.

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR ATT SE KEVIN THOMPSONS HEMSIDA

Ett modernt direkthandelsföretag skickar idag ut produkter direkt till kund så att du som distributör aldrig behöver bygga upp något lager eller ligga ute med pengar. Det innebär att vårt jobb idag är att sitta i möten med potentiella kunder och kollegor medan företaget tar hand om allt annat runtomkring.

Intern konsumtion eller externa kunder

I USA pratar de om samma siffror som vårt EU-direktiv säger som vi fick här hemma för några år sedan. Det handlar om ett lagförslag till alla medlemsländer som säger att minst 50% av omsättningen ska komma från kunder som handlar produkten för att de vill konsumera den. Alltså externa kunder som inte har någon placering i organisationen. Den siffran ligger i själva verket ofta bara på 20-30% för att personer som egentligen bara ska vara kunder lockas in i organisationen som distributörer i hopp om att tjäna pengar utan att veta vad som krävs eller rentav utan att veta om det.

En bra organisation har uppåt 70-80% av omsättningen från externa kunder. Flera seriösa företag har också upplägg som innebär att när de första kunderna är på plats så får distributören sina egna produkter gratis. Då plockar man bort den gamla myten om att vi tjänar pengar på andra när de inte genererar någon omsättning.

Kundbehållning

Inom direkthandel pratas det om en passivt återkommande inkomst på återköp gjorda av kunder som gillar produkterna och vill beställa mer. Dock så är kundbehållningen 20-30% per år i många fall medan de bolag som har hög kundlojalitet har omvända siffror, uppåt 70-80%.
Att uppmana organisationen framåt till att jobba med externa kunder och behålla dem kommer att vara en förutsättning för att bygga en organisation inom direkthandel i framtiden, och här kommer jag att ta upp flera anledningar till det.

Vad du behöver veta idag

Att studera hur en organisation inom direkthandel byggs upp och hur kulturen skapas i ett uppbyggnadsskede tycker många är otroligt intressant medan andra är mindre intresserade av att sätta sig in i det. Även om du inte älskar ämnet bör du gräva djupare och inte ignorera det oavsett dina ambitioner med din verksamhet. De flesta människor tenderar att undvika saker de inte tycker om och det kan bli dyrt.

Oseriösa koncept kan se bra ut på ytan och lätt smälta in bland bra företag, så folk kan inte alltid se vad som är vad. Syftet här är att utbilda människor som jobbar seriöst med direkthandel att tänka till och se skillnad på vad som är seriös verksamhet och vad som inte är det.

Ett seriöst direkthandelsföretag betalar i regel ut 40-50% av omsättningen i provisioner då företaget ofta inte har så många fler mellanhänder eller marknadsföringskostnader. Så länge produkten håller en hög kvalité, prisbilden ser bra ut och marknaden vill ha den så är oftast allt som det ska.

Ibland dyker det dock upp koncept som lockar med att de betalar ut 85% av omsättningen i provision. Bättre vore väl kanske att sänka priset med 40% så att kunder faktiskt handlar produkten till ett vettigt pris och att provisioner ligger på en rimlig nivå. Jag förstår inte varför slutkunder ska betala ett överpris för att ge bränsle till en organisation på det viset, om det ens finns några kunder. I dessa fall brukar det inte finnas några externa kunder och därför hamnar många till slut hos lotteriinspektionen för utredning gällande illegal spel- och lotteriverksamhet.

Det finns alltså en gråzon för vad som är seriös verksamhet. Om något bolag betalar ut pengar till distributörer utan någon koppling till produktförsäljning så är det olagligt, men vart går gränsen?

Kevin Thompson som är advokat och specialiserar sig på direktförsäljning pratar alltid om att det måste finnas en legitim produktförsäljning. Han säger att du kan exempelvis inte gå runt och sälja pennor för 10.000 kronor. De flesta människor skulle anse att det var långt ifrån legitimt och rimligt. En relevant fråga är givetvis om folk utanför nätverket skulle köpa produkten? Skulle du själv köpa produkten om det inte fanns någon kompensationsplan knuten till den? Det finns flera saker att titta på här men det handlar i grund och botten om ifall de får ut produkter till slutkunder.

”Vi har den bästa kompensationsplanen.” Jaha, spännande. I förhållande till vad? Säg att det finns över 1000 direkthandelsföretag i världen. Säkert 350 som jobbar eller försöker börja jobba i Sverige varav 10% av dem är godkända av Direct Selling Sweden. Då borde du vara en professor inom den här professionen om du studerat alla dem.

Inkomstpåståenden

Någonting som myndigheterna kommer att slå hårt på framöver även på seriösa bolag är alla inkomstpåståenden som figurerar. När distributörer använder ord som ”det är lätt”, ”det tar inte så lång tid” eller ”det är inte så mycket arbete” så kan det bli problem. Randy Gage säger: ”Du kommer att tappa mer folk genom att få det att låta för lätt än vad du någonsin kommer att tappa genom att få det att låta för svårt”.

Om du istället sätter dig ned, går igenom och benar ut: ”Personer med titel X har vanligtvis kommit upp i kundbas Y och det skapar med normal tillväxt i genomsnitt inkomst Z. Här är 67% grundvolym och 33% nyproduktion vilket är så det i regel ser ut om du har en bra tillväxt på den här nivån. För att komma hit behöver du minst lägga ned 10 timmar arbete i veckan i 3 år...”

Det här är ingenting du vanligtvis går igenom på en första presentation då det lätt blir för mycket information (om ingen frågar om det), utan snarare någonting du gör vid en uppföljning eller när någon frågar vad som krävs för att kunna lägga en plan. När du tydligt går igenom vad det är som krävs, är genuin i det och gör det på ett sätt som är enkelt att förstå så kommer folk lita på dig.

Faktum är att myndigheterna anser alla inkomstpåståenden som vilseledande om de inte följs av en tydlig redogörelse av vad det är som krävs. En bil har en gas och en broms. Många ledare bromsar aldrig. De behöver sitt momentum. Kevin Thompson säger: ”Om för många barn pissar i poolen så får poolen dåligt rykte”. Ge inte poolen dåligt rykte. Se till att alla omkring dig är seriösa och sköter sig.

Innan du börjar skicka ut bilder på semesterparadis, dyra klockor och snabba sportbilar så fokusera på att gå ut och skapa ett resultat. Den som är i aktivitet och står kvar i kön längst vinner, men se till att ställa (karriärs)-stegen mot rätt vägg.

Vad du mer behöver veta idag

Alla seriösa företag vill bygga upp en organisation där försäljningen drivs av kunder som vill åt produkten. Myndigheterna tittar på produktens marknadsvärde, försäljningsmöjligheter, organisationskultur, ångerrätter, kvalificeringar och om organisationen fokuserar på att leta slutkunder. Om ett företag är svagt på något eller några av de här punkterna indikerar det på att företaget har mer fokus på att människor ska starta som distributörer än legitim marknadsdriven efterfrågan av företagets produkter.

Distributörer utan kunder blir sällan kvar speciellt länge så för organisationer utan kunder är det ofta ett evigt letande efter nya distributörer, istället för att bara fokusera på att bemästra kundanskaffning innan organisationen tränas i att skaffa kunder.

Intern eller extern omsättning

Om du som distributör handlar för 500 kronor i månaden medan din genomsnittliga kund omsätter 50 kronor i månaden så kan det bli problem. Då behöver du 10 kunder för att 50% av omsättningen ska komma från kunder. Omsätter din kund i snitt 300 kronor och du som distributör inte har några krav på dig att handla produkter varje månad, eller rent av får dem kostnadsfritt så ser ekvationen betydligt roligare ut.

Du som distributör ska givetvis beställa hem produkter i exponeringssyfte, men se till att kunderna får hem sina produkter till sig så att du inte hamnar i en situation där du får ligga ute med pengar eller blir tvungen till att bygga upp ett lager. Ingen ska behöva bedriva en butik för att jobba med direkthandel och det borde inte heller vara en krav från företagets sida för att få ut någon bonus. Många företag har idag en stående månadsbeställning för distributörer.

Anledningen är förstås att vi som jobbar med det ska få hem produkter regelbundet för varumärkesexponering. En del företag skickar dessutom med någon typ av utbildning i varje leverans för att ständigt kompetenshöja organisationen, oavsett vem som går på företagets utbildningar.

Om större delen av omsättningen kommer ifrån distributörers månatliga inköp finns det risk för att myndigheterna definierar det som en produktpyramid, eller som lotteriinspektionen kallar det, kedjebrevsspel. EU-direktivet säger att minst 50% av omsättningen i en direkthandels- organisation bör komma ifrån externa kunder. En frontmatad organisation som enbart bygger på att distributörer får betalt när andra distributörer beställer hem produkter går därför emot allt vad direkthandel står för idag. Todd Falcone spelade in en video med Kevin Thompson för en tid sedan gällande hans syn på framtiden.

KLICKA HÄR PÅ LÄNKEN FÖR ATT SE KEVIN THOMPSONS VIDEO

Produktpyramider

Vissa företag ser ingen skillnad på distributör och kund vilket innebär att alla har en position, alla är en del av organisationen och alla kan tjäna pengar. Den stora fördelen är att man aldrig behöver prata om det här med externa kunder. Nackdelen är att man kommer få problem med myndigheter. Om 100% av omsättningen kommer från intern konsumtion kan företaget kalla alla som inte tjänar pengar för ”kunder” men det här brukar till slut hamna på lotteriinspektionens bord.

Ledare i dessa företag säger: ”80% av omsättningen kommer ifrån kunder”, vilket är helt fel. Det är juridiskt sett siffran på hur stor del av organisationen som inte tjänat några pengar än. De har tagit en plats i strukturen, ofta i hopp om att tjäna pengar.

Företaget slipper dåliga siffror på hur stor del av alla distributörer som tjänar några pengar och ”kunder” fortsätter vara kunder tills de gjort något och helt plötsligt visar det sig att de har en position i strukturen. Detta gör oftast företagen för att personer som handlat produkter men aldrig tjänat pengar inte ska kunna definieras som ”misslyckade distributörer” eller ”offer”.
Företag som kommer få problem är de som ger alla sina konsumenter en placering i en organisation, eller de som gör en konvertering från kund till distributör i ett senare skede när ett antal referenser ”öppnat upp kompensationsplanen”. Detta för att regelverket säger att externa kunder är de som inte är eller blir en del av organisationen.

Är du kund till ett direkthandelsföretag så ska du ha ett kundnummer direkt kopplat till din distributör. Är du distributör så ska du ha ett ID och en placering i organisationen. Vill en kund börja jobba med produkterna får kunden helt enkelt skriva in sig som distributör.

Marknadsposition

Frågan är om produkten är säljbar. Frågan är om marknaden vill ha produkten. Frågan är om du bringar ett värde till marknaden genom att marknadsföra den.

De som starkt rekommenderar allt och alla att starta som distributörer bygger kulturen på fel värdegrunder. Rekryteringsfokuset och ”handla för att hålla kvar din kvalificering”-kulturen kommer inte att överleva. Om du inte skulle kunna sälja produkten till nära och kära som inte är ute efter en position så gör det inte. Leta efter produkter i en organisationskultur du kan stå för.

SKA VI HA TILLGÅNG TILL MÅNADSBESTÄLLNINGAR? -ABSOLUT!
SKA DEM KVALIFICERA OSS FÖR BONUSAR? -ABSOLUT INTE!

Bristande utbildning är ingen ursäkt. Se till att fokusera på utbildning. Lär alla att fokusera på externa kunder innan någon bygger vidare på en organisation. Det är dags att öppna ögonen. Jag föreslår att du gör samma sak.

Patric Nilsson

KAPITEL 2

Tillbaka till grunderna

Direktförsäljning som affärsmodell har funnits i långt över 100 år och utvecklingen går framåt men någonstans på vägen har många tappat sitt kundfokus. Från att distributörer ska ligga ute med pengar och hålla ett lager hemma till att alla konsumenter ska vara distributörer. Många hamnar i onödiga problem med marknadsföringsregler då det egentligen bara handlar om att gå tillbaka till grunderna.

I slutet på 1800-talet (1886) startade Avon Cosmetics efter att bokförsäljaren David H. McConnell delat ut gratis parfymprover till hemmafruar för att få komma in och visa hans böcker han ville sälja. Han såg potentialen i att 80% av alla kvinnor på den tiden var hemma och att de gärna ville tjäna egna pengar. Han startade Avon och lät dem bli oberoende representanter och sälja deras produkter till sina vänner.

Carl F. Rehnborg startade 1934 California Vitamins som sålde kosttillskott och bytte namn till Nutrilite 1939. 10 år senare startade Jay Van Andel och Richard DeVos som oberoende distributörer men när bolaget hamnade i en dispyt med U.S. Food and Drug Administration (FDA) gällande marknadsföringsregler startade de ett eget bolag ”The American Way” (Amway). Bolaget byggde på en multi-level-plan där du som IBO (Independent Business Owner) fick betalt på flera nivåer ned i organisationen.

Du fick möjligheten att hjälpa andra som ville starta upp utan att de blev konkurrenter till dig. Du fick helt enkelt procent på omsättningen av produkter som lämnade lagret när dina nya kollegor (säljare) beställde produkter.

Sedan mitten av 1900-talet har det startats många bolag som valt att bygga på liknande principer eftersom enkelheten och skalbarheten gör affärsmodellen svårslagen. Ett antal år senare gick flera företag över från att låta deras direktsäljare beställa hem ett lager av produkter till att bara handla till sig själva. Istället registrerades alla kunder (konsumenter) som säljare i organisationen vilket ledde till att ingen behövde ha något lager längre.

Myndigheterna har flera gånger reagerat på denna modell då all omsättning är ”intern” och inga produkter säljs till kunder som inte är en del av säljorganisationen – bara till säljare med en position i nätverket. Flera företag har fått gå igenom längre rättsprocesser med anledning av detta – Herbalife fick under deras process 200 miljoner dollar i böter för att de inte kunde redovisa att de hade riktiga kunder som handlade produkter utan att få provision från omsättningen av ett nätverk.

Det vi behöver göra som profession är att gå tillbaka till grunderna – kunderna.

Patric Nilsson

KAPITEL 3

Varför direktförsäljning?

Patric Nilsson

Det är snart 20 år sedan jag såg direktförsäljning för första gången och tänkte i det här inlägget förklara varför jag inte kunnat släppa tanken på det. Tänk dig att du får ett nyckelfärdigt system där materialet är framtaget, bolaget har anställt personal på marknad, ekonomi och kundsupport som jobbar åt dig. Distributionen sköts centralt så du inte behöver hantera några produkter. Kunden beställer direkt från hemsidan, produkter skickas direkt hem till kunden och du har full koll på allting via ett backoffice som inte kostar dig någonting. Det här konceptet får du serverat så låt oss nu titta på de mervärden som du bara kunde drömma om.

1. Entreprenörsskolan

Du lär dig entreprenörskap. Det är en skola i personlig utveckling, ledarskap, presentationsteknik, kommunikation, marknadsföring, försäljning och allt som har med entreprenörskap att göra som du inte lärt dig i skolan. Du kommer ut i riktiga möten med riktiga människor utan att ta någon risk. Det är inget stort beslut att dra igång. Du ska inte skuldsätta dig. Du ska inte byta jobb, köpa hus eller gifta dig. Du ska skaffa dig en rättighet till att vara med och tjäna pengar. Det kostar ingenting, du är inte bunden till något. Du skaffar dig en rättighet. Vad du gör med den möjligheten är upp till dig.

Poängen är att du får ta ett beslut och stå för någonting. Det du behöver göra är att sitta i möten för att få ut produkter på marknaden men det behöver du inte göra själv.

2. Mentorskapet

När du startar så har du direkt tillgång till mentorer som hjälper dig igång och lär dig grunderna. Det är världens i särklass bästa lärlingssystem där personen som lär upp dig redan bemästrat de första stegen som du nu ska lära dig. Systemet kvalitetssäkrar hela tiden processen så ingenting är oklart – allting är tydligt.
Du har fri tillgång till en hel kedja med mentorer som vill att det ska gå bra för dig. De kommer att investera tid i att hjälpa dig och kommer aldrig att fakturera dig en krona för den tiden. De finns där som ett skyddsnät oavsett vad som händer och steg för steg får du hjälp att lära dig nya saker och tids nog kliver du in i ansvar och ledarskap som du bemästrar eftersom det nu blivit en del av dig.

3. Ledarskapsinkomsten

Du utvecklas och växer som ledare och du kommer en dag inse att du blivit den entreprenör du drömde om när du startade. Att bygga en ledarskapsinkomst skiljer sig på flera sätt jämfört med att vara anställd. Du har ingen chef utan du får själv se till att göra det du lovat dig själv att göra. Två saker ska till för att du ska utveckla en ledarskapsinkomst.

KUNDBAS

Först handlar det om att du lär dig skaffa kunder så att du kan lära andra att göra det. Över tid bygger du med ditt team en kundbas som ger en passiv inkomst på återkommande beställningar.

LEDARSKAP

Det andra som krävs är ledarskap. Här handlar det om att gå före och visa vägen, coacha och utbilda människor i systemet. Om du inte jobbar med att utveckla ditt och andras ledarskap så kommer du inte heller kunna bygga någon ledarskapsinkomst.

PASSIV INKOMST

Den passiva inkomsten många letar efter idag kommer som en konsekvens och kan säkert vara en stor del av dina totala intäkter över tid men om det inte finns ledarskap och du inte är aktiv så kommer tillväxten att avta. En organisation utan ledarskap växer inte. Växer det inte så dör det eftersom det inte går att stå still. Vi ska inte attrahera människor som letar efter passiva inkomster. Det finns ingen profession där de letar efter personer som inte vill göra jobbet.

LIVSSTIL

Du söker människor med stora ambitioner som är beredda på att jobba för att realisera dem. Du söker människor som vill ha den friheten och livsstilen att kunna jobba när som helst, vart som helst. Själv ser jag fram emot den aktiva inkomsten i uppbyggnadsfasen av en kundbas på 100.000 kunder och även om det kommer bli en bra passiv inkomst så är det resan som är intressant.

Fler och fler inser att ett tryggt och säkert jobb inte är så lockande längre med tanke på hur marknaden ser ut. De är ute efter friheten den här professionen kan ge dem. Anställning är ett ganska nytt fenomen som kom under industrialismen. I bondesamhället var de flesta egna företagare. Nu går vi ut och hjälper människor att bli entreprenörer igen.

Patric Nilsson

KAPITEL 4

Har du blivit bränd på nätverk?

Jag träffade en kille för en tid sedan som sa att han hade blivit bränd på nätverk. Det är inte första gången jag hör någon säga så men jag blir alltid lika fascinerad. Vad handlar det om egentligen? Låt mig ge dig min syn på det.

Går jag ut på restaurang och får in en bränd köttbit så är det upp till mig att säga ifrån. Jag skulle inte komma på tanken att gå runt och försöka övertyga mina vänner om att sluta äta på restaurang.

Över 60% av alla företag som startas avvecklas eller går i konkurs inom ett år. 80% av dem som är kvar är borta ett par år senare. Personalomsättningen på en snabbmatsrestaurang kan vara flera hundra procent på ett år. Studenter hoppar på och hoppar av kurser hela tiden så det faktum att vi människor är ute efter förändring, alternativt behöver jobba på tålamod eller uthållighet är ingen nyhet.

Direktförsäljning har funnits sedan sent 1800-tal – bland annat Avon Cosmetics som startade 1886. De gamla MLM-bolagen växte fram på 50-60-talet. Sedan började dem satsa på utbildning och de utvecklades ännu fler företag och kompensationsplaner på 70 & 80-talet. Ett av världens största bolag startade i slutet på 50-talet och en bit in på 70-talet startade två herrar som idag har större delen av företagets omsättning i sin organisation.

Direktförsäljning har en briljant kompensationsplan som belönar rätt agerande och produktion. Det finns begränsningar i strukturen som gör att det inte handlar om när man börjar utan den som gör mest tjänar mest. Du bör inte vara först, det är bättre att starta i ett senare skede när du har fler att ta hjälp av som jag ser det då pionjärfasen är den absolut tuffaste tiden innan allt är på plats.

Flera stora ledare i svenska direktförsäljningsorganisationer var med redan på Quorum-tiden i mitten på 90-talet när de sålde larm genom direkt-marknadsföring. Sedan träffar man en del folk ute på fältet som frågar ”Är det som det där Natures Own?” Jag var inte med på den tiden men de hade sin storhetstid i slutet på 90-talet och finns kvar än idag under namnet The Broccoli Company.

Varför skriver jag om det här? För att det finns både bra och mindre bra historik. Om du gick in med pengar i WGI, GI-CORP, QUATTRO eller T5PC är du säkert mindre nöjd. Blev du inte av med alla pengar så har du säkert folk i din närhet som blev det. T5PC var ett förtäckt så kallat pyramidspel som blossade upp för 15 år sedan.

The Five Percent Community skulle bli den rika 5-procentaren (de rikaste 5% av befolkningen). Det rekryterades folk till en organisation som började sälja tvål. Det såldes aktier i bolaget som skulle utveckla en marknadsplats alla skulle få utdelning ifrån men det blev aldrig någonting mer än skriverier i tidningarna om detta som sedan rubricerades som eko-brott. De andra jag nyss nämnde slutade på liknande sätt.

Zeek Rewards är ett annat fall i USA där de ville få det att se ut som en online-auktion där folk kunde lägga bud på saker de vill ha. De blev istället ett exempel på hur snett det kan gå då man pratar om ett av de största pyramidspelen sedan Bernie Madoff. Ett ponzibedrägeri där det visade sig att nya investerares pengar betalade gamla investerares avkastning. Grundaren till Zeek Rewards fick 15 års fängelse då nästan en miljon människor blev av med 850 miljoner dollar.

När gamla mlm-rävar som hoppat från pyramid till pyramid piskar upp stämningen i möteslokalen är det kanske svårt att inte dras med i hypen. Alla dessa marknadsplatser, guld, silver och kryptovaluta får tyvärr många att känna sig brända på konceptet den dagen de inser att de dragit en nitlott. För att du inte ska bli en av dem är det upp till dig att förhindra detta genom att studera vad det faktiskt handlar om.

Bolaget behöver vara seriöst och grundarna behöver vara genuina. Ledarna på fältet behöver ha etik, moral och integritet. De behöver bygga organisationen med rätt intention och hålla sig till alla de marknadsföringsregler som finns där ute. Många buzzwords blir det men direktiv och regelverk från myndigheter bagatelliseras av skrämmande många företag idag.

När det gäller seriösa bolag så bör de börja följa de direktiv som EU gick ut med för några år sedan vilket handlar om att bygga upp en kundbas av konsumenter som inte är en del av säljorganisationen. European Commission beskriver pyramider såhär:

”Establishing, operating, or promoting a pyramid promotional scheme where a consumer gives consideration for the opportunity to receive compensation that is derived primarily from the introduction of other consumers into the scheme rather than from the sale or consumption of products”

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR ATT LÄSA MER

Det handlar alltså om att majoriteten av omsättningen behöver komma från kunder som inte kan bli kompenserade då de inte är en del av återförsäljar-nätverket. Detta fick vi se i två fall under 2016 när amerikanska Federal Trade Commission agerade emot VEMMA och HERBALIFE som advokat Kevin Thompson skriver om i ett inlägg.

"The FTC makes sure to narrowly define a retail customer as a "person who is not [a] participant in the business." Plain and simple, Vemma has to produce customers to stay in business. While the 51% rule isn't as arduous as Herbalife's 66% rule, it's a tall hill to climb. After decades of legal precedent that stayed away from the how much internal consumption is TOO much, the FTC now has back to back settlements on the books with finite retail requirements."

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA HELA ARTIKELN

Jag fick höra för en tid sedan att en stor ledare i ett bolag var sur på mig för att jag hade sagt att hennes företag förr eller senare kommer få utmaningar med myndigheter om de inte börjar fokusera på externa kunder eftersom all omsättning i den organisationen kommer från team partners. Det var inte vad Patric sa. Patric sa att alla bolag som inte börjar fokusera på externa kunder förr eller senare kommer få utmaningar eftersom myndigheterna vill bort från intern konsumtion vilket båda fallen ovan ger en ganska tydlig indikation på.

Jag satt och pratade om just detta med Mr Art Jonak som är skaparen av Mastermind Events under en middag på Direct Selling Cruise i Karibien i höstas. Denna legend har ett gigantiskt nätverk världen över som lägger stort fokus på externa kunder. Han sa att FTC i regel har kapacitet att ta sig an två fall per år, och förra året var det Vemma och Herbalife. I år har vi hittills sett Zeek Rewards, vilket bolag som kommer härnäst återstår att se.

Idag får vi inom direkthandel betalt för att kunder handlar produkter istället för att distributörer köper hem produkter i hopp om att deras potentiella kunder sedan ska handla, vilket var fallet i de gamla mlm-bolagen. I ett bra direktförsäljningsföretag kommer mer än 80% av omsättningen från externa kunder som får sina produkter hemskickade så att ingen återförsäljare behöver leverera dem. Vi bygger inga lager, ligger inte ute med samma pengar och vi utbildar människor i hur man gör jobbet. När vi investerat tid i att lära någon hur de skaffar kunder så kan den personen bemästra kundanskaffning och enkelt lära ut det till någon annan. Då kan den personen rekrytera någon och lär nästa att skaffa kunder.

Om partners bara rekryterar partners så blir det en produktpyramid med 100% intern konsumtion. Då handlar många i hopp om att tjäna pengar. Själva idén med direktförsäljning är att konversationsmarknadsföra produkter ut på marknaden som människor vill ha och är beredda att betala för.

Det var många som lämnade Natures Own i slutet på 90-talet och vad jag hört så slutade flera på grund av att de inte hade så mycket återkommande beställningar. Det var svårt att promota en återkommande inkomst om den inte fanns. Jag har aldrig tittat på bolaget så jag vet faktiskt inte hur det ser ut. Har du satt in pengar i en hemlig marknadsplats som skulle lanserats för längesen så kan det ha lämnat en dålig smak i munnen men vad jag vill att du ska förstå är att det handlar om en affärsmodell som fungerar om företaget är seriöst, ägarna är ärliga och har rätt ledarskap på fältet.

Det var en hype under ganska lång tid men det var många år sedan flera företag gick över till att börja bygga organisation med ledarskap. En del hoppar fortfarande runt bland hype-koncepten, en del har hittat rätt och en del har hittat ett seriöst bolag men de får av någon anledning ingen fart. De som varit med i 20 år har lärt sig en hel del på resan men om du ska göra det här på riktigt en gång för alla så handlar det om mentorskap. Det är inte så kul att ta rygg på någon som efter några år pratar om något annat. Var noga med vad och vem du väljer.

Du vill följa någon som är professionell. Jobbar du med direktförsäljning representerar du ett marknadsföringsbolag som har produktlinjer inom olika branscher. Tittar vi på Direct Selling Swedens lista på medlemmar så ser det ut som att kosmetika, kosttillskott & hushållsprodukter är de största. En kund som köper en parfym, en multivitamin eller ett bilschampo gör det för att de vill ha produkten.

Tänk om du följt fel människor

Tänk om du går till en kostrådgivare för att få ordning på din kosthållning och allt hen pratar om är hur dåliga alla andras produkter är. Ingenting om broccoli eller saffran som är så nyttigt. En självutnämnd kostrådgivare som tillämpar härskarteknik för att få fler följare på sociala medier eller läsare till bloggen är inte professionell. När allt handlar om publicitet finns ofta en dold agenda för att senare få sålt fler böcker eller sälja nästa utbildning. Bert Karlsson sa en gång att all publicitet är bra publicitet men jag håller inte med honom. Den som pratar ned andra har sällan något positivt att säga om sitt eget.

”ATT TJÄNA DINA PENGAR PÅ ATT SÄLJA KURSER GÖR DIG INTE TILL NÅGON EXPERT PÅ INNEHÅLL.”

- Ken Dunn

Du blir inte bränd på nätverk. Bränd blir du om du följer fel människor. Bränd blir du om du lägger energi på fel saker eller inte hushåller med den energi du har. Organisationskulturen har förändrats inom direktförsäljning och genom ledarskap kommer vi lyfta det här till helt nya höjder.

KAPITEL 5

Kritiker & troll på nätet

Kritiker

Mycket av det du kan hitta på nätet är skrivet av människor som inte sitter på sanningen och så länge vi köper kvällstidningarna när det står negativa saker på löpsedlarna så kommer det fortsätta vara så. Kritiker uttalar sig ofta om saker de inte vet så mycket om och då låter det ganska klumpigt.

”DEN ULTIMATA OKUNSKAPEN ÄR ATT AVVISA NÅGOT DU INTE VET NÅGONTING OM, SAMTIDIGT SOM DU VÄGRAR ATT UNDERSÖKA ÄMNET.”
-Okänd

De flesta hamnar i försvar eller tvivel när någon säger att de har läst något negativt på nätet. Eftersom du jobbar i eller med ett företag så finns det negativa saker på Google. Antingen är det någon som är missnöjd med någonting, någon som får uppmärksamhet genom att göra det eller så handlar det om att de har någonting annat att marknadsföra. Många förstår inte det och det är på tiden att någon belyser det. En bra fråga är ”Är det en saga eller är det sanning?” – Låt mig återkomma till det.

Inspirationen till dessa inlägg om troll och kritiker kommer från Ray Higdon och jag uppskattar vidare hans sätt att hantera den här invändningen i rekryterings- möten: ”Jag såg någonting på Google om er och det var inte positivt…” – ”Ja, bra. Jag tänkte vi skulle prata om det. Jag måste ställa en fråga: Är du så lättpåverkad av människor du inte känner som har en åsikt som inte stämmer överens med vad du ska göra så tror jag inte att det här kommer att fungera för dig.” Mer om detta längre fram i boken…

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR ATT KOMMA TILL RAY HIGDONS BLOGG

Oavsett vad du vill göra i livet så kommer du få mothugg. Alla kommer inte älska det du gör. Antingen så anpassar du dig hela tiden till alla andra och kommer därmed aldrig att komma framåt, eller så får du stå upp för någonting.

Nyligen satt jag i möte med en person som hade hört mycket negativt om en verksamhet som fanns på 90-talet. Jag frågade nyfiket varifrån informationen kom eftersom jag känner folk som jobbade med det då men det kunde hon inte svara på. Senare när vi (jag) väl grävde i det visade sig att det var åsikter baserade på felaktiga grunder och hade ingen verklighetsförankring. Hon hade hört sagan, men hon hade inte hört sanningen.

Allt var alltså en tolkningsfråga så det hon var arg över var helt enkelt inte sant. Det där fick mig att tänka till. När jag hör någonting ska jag alltid ställa mig själv frågan: ”Är det en saga eller är det sant?

Världen är full av människor som älskar att grotta ned sig i saker som inte nödvändigtvis behöver vara sant. En del tycker om att skapa drama, andra är avundsjuka eller gillar konspirationsteorier. Själv står jag inte i fönstret och blir provocerad av att grannen har en ny bil och bestämmer mig för att han jobbar svart, jag tar hellre en lunch med honom för att inspireras av hans framgångar.

Även om jag kan gå igång på provokation så hörde jag från en coach för många år sedan att oavsett vilken relation det handlar om så behöver du ibland ställa dig frågan: ”Vill jag ha rätt eller vara lycklig?”. Orrin Woodward säger det också väldigt bra, ”Jag vann alla argumentationer men ingen ville jobba med mig.”
Jag såg ett citat för en tid sedan ”Att argumentera med vissa människor är som att spela schack med en duva. Det spelar ingen roll om det är du som vinner, de kommer ändå välta omkull en del pjäser, skita på schackbrädet och skutta runt som om de vunnit.”

Idag kan du googla på vad som helst och få fram att det är en bluff för att outbildade människor tror det. En del behöver lära bort det de trodde de lärt sig av Google innan de kan ta till sig sanningen och en del vill inte ens veta.

"THERE IS NO SUCCESS PEAK THAT YOU CAN REACH WHERE YOU DON'T HAVE HATERS OR PEOPLE THAT BELIEVE YOU SHOULDN'T BE WHERE YOU ARE."
– RAY HIGDON

För varje gång du eller någon du känner läser skvallerforum så har trollen vunnit och sagan växer. Tänk på indianhövdingen som berättar för barnbarnet att alla har två vargar inom sig, en god och en ond. Vem vinner? – Den du matar. Sanningen är den att folk blir inte negativa av direktförsäljning, de blir det av direktförsäljare. Människor som kommit in i verksamheten på fel sätt och gör tokiga saker (utanför systemet på grund av bristande utbildning) påverkar oss alla negativt. Vi har ett ansvar att utbilda oss själva och andra, samt att gå ut och visa att det goda alltid vinner.

Håll dig till sanningen. De kommer inte komma ihåg hur snabbt du växte, de kommer komma ihåg hur väl du byggde. Art Jonak sa på Mastermind Event i Orlando i höstas: *"Utgå ifrån att alla möten du sitter i blir inspelade och kommer att användas mot dig i rätten."*

Patric Nilsson

"BE SO GOOD THEY CAN'T IGNORE YOU."
– STEVE MARTINS

Troll:

Det finns människor som sitter och skriver saker på nätet för att provocera och starta meningslösa diskussioner. De gillar att använda kraftfulla ord för att få uppmärksamhet och har ofta en dold agenda. Eftersom man sällan vet vem det är bakom tangenterna så brukar jag välja att se dem som små barn som gillar att springa in på grannens tomt för att palla äpplen.

Häll inte bensin på elden. Släpp det. Ju mer uppmärksamhet de får desto mer kraft får dem. Ungarna vill inget hellre än att grannarna ska bli arga och springa efter dem.

Så kallade internettroll eller nättroll är inte bara provokativa utan beskrivs av Wikipedia även som märkliga, irrelevanta och oseriösa. De skriver också ”att trollens beteende och metoder till exempel kan vara att låtsas ha extrema åsikter av olika slag, att använda sig av tydligt ologiska argument och/eller otrevliga diskussionstekniker, såsom “härskartekniker”. .

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR WIKIPEDIA

Ju räddare vi är för trollen inne i grottan och ju mer vi matar dem, desto mer växer dem. Ni förstår. Det finns inga monster under sängen.

Vad som gäller att förstå är att de ofta tjänar pengar direkt eller indirekt på att sitta och skriva negativa saker om varumärken eller personer. Det kan vara en konkurrent eller någon som är anlitad av en konkurrent som försöker komma åt marknadsandelar genom att skrämma iväg kunder från ditt bolag. Det finns faktiskt till och med duktiga strateger som skriver negativa saker om sådant som är enkelt att smutskasta för att sedan kunna klättra på Google. Det handlar om att få in fler besökare som kan hitta till deras sida och se vad för saker de faktiskt säljer, allt för att driva internettrafik.

Det kan också vara någon som har alldeles för mycket tid över och gillar att skapa drama. Har de ingenting bättre för sig på dagarna så är det uppenbarligen inte en speciellt trovärdig källa.

Det behöver inte alltid vara någon som är anonym. Det kan också vara någon i din närhet som tycker att det går lite för bra för dig. När du bestämmer dig för att satsa på någonting du inte gjort förut så finns det alltid människor runtomkring som kommer vara negativa till vad du tror på eller vad du vill göra. Oftast när de kommer efter dig så handlar det om att de egentligen mår dåligt över någonting de själva inte gjort.

Om du väljer att bli upprörd över någonting så betyder det bara att någon har lyckats få dig att tappa taget. De har tagit bort din förmåga och kapacitet att producera ett värde till världen. Det finns ingen ursäkt för det. Gå ut i världen och inspirera till en förändring.

Kom ihåg, gör du det här professionellt och fullt ut ska du få mothugg. Om du inte får det så är du antingen extremt auktoritär i din bekantskapskrets eller så spelar du inte tillräckligt högt. Du kommer inte att göra alla glada. Försöker du med det så kommer du att förlora.

Min mentor sa till mig för en tid sedan: ”Om inte 10% av de som känner till dig ogillar eller hatar det du gör så sticker du inte ut tillräckligt.” Omge dig med människor som du tycker om. Alla ska inte vara med på din resa. Var tacksam över att du inte får med dig fel reskamrater.
Den stora massan är fortfarande ganska outbildad inom ämnet direktförsäljning så det är för ett troll ganska tacksamt att fortsätta bråka om det. Brist på utbildning eller okunnighet i detta yrke leder till att folk inte ser eller förstår skillnaden på vad som är skrivet av ett troll och vad som är sant.

”Det fanns en tid då de flesta trodde att det majoriteten valde att tro på var nära sanningen. Det fanns också en tid då majoriteten trodde att jorden var platt. Majoriteten lider av okunskap. Det handlar om att inte ha fått ta del av de metoder av utvärdering som är väsentligt för att kunna ta ett beslut på rätt grunder.”

-Jacque Fresco – A modern-day Da Vinci

Du förstår, om de hellre lyssnar till en anonym källa på ett internetforum än att lyssna till dig så tror jag ärligt talat inte att de ska vara med på din resa. Vi gör alla våra val i livet, vi utvecklas och väljer vem vi lyssnar till.

Den verkliga frågan är varför massorna har hjärntvättat oss att tro att någonting utanför ett vanligt jobb måste vara olagligt. Vill du veta varför media KONSTANT talar om negativa saker? För det är det som får massornas uppmärksamhet. Massorna har programmerats för att hitta de negativa sakerna om allt som kan vara positivt. Det är ganska genomtänkt av de krafter som har ett ekonomiskt intresse av att hålla oss kvar där vi är men det är ett helt annat blogginlägg.

KAPITEL 6

Allt är inte guld och gröna skogar

Guld och gröna skogar

Direkthandel låter entreprenörer bygga upp en organisation som tar in kunder till ett företag utan andra distributions eller marknadsföringsmetoder. Systemet låter människor bygga upp en distributionskanal med egna kontakter. Affärsmodellen är väldigt effektiv och den mest etiska och moraliska som finns när det görs professionellt.

Problemet är att allt för ofta dyker det upp koncept där vi får fantastiska möjligheter att ”investera” i allt från guld och silver till nystartade marknadsplatser med hemliga aktier eller en molnbrytning av virtuell valuta. Pengarna kommer inte ifrån någon vinstmarginal utan direkt ifrån personer som gått in med kapital i strukturen efter dig. Domedagsprofetior förklarar att enda sättet att överleva ekonomiskt i framtiden är att nu investera i deras bolag. Det här är oftast rena Ponzi-scheman eller vad vi i folkmun brukar kalla ett Pyramidspel och jag ska förklara varför.

Tanken med direkthandel är alltså att bygga upp en distributionskanal för att få ut produkter på markanden. Många produkter når ut bäst genom konversationsmarknadsföring då de kräver en genomgång för att redogöra för produktens unika egenskaper. Andra produkter gör sig inte alls bra i direkthandel då vinstmarginalera helt enkelt inte finns där. I dessa koncept är syftet bara att dra fördel av hävstången av en säljorganisation oavsett hur ekvationen ser ut.

Patric Nilsson

I seriösa bolag finns det alltid strukturella begränsningar för hur pengar betalas ut viket innebär att det inte spelar någon roll när du börjar utan det handlar om vad du gör med det. En konsumtionsprodukt som gör att kunderna får slut på en flaska, burk eller låda skapar ofta återköp. Om du säljer hälsoprodukter eller kosmetika finns det i regel ett inpris och ett utpris. Ett pris du som distributör betalar är exempelvis 20% lägre än rekommenderat pris ut till kund, om inte kunden fått något speciellt erbjudande på någon typ av prenumeration.

De flesta bolag har ett poängsystem som håller koll på värdet och marginaler på de olika produkterna. CV, Credits, QV, PV – Personlig Volym, vilket betyder din egen omsättning. Olika mycket poäng på olika produkter beror på att marginalerna kan vara större på den ena produkten än den andra och därmed får den mer poäng även om prisbilden är den samma. Poängen mäter sedan varje vecka eller månad hur stor omsättning du skapat och blir sedan pengar som betalas ut.

Marginaler

Om en burk coca-cola kostar 10 kronor tippar jag på att 2 kronor är produktionskostnad, 5 kronor är distribution och marknadsföringskostnader och vinsten hamnar på sista raden efter övriga kostnader. Om vi leker med tanken att ett seriöst direkthandelsföretag skulle ta fram en sådan produkt som skulle säljas för 10 kronor så är tillverkningskostnaden i teorin den samma på 2 kronor. 5 kronor skulle gå ut till organisationen i form av provision och vinsten hamnar även här på sista raden efter övriga kostnader precis som exemplet ovan.

Kan guld eller silver i sig utgöra en produkt för att mata en organisation inom direkthandel? Svaret är nej. Det skulle vara som att bygga en organisation genom att sälja 100-lappar. Värdet på sedeln är 100 kronor. Det finns ingen marginal för att öka priset. Enda sättet att sälja 100-lappar för att mata en organisation vore att sälja 100-lappar för mer än 100 kronor. Detta skulle helt klart vara ett pyramidspel där produkten bara skulle finnas där som ett incitament för att delta i spelet, med andra ord stiger priset för att kunna krydda en kompensationsplan.

Pyramidspel eller Ponzi-bedrägerier Detta är ekonomisk brottslighet. Rena kriminella spel med pengar.

En del av de här förtäckta pyramidspelen, de så kallade företagen går ut öppet ut och säger att ”Den här produkten är värd 400 kronor, du betalar 800 eftersom vi alla lägger en administrationsavgift för att täcka kostnader.” Vilka kostnader?!
De hävdar förstås att hemsidan, det digitala materialet och inlogget till deras virtuella kontor kostar 400 kronor i månaden men det finns inget seriöst bolag som tar betalt för sådant. Det är pengar företaget behöver få in för att kunna betala ut pengar enligt kompensationsplanen. Ett förtäckt pyramidspel.

Oavsett om det rör sig om silver för 500 kronor eller guld för 5000 kronor så finns det inga marginaler. Pengarna kommer ifrån personer som gjort sina ”investeringar” efter dig. Du skulle lika gärna kunna sälja 100-lappar för 500 kronor styck och hävda att det finns omkostnader för att driva pyramiden. Någonting annat värt att studera är Robert Kiyosakis kollega Mike Maloney när han pratar med David Morgan om hävstångsbaserade guld- och silverinvesteringar.

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR ATT TITTA PÅ VIDEON

Tänk dig att symboliskt sett börja sälja 100-lappar för 500 kronor. Alla kan få riktigt bra betalt (administrationsavgift på 400 kronor som går direkt ut i provisioner). Om någon frågar varför de tar överpris på sina 100-lappar så är organisationen tränad i att svara ”Strunta i det, ser du inte vilken fantastisk kompensationsplan vi har, du behöver bara hitta två som göra likadant!”.

Är det silvermynt så finns det en administrationsavgift för att mata organisationen. Gäller det guld har de varit så fiffiga att de inte skickar hem guldtackan till dig om du inte betalar en administrationsavgift. De ”förvarar” den åt dig viket gör att de får in en himla massa pengar att pyramidspela med. Vart kommer pengarna ifrån?

Det behöver finnas marginaler på produkter som säljs till externa kunder som handlar för att de vill ha produkten. 100% av dem som köper guld eller silver på det här sättet är en del av organisationen vilket går emot allt vad legitimitet innebär.

Vad säger Direct Selling Sweden?

Seriösa direkthandelsföretag är medlemmar i direkthandelsorganisationer i de länder de har verksamhet. Det finns bara tre anledningar till att företaget inte är det eller vill vara det. 1. De är precis nya på marknaden och har inte ”hunnit” söka medlemskap än. 2. De vet att de inte uppfyller kraven för att bli medlemmar. 3. Har redan fått avslag på sin ansökan. I de flesta fall rör det sig om något av det senare. Direct Selling Sweden är förhållandevis snälla mot företag som söker medlemskap men ring dem gärna och fråga om det är något företag du funderar över.

Vad säger Lotteriinspektionen?

Detta är vår tillsynsmyndighet som utreder olagliga spel i Sverige. En enkel fråga ger svar på om de utreder eller rentav har polisanmält bolaget du ringer om.
Är det inte bättre att köpa guld eller silver från en seriös aktör så slipper de vänta alla år på att investeringen börjar gå plus? Problemet är då att de inte kan bygga upp en organisation. Då kommer de inte åt hävstången. Detta är definitionen på ett pyramidspel med administrationsavgifter som strömmar upp till toppen. Du skulle lika gärna kunna sälja luft.

Nu ska vi gå igenom varför inte kryptovaluta eller molnbrytning av virtuella mynt fungerar i en direkthandelsorganisation och varför du bränner ditt förtroendekapital om du tror det.

Allt är inte guld som glimmar

Historien upprepar sig. Av alla dem som grävde efter guld en gång i tiden var det få som tjänade stora pengar. De som däremot tjänade pengar var de som fokuserade på att sälja produkter som jeans eller spadar till de som letade efter skatten vid regnbågens slut. Människor under påverkan av lätta pengar gör dumma misstag. Det är som en dokumentär om Wolf of Wall Street.

Det känns som att det finns en krypovalutapyramidspelsbubbla som bubblar inom direkthandel just nu. Ingenting är nytt under solen heter det. Det tar ofta ett par år innan marknaden räknat ut spelet och den så kallade verksamheten dör. Offren är outbildade och anonyma vilket gör spelet mycket lättare.

Inspiration till det här blogginlägget har jag hämtat från Kevin Thompson. En erkänd advokat som jobbar mycket med juridik inom direktförsäljning. Den här mannen är kanske den mest kvalificerade till att bena ut vad det här handlar om då han troligen är den främste på området och utbildar även företag och organisationer i hur direktförsäljning juridiskt sett bör gå till. Efter många timmars studerande bland allt han delat med sig av hittade jag ett inlägg jag kände att jag behövde belysa mer på svenska.

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR ATT LÄSA HELA BLOGGINLÄGGET

Människor som sysslar med bedrägerier ser vilken utveckling kryptovalutor gjort de senaste åren och koncept som ska kombinera en ny krypovaluta med någon slags direkthandelssystem för att komma åt en hävstång växer upp som svampar ur marken. Du vill veta vad som är bra och vad som är dåligt för att kunna definiera gråzonen i tveksamma koncept men här finns det varken någon gråzon eller någon guldgruva.

Mr. Thompson menar att om det inte är en öppen valuta finns det inte något sätt att bekräfta valutans legitimitet eller värde. Om det utvecklats i en sluten miljö så drivs värdet enbart av ny omsättning in i det slutna systemet, alltså ett så kallat ponzi-schema. Det innebär att dina pengar används för att betala ut provisioner till de som redan betalt in pengar och sitter och väntar på avkastning.

Dessa bedragare ser ut som vem som helst. Skillnaden är att de lägger större delen av sin tid på att bygga sin "verksamhet" långt bort från våra myndigheter. De håller till i Thailand, Hong Kong, China eller Bulgarien. De vet om att de gör fel. Det är därför de håller till långt bort. De samlar ihop så mycket pengar som möjligt innan saker kommer upp till ytan och folk förstår vad det egentligen handlat om.

Kryptovaluta

Istället för att förlita sig på att bankerna styr det ekonomiska systemet tillåter kryptering en digital valuta att existera. Kryptovaluta är ett öppet system som gör det möjligt att skapa och skicka digitala tillgångar. Precis som att gräva guld så sker det här en process för att skapa den krypterade valutan där molnbrytningstjänster framställer "digitala mynt". Du hyr hårdvara som erbjuds av någon annan som går med på att dela frukterna.

Patric Nilsson

Vidare menar Thompson att värdet på en riktig kryptovaluta alltid kan fastställas från en oberoende part. Det är kristallklart vilket innebär att det inte finns några marginaler. Med valutor som fritt växlas på marknaden finns det ingen riktig mening för ett företag att använda valutan som en egen produkt i verksamheten. Om du bara kan få tag på valutan från ett håll kan priset manipueras internt och kan öka över tid baserat på "efterfrågan", vilket bara handlar om ny omsättning in i systemet. Ett kedjebrevsspel enligt Lotteriinspektionens definition.

Det vi måste förstå är att om en valuta ska vara legitim behöver den kunna användas som betalmedel på marknaden. Konsumenter måste kunna göra affärer genom att föra över pengar till en handlare i utbyte mot produkter eller tjänster. Varför skulle en butik acceptera en experimentell valuta utan att veta dess verkliga värde? Om det inte går att använda valutan på marknaden så handlar det bara om avkastning på ”investeringen”.

Kedjebrevsspel

I ett pyramidspel bestäms värdet av ett digitalt mynt i ett slutet system, inte på den fria marknaden. I ett slutet system kontrolleras och manupuleras värdet. Hela poängen med kryptovaluta är att den ska vara öppen och verka i en miljö där dess exitens inte är beroende av förtroendekapital.

The Securities and Exchange Commission skriver att de är ”oroliga för den ökade användningen av virtuella valutor på den globala marknaden då bedragare enkelt kan locka investerare in i Ponzi-scheman och andra typer av bedrägerier”, eftersom dessa system ofta lovar hög avkastning för att komma in i starten av ett växande internetfenomen. Vidare menar dem att investeringar tenderar att gå upp och ned över tid, särskilt för dem som söker hög avkastning och att man ska vara misstänksam om någonting påstås generera konsekvent avkastning oavsett externa marknadsförhållanden. Prissvägningar är nästan en garanti så om ett företag pratar om en valuta som kommer att klättra i värde så håll dig borta. Då är den direkt knuten till ny omsättning in i pyramiden.

KLICKA PÅ LÄNKEN HÄR FÖR LÄSA TEXTEN I SIN HELHET

Om värdet inte är bekräftat utifrån så kan företaget som sagt ha manipulerat det. Investerarna ser avkastning och sätter in mer pengar vilket blir en självuppfyllande profitia tills allt rasar. I ett ponzi-schema behövs pengar inne i systemet för att förhindra en krasch när tillväxten avtar.

Frågan är hur ett direkthandelsföretag skulle kunna hitta en affärsmodell som skulle kunna fungera med kryptovaluta utan att myndigheterna skulle klassa det som en investeringsbluff och på sikt stänga ned verksamheten. I en perfekt värld skulle värdet på de ”digitala mynten” överstiga kostnaden av att ta fram dem, vilket inte alltid är fallet. Så om ett direkthandelsföretag skulle sälja tjänsten att ta fram kryptovaluta skulle priserna behöva vara lägre än myntens värde, annars skulle det vara meningslöst skriver Thompson.

Valutan skulle handlas offentligt och bolaget skulle vara ett av flera aktörer som säljer samma tjänst. Om valutan verkligen skulle vara öppen så skulle det finnas andra aktörer som jobbar med framtagningen, andra som garanterar att priserna är konkurenskraftiga och legitima. Om priserna är för höga skulle företaget på grund av konkurens gå i konkurs. Enkelt.

Om det digitala myntet är produkten, håll dig borta. Om konceptet bygger på att tjäna pengar på att ta fram ny valuta, håll dig borta. Undvik företag som ger bort sin valuta mot att du köpt deras utbildningspaket. Håll dig till företag som har riktiga kunder som köper riktiga produkter för riktiga pengar.
I vissa fall är det kul att vara först, i andra fall är det fruktansvärt, avslutar Mr. Thompson.

Anledningen till att bedragare ibland använder sig av direkhandelssystem är för att det är ett kraftfullt sätt att få ut vad som helst på marknaden, precis som en telefon eller internet är ett kraftfullt verktyg att nå människor. En bluff är en bluff för att personen som håller på med det försöker lura någon oavsett bransch, yrke eller affärsmodell.

Grunden för laglig affärsverksamhet är att kunder köper produkter som gör deras liv bättre (bringar ett värde till marknaden). Om du förstår detta på denna grundläggande nivå, kommer du aldrig att falla offer för ett ponzi-schema eller ett pyramidspel eftersom du lärt dig att känna igen det för vad det är.

KAPITEL 7

Nya ”spelregler”

Nya tider förändrar vår verksamhet och vårt sätt att bedriva den. Det jag här menar med spelregler är hur man arbetar och agerar på fältet, även om mycket är sunt förnuft så handlar det mer och mer om hur man bygger upp en kultur nuförtiden.

Randy Gage har bloggat en del om det här och jag refererar till hans inlägg men jag vill lyfta fram det på ett annat vis. Världen har förändrats på många sätt sedan 10 eller 20 år tillbaka. Hur vi ska bygga upp en organisation idag jämfört med hur de gjorde förr är en stor skillnad.

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA HELA RANDYS INLÄGG

Då köpte man hem ett paket med produkter och agerade återförsäljare åt ett företag genom att hålla lager och sälja produkter. Sedan utvecklades affärsmodellen till att alla skulle vara team partners. Alla som konsumerade produkten skulle ha en position i strukturen och därmed vara en del av distributionskedjan. Intern konsumtion är något myndigheterna inte gillar vilket framgår tydligt när det gäller både Herbalife och Vemma den senaste tiden.

Ett modernt direkthandelsföretag har en position och en licens som är kostnadsfri, sedan registreras externa kunder och det är så man får ut produkter till slutkonsument. Om alla är team partners så sitter man fast i en något föråldrad affärsmodell. Du måste kunna få handla produkter ifrån ett direkthandelsföretag utan att vara en del av organisationen. Det vi nu ska titta närmare på är några punkter som är skillnad idag jämfört med förr.

1. Vi behöver inte längre vara bankrutt eller helt barskrapade för att lyckas med direktförsäljning.

Visst drivs många av hotivation framför motivation då människor i regel inte gör någonting förrän de faktiskt måste, men direktförsäljning attraherar idag allt från ambitiösa entreprenörer till väldigt utbildade yrkesmänniskor inom olika områden.

Idag är det stora affärsmän som tittar på direktförsäljning som en väldigt effektiv och professionell affärsmodell. Vi har personer som Tony Robbins, Richard Branson som talar mycket gott om det här sättet att pröva sina vingar som entreprenör. Många av våra svenska föreläsare har gått skolan inom det vi gör. Det är ett helt annat klimat idag jämfört med förr.

2. Förr pratades det om att direktförsäljning var chansen för alla som inte hade någon utbildning.

De pratade mer eller mindre ned det traditionella utbildningssystemet och människor som valt att gå den vägen. De pratade ned idén om att ha en anställning. Chefen var dum och alla med ett jobb var fel ute.

De senaste åren har vi fått in ledare med en helt annan attityd. Många människor har en bra utbildning i grunden och trivs med sina jobb. När utbildade människor kliver på och ser vilken potential vår affärsmodell har så var öppen och möt dem där de är.

”Rekrytering handlar inte om att få in människor på lediga positioner du har. Det handlar om att erbjuda dem möjligheter att få vad de önskar.”

- Randy Gage

3. Inkomstpåståenden – Passiv inkomst eller ledarskapsinkomst.

Jag skrev inledningsvis om problemet med intern konsumtion och att inte jobba med externa kunder. Det här med inkomstpåståenden är minst lika viktigt att tänka på. Läs om utmaningarna för Herbalife och Vemma så förstår ni varför.

Vi måste sluta prata om hundratusentals kronor i månadsinkomst. För det första så kommer dessa bolag vars ledare som fortsätter med det bli dödade av myndigheterna. För det andra så handlar det om att attrahera rätt personer men jag återkommer till det.

Konceptuellt sett kan de flesta inte greppa vad det innebär att få in 300.000 kronor på en månad och eftersom många som inte riktigt är där än gärna överdriver sina inkomster så blir det ännu svårare att tro på.

Det blir en så kallad ”mlm-moms” som min kollega Rolf kallar det. Vanlig moms innebär ofta 25% medan mlm-moms lätt kan vara uppåt 200%...

Var ärlig. Var sann mot dig själv och andra. Överdriv inte. Attrahera in rätt personer av rätt anledning. Attrahera in personer som ser att produkterna har marknadspotential. Personer som ser fram emot arbetet, inte personer som längtar efter en passiv inkomst.

Jag kommer ihåg en föreläsning i Göteborg med Keith Cunningham – Robert Kiyosaki’s rike far för dem som läst böckerna. Till min stora förvåning säger han: ”Passiv inkomst finns inte. Bygger du upp ett system på rätt sätt så kommer du kunna skapa en hävstångs-baserad inkomst men du kommer aldrig ifrån underhållsarbetet så se till att göra något du älskar, för du kommer aldrig att bli klar.”

Låt oss attrahera in rätt människor som är ute efter en ledarskapsinkomst som entreprenör inom direktförsäljning. Det är klart att en del av din ledarskapsinkomst kan bli passiv men utan ansvar och utan ledarskap rinner pengarna dig ur händerna, jag har sett det flera gånger. Underhållsarbetet inom direktförsäljning handlar om relationer. Oavsett hur stor ledare du blir så behöver du bygga din verksamhet på relationer och ha god kontakt med din organisation.

4. Att skapa en ”Bli skuldfri-kultur”.

Förr så pratade de mycket om ett lyxliv. Randy Gage pratade om sina lyxbilar . Han hade en blå, en gul och en röd Dodge Viper. Den ena hade en nummerplåt som löd ”mlm-pro”, den andra hade ”mlm-guy” och den tredje ”mlm-one”. Det handlade mycket om att visa den rika livsstilen man kunde uppnå genom att bygga stora nätverk. Detta är inte längre attraktivt. Det är inte alla som vill ha en ny bil.

Det som är attraktivt idag i den värld vi lever i, med de skulder människor sätter sig i, är att hjälpa människor att producera en inkomst som innebär att de kan ta tillbaka sitt liv. Tänk att hjälpa någon att tjäna några extra tusenlappar i månaden. Att hjälpa människor att ha råd att bli av med den där krediten så mycket snabbare, för att sedan ha råd att boka den där extra långa semesterresan eller bestämma sig för att genomföra den där husrenoveringen som inte varit möjlig innan. Ha råd att gå ned till 4 dagars arbetsvecka om det nu är ambitionen. Att komma ur brist-tänket en gång för alla.

Gör detta till en del av budskapet och förstärk det genom att lära ut ekonomi utifrån ditt ledarskap. Det finns givetvis många fler spelregler men huvudsaken är att vi blivit medvetna om att marknaden ständigt förändras. Det finns en enorm potential idag att starta upp med ett modernt direkthandelsföretag som gör det här på rätt sätt. Människor som letar efter ett bolag för att göra en ny resa letar efter en sund kultur, ett bra system och rätt ledarskap.

DEL 2

AFFÄRSMODELLEN

KAPITEL 8

En skola i entreprenörskap

Innan du lägger pengar på en grafisk profil, en hemsida, ett varuläger, licensavgifter, redovisningstjänster, CRM-system, marknadsföringsmaterial, ledarskapsutbildningar m.m. – titta på direktförsäljning.

Jag blev delägare i ett bolag för några år sedan där jag förlorade ganska mycket pengar. Jag gick länge utan lön, lånade för att få ihop till räkningar, fick gå tillbaka till industrigolvet när bolaget gick i konkurs. Jag insåg någonstans på vägen att jag behövde börja med direktförsäljning igen. Jag hade jobbat en del med det vid sidan av och jag visste inget annat sätt jag kunde få tillbaka den typen av kapital det var frågan om. Det kändes som att jag skulle vara skuldsatt resten av livet om jag inte gjort något och den känslan ville jag bort ifrån.

Jag behövde starta med direktförsäljning igen och göra en sista resa för jag visste att det skulle fungera. Jag visste att det skulle leverera om jag levererade. Många har börjat klättra på en karriärsstege och sedan efter många år kommer de fram till att det inte alls är det de vill hålla på med.

Världen är full av förvirrade människor som pluggar vidare utan att veta vad de ska göra i framtiden. För mig var det tvärt om, jag visste precis vad jag ville och behövde göra. Det handlar om att välja vilken vägg du ställer karriärstegen emot.

Människor byter jobb utan att veta vad det är de letar efter. Det är som att de går runt och lyssnar på en radiokanal de inte vill lyssna på men de har aldrig tänkt tanken att byta frekvens. Vad händer om du börjar klättra på en helt ny karriärstege? Du kan även välja att skapa en egen. Förr var det så att man var tvungen att ha en stege att klättra på och företagare var de som hade ärvt något eller föddes till entreprenörer. Riktigt så ser det inte ut idag.

För en tid sedan lyssnade jag på en ljudbok som heter ”The 10% Entrepreneur”. Konceptet är enkelt. Vad du än gör idag, lägg 10% extra arbetstid på att bygga upp något vid sidan av. Jobbar du 40 timmar i veckan, lägg 4 timmar i veckan på något eget. Det blir 200 timmar på ett år för den som väljer att göra det. Detta ser jag som väldigt applicerbart på direktförsäljning.

Inom direktförsäljning precis som vilken verksamhet som helst får du betalt för resultat. Aktivitet leder till resultat eller ”som du sår får du skörda”. Detta innebär att dessa timmar ska vara direkt inkomstproducerande för att göra nytta och i direktförsäljning handlar det om möten. 4 möten i veckan är 200 möten på ett år. Enkelt att göra, enkelt att inte göra. Väljer du att vara 20% entreprenör så sitter du i 8 möten i veckan och hinner med 400 möten på ett år. Valet är helt unikt ditt.

Direktförsäljning är en skola i entreprenörskap eftersom du lär dig grunderna i företagande. Mötesbokning, planering, möta olika människor, följa upp m.m. Skillnaden är att du inte har gått in med något startkapital eftersom det är kostnadsfritt att dra igång. Du investerar istället din tid. Företaget tar hand om allting runtomkring så det du behöver fokusera på är dina egna möten. Funderar du på att starta eget, titta på direktförsäljning. Börja här. Lär dig grunderna. Utbildningen du får bär du med dig hela livet i allt du gör.

Jag har lagt sexsiffrigt belopp på utbildningar runtom i världen inom personlig utveckling och ledarskap. Jag ångrar inte en krona eftersom varje kurs tagit mig längre. För 10 år sedan var vi på Anthony Robbins Unleash the Power Within’, Wealth Mastery, Joseph Mclendon’s Next Step, Next Step II osv osv osv. Direktförsäljningsutbildningar är mer eller mindre kostnadsfria. Du betalar några hundralappar eller tusenlappar för att få utbildning av världseliten.

Utbildningen är till för att du ska kunna göra det här med direktförsäljning ännu bättre men också för att du som människa ska utvecklas i ditt ledarskap, din kommunikation & din retorik. Det finns många saker som vi behöver lära oss i livet som jag upplever att jag inte fick med mig från skolan. Skolan lär dig att följa – inte att leda. Målsättning fanns inte på schemat. Det är mest elitidrottare och företagsägare som jobbar med det regelbundet. Vart du vill i livet har inte skolan något fokus på.

En skola i entreprenörskap är vad direktförsäljning handlar om. Här växer du i ansvar. ledarskap. Du lär dig steg för steg hur hantverket ska göras.

Vem som helst oavsett bakgrund. Det spelar ingen roll vem du är eller vart du kommer ifrån. Har du viljan och rätt attityd så kan du gå hur långt som helst.

Du har 168 timmar på en vecka. Du sover 56 timmar, jobbar 40 så vad du gör med dina återstående 72 avgör hur din framtid ser ut. En 10% entreprenör investerar 4 timmar i veckan i möten och skapar därmed resultat utifrån 200 möten per år. Väljer du att vara ”20% entreprenör” och därmed investera din tid i 8 möten i veckan hinner du med 400 möten per år och kan säkert gå ned till halvtid eller gå över på heltid inom direktförsäljning efter första året.

”Om du inte är nöjd som det är. Flytta på dig,
du är ju inte ett träd.”
– Jim Rohn

Jag hade inget startkapital. Om du inte har pengar får du investera din tid. Det blev mitt sätt att ta mig ur ekorrhjulet. Så länge det finns människor där ute som behöver göra en förändring och har viljan att göra det så kommer jag fortsätta. Det här handlar om relationer. Direktförsäljning är en skola i entreprenörskap och den häftigaste karriärstege jag sett.

Patric Nilsson

KAPITEL 9

Ett lärlingssystem i världsklass

Patric Nilsson

För den som aldrig varit företagare kan det vara svårt att förstå att professionell hjälp är kostsamt. En coach, kostrådgivare, personlig tränare eller en affärskonsult tar bra betalt för att hjälpa till. Missförstå mig inte – det är ofta värt att ta den hjälpen om du är i det läget att du skulle behöva finslipa på något inom något område i ditt livspussel eller din affärsplan.

Jag började min karriär som CNC-operatör på en industri efter tre år verkstadsindustri-förberedande gymnasieutbildning. När jag senare valde att börja utbilda mig inom direktförsäljning fanns det människor omkring mig som tyckte att jag skulle vara nöjd där jag var. En del tyckte att jag skulle läsa vidare på ett traditionellt sätt om jag nu ville göra något annat men jag såg det mer långsiktigt än så. Den typen av råd får man konstigt nog ofta från människor som läst många år och fortfarande inte vet vart de ska i livet.

En kompis valde att lägga ett antal år på att läsa vidare med en studieskuld på hundratusentals kronor och en annan bekant investerade betydligt mer pengar än så i sitt bolag när han startade. Min väg blev att lägga några timmar i veckan på att börja bygga upp en direktförsäljningsorganisation vid sidan av mitt jobb på fabriken innan jag tids nog gick på heltid inom direktförsäljning.

Kostnadsfria konsulter

Fördelen vi har inom direktförsäljning som jag tror få personer på riktigt förstår är att vi har kollegor som gjort det här förut som kostnadsfritt hjälper oss igång. Du som helt ny inom vår profession får tid med en mentor som normalt skulle kosta tusentals kronor varje vecka beroende på hur mycket tid du vill investera i att bygga upp din verksamhet.

Företaget har inga säljchefer på fältet som utbildar organisationen utan låter de som redan jobbar på fältet utbilda nya återförsäljare vilket är briljant. De nya behöver inte betala någonting för denna konsultation då systemet fungerar som ett lärlingssystem och istället får de som hjälper till en matchande bonus direkt från företaget på den omsättning som skapas.

Säg att bolaget du väljer att börja jobba med har snabbstartsbonusar som gör att du får tillbaka pengarna för eventuella varuprover du beställt hem när du startat. Därefter börjar du tjäna några hundralappar i veckan som övergår till tusenlappar och tre år senare kan du kliva över på heltid då du har tillräckligt stor kundbas som ger dig en vinst varje månad på mer pengar än du får från ditt jobb. En bra mentor följer upp dig och håller dig ansvarig för det du lovat dig själv att göra.

Du har sett dina första år som en skola, dragit fördel av lärlingssystemet och kan nu utan studieskulder hjälpa fler personer att göra samma resa. En riktigt bra mentor förstår att belöningen aldrig kommer som pengar eller materiella ting, utan som insikter och erfarenheter. De som inte får vara i aktivitet och bara får ett resultat går miste om det riktiga värdet. Det är nämligen resan som är intressant och din mentor har passion för att vara med på den.

KAPITEL 10

Kan man jobba med flera företag inom direktförsäljning?

Föreställ dig en politiker som arbetar aktivt med att föra fram två partiers budskap. Kan en fotbollsspelare på elite-nivå spela i två lag samtidigt? Vissa hävdar att företagen agerar utifrån rädsla när de skriver in i sitt avtal att du inte får jobba med flera direktförsäljningskoncept men jag har en annan övertygelse. Ledare i traditionella bolag skriver ofta på avtal om att de inte får jobba med konkurrerande verksamhet eller andra saker som tar deras fokus. Det är svårt att fokusera på flera saker samtidigt.

Jag ska referera till en person jag tycker förklarar det här väldigt bra. Jag är inte ute efter att trycka in någon i en pipeline som leder till att man ska köpa coachning för flera tusen, men jag följer en del bloggar och väljer att ta till mig av det som inte går emot det jag står för.

”Jag vet ingen som tjänat stora pengar i flera bolag samtidigt. Inte om du vill dominera. Inte på min nivå av framgång. Inte som fått min uppmärksamhet.”
- Ray Higdon

Ett stort problem idag är att folk inte tar det seriöst. De bygger det inte som en verksamhet.

De presenterar det som en verksamhet men de bygger det inte som en verksamhet. Erick Gamio sa många bra saker på Direct Selling Mastermind i Orlando i slutet på oktober:

”Många tror att de kan bygga en verksamhet på fritiden, vilket inte är sant. Du bygger verksamheten på de tider du har bokat upp för att bygga verksamheten.”

Du behöver fokus

En vattenstråle kan skära igenom olika typer av material med rätt tryck. Med 4000 bars tryck skär den igenom gummi eller plast, men om vattenstrålen skulle dela sig skulle kraften avta och inte räcka till för att bryta igenom. Det finns ingen styrka i att springa åt flera håll samtidigt. Identifiera din målgrupp. Lägg en plan, skriv en lista och gå ut och gör det du ska.

”Nejmen serru, det tycker inte jag!” – Så kan det vara, hur tycker du att det går för dig då? Hur stor framgång har du än så länge med direktförsäljning? Förvirrade människor skapar inga resultat, inspirerade människor gör det. Människor som vet precis vad de vill, och vad de ska göra. Den som står still hittar till slut fel som inte finns. När det inte händer något så är det så lätt att börja analysera istället för att titta på vad man själv gjort eller inte gjort.

Jag köper i dagsläget produkter från sju olika bolag av vänner som jobbar med saker de trivs med och som byggt en verksamhet på det. Jag är inte återförsäljare, distributör eller partner i något annat bolag. Kräver företaget att jag skriver in mig som distributör och får en position i nätverket för att få tag på produkter så tackar jag nej, eller köper produkterna löst av personen jag känner. Där har jag valt att dra min gräns. Jag har ett ansvar och ett personligt varumärke att leva upp till. Jag tänker inte sätta mitt namn på ett papper så att någon i ett annat bolag hittar mig i sin organisationsrapport.

Spelar du fotboll eller hockey?

Om du jobbar på ett vanligt jobb som behöver rekrytera personal kan du såklart tipsa om en kompis. Om din kompis över tid, av den ena eller andra anledningen inte vill jobba kvar så kan det finnas olika anledningar till det. Först och främst vill jag bara påpeka att du inte behöver ta det personligt. Vi är alla olika och vi har olika syn på vad och hur vi vill göra.

Mentalitet, kultur och gemenskap är otroligt viktigt oavsett vad du jobbar med. Trivs du inte med dina jobbarkompisar så blir det svårt. Hur mår du om 10 år om du är i en organisation där du inte trivs? Om du jobbar med direktförsäljning så är det ledarskapet som sätter kulturen och det är den som gör att människor vill vara kvar.

Allt handlar om relationer. Bestäm dig för i vilket bolag du ska jobba och håll dig till det. Gå på utbildningar, behåll fokus och följ systemet. Se människor och bli den ledare människor väljer att följa.

”If someone goes down the wrong road, he doesnt need motivation to speed him up, what he needs is education to turn him around.”
– Jim Rohn

Igen - Fokus!

Det pratas mycket om balans idag. Du ska ha balans i dina relationer, din ekonomi och egentligen hela ditt livspussel. Det är inte fel att ha balans i livet. Utmaningen är att det finns ingen elitidrottare, ingen superentreprenör eller högpresterande person mig veterligen som har fullständig balans i livet. De väljer snarare vilka områden de ska gå ur balans för att lägga fokus på det de vill satsa på.

Fokus är nämligen ibland viktigare än balans, beroende på vem du väljer att lyssna till. Är det saker du vill göra som andra människor har gjort framgångsrikt kan det vara läge att lyssna. Det finns många som vill ge dig råd om saker och de flesta pratar då om balans.

Under en period tog jag en paus från fabriken och försökte göra en karriär inom traditionell marknadsföring/försäljning. Det slutade med att jag gick runt med fem olika visitkort eftersom jag levde med ett sådant ”brist-tänk” att jag inte vågade släppa någonting. Jag sa ja till alla möjligheter jag fick. Skulle inte det ena funka så skulle kanske det andra ta fart, det var mitt mindset.

Chris Brady pratar om ”shining objects” -Allt är inte guld som glimmar, men kastar du dig över varje sak som låter spännande så tappar du fokus från vägen du kör på. En dag släppte jag allting, gick tillbaka till fabriken, startade med direktförsäljning vid sidan av och resten är historia.

När jag sedan slutade som CNC-operatör ofrivilligt, när fabriken gick i konkurs då hade jag inte någon A-kassa att luta mig tillbaka mot eftersom jag hade ett företag. Jag hade börjat med direktförsäljning som då inte direkt genererade någon ekonomi men regler är regler fick jag reda på.

Nu i efterhand har flera personer kommit fram till mig och sagt att jag skulle stå på mig eftersom det skulle gått att hävda att det var en hobbyverksamhet som jag gjorde på kvällar och helger men jag fick blankt nej och hade inte kraften att driva igenom det där och då.

Det ledde till att jag fick välja mellan att lägga ned bolaget för att ta emot A-kassa eller fokusera heltid från en månad till en annan på direktförsäljning. Jag sparade i alla fall pengar på att gå ur både A-kassa och facket på en gång.

Där valde jag fokus framför balans då jag jobbade mer än jag någonsin gjort under en period. Jag gjorde det som krävdes för att få till det resultatet jag var ute efter, för alternativet var att söka andra industrijobb men det var jag inte beredd att göra. När ett par hundra industriarbetare samtidigt hade blivit av med sina jobb så blev det konkurrens om de jobb som fanns på andra företag.

Det handlade om tillgång och efterfrågan men det var bara halva sanningen. Jag var heller inte redo att gå tillbaka till industrigolvet på fabriken så jag var tvungen att göra någonting annat och jag drömde om att göra direktförsäljning på heltid.

Jag frågade mina mentorer: ”-Fabriken har kursat, vad ska jag göra?” Jag fick genast en fråga tillbaka: ”-Vad vill du göra?” Jag svarade: ”- Jag vill göra direktförsäljning på heltid.” Varav responsen blev: ”-Gör det då.”

Jag valde att gå ifrån 7-8 timmar i veckan till 70-80 timmar i veckan för jag vill så gärna ha resultat. Jag ville så gärna att det skulle fungera ekonomiskt att kliva över på heltid. Tunnelseendet övertygade mig att det redan var klart. Jag gav allt och det visade sig vara tillräckligt.

Hunger skapar fokus. Balans är bra men fokus är ibland bättre om du vill få något genombrott. Nu säger inte jag att du ska nå toppen för det är upp till dig men det är så många som kommer med ”goda råd” vilket kan vara livsfarligt om de du lyssnar till inte gjort det du ska göra.

Skaffa dig en mentor som gjort resan och är kvalificerad till att hjälpa dig. Någon som vet vad fokus innebär. Fråga vad du ska göra steg för steg så kommer du få rätt förutsättningar att bygga din direktförsäljningsorganisation på riktigt.

KAPITEL 11

Grundpelarna i direktförsäljning

Patric Nilsson

Fler och fler direktförsäljningsföretag tar idag hand om att skicka ut produkter till kunder så vi på fältet inte behöver ha något köpkrav eller sitta på något lager. Det i sin tur gör att vi kan fokusera på att lära oss materialet och bli duktiga presentatörer.

När du bygger upp en verksamhet inom direktförsäljning behöver du bemästra grundpelarna som hela affärsmodellen bygger på. Det här är någonting alla kan lära sig. Jag tror inte någon av mina lärare skulle tippa på att jag skulle bli någon stor ledare. Vem som helst kan utveckla förmågan bara viljan finns där.

Grundpelare 1: Egna kunder

All affärsverksamhet bygger på att hitta kunder. Om du inte vet hur du skaffar en kund så har du ingenting att lära ut. Det här är det viktigaste steget för utan kunder blir det inget. Redan här skulle jag vilja belysa ”Be the messenger – not the message”. Om du har en speciell utbildning, kul för dig. Håll dig till materialet och godkända påståenden. Vi är kommunikatörer – inga experter. Det är jättebra att du tror på det du pratar om men du behöver inte vara Jesus.

Grundpelare 2: Egna Partners

Här handlar det om att träffa människor du skulle vilja jobba med tillsammans med någon som har längre erfarenhet av det ni gör. Du har relationen med personen du vill visa det för och du har ett förtroende för den som presenterar vilket gör att det skapas respekt mellan den som presenterar och den som får presentationen.

”Målet är utbildning och förståelse. Målet är aldrig att skriva in någon.”
– Ray Higdon

Ni är där för att presentera affärsmodellen och företaget. Vilket beslut personen tar är upp till dem. Kom ihåg att dina kompisar (potentiella reskamrater) kanske inte ska vara med på din resa. Det är helt enkelt inte meningen att alla ska med. Lämna varje person du träffar med känslan av att de känner sig lite bättre, lite mer uppskattade för relationen är viktigare än allt annat.

”Nätverkande är jordbruk, inte jakt. Det gäller att investera tid i att bygga upp relationer.”
-BNI’s Grundare Dr. Ivan Misner

Grundpelare 3: Teamets kunder

Nu är det din tur att vara presentatör. Du har säkert varit med på 10 möten där du haft med någon och hört alla frågor och funderingar folk har så nu kan du gå igenom informationen åt någon av dina nya partners. Hjälp dem till 5 eller 10 kunder så kan de säkert gå till 25 kunder själva.

Grundpelare 4: Teamets partners

Du har suttit i ett 10-tal möten med potentiella partners och lyssnat till din mentor som presenterat idén och har säkert fått in ett par partners att jobba med. Du har hjälpt dem med deras första kunder så nu är det du som gör partnerpresentationen med dem (rekryteringsmöte).

Grundpelare 5: Eget ledarskap

Här handlar det om att kliva in i ansvar. Börja utbilda sig själv mer. Läsa och lyssna för din personliga utvecklings skull. Vissa ser sig själv som ledare, andra inte. En del kommer in i organisationen och vill ”jobba med ledarskap” men då är det viktigt att förklara att alla behöver vi gå igenom de fyra första grundpelarna först.

Din personliga utveckling kan handla om att läsa 100 sidor i en bok medan din professionella utveckling kan handla om att läsa 10 sidor och sedan boka ett möte. Den som inte gör någonting med saker den lärt sig har inte kommit längre än den som inte lärt sig. Kunskap utan handling är meningslöst.

Grundpelare 6: Teamets ledarskap

Ledarskap innebär att skapa ledare. Det här är det sista steget och här behöver vi leda och duplicera. Inspirera ledare i teamet till att läsa och lyssna, ta ansvar och gå till handling. Något som verkligen handlar om ledarskap inom direktförsäljning är att inte låta folk komma med ”snygga ursäkter”.
Bli riktigt duktig på att hjälpa folk att hitta lösningar i olika former. En ledare ser till att skapa förutsättningar för att kunna göra det de lovat sig själva att göra. Detta gör ledare till ledare:

- Har de inte pengar att åka på event så löser de pengar.
- Har de inte tid för möten så löser de tid för möten.
- Har de inte barnvakt så löser de barnvakt.
- Har de inte resurserna så löser de resurserna.

Det finns en uppstartsmanual i de flesta direktförsäljningsföretag som många inte läser. Det är dags att verkligen studera grunderna i hur nya direktsäljare lär sig att ta sig an utbildning och bygga upp en organisation. Kan en industriarbetare från Tidaholm tillsammans med sitt team bygga upp en kundbas på 10.000 kunder på några år genom att ha dessa grundpelare i ryggen kan vem som helst skapa riktigt stora resultat.

Patric Nilsson

KAPITEL 12

Vi får betalt för att bringa ett värde till marknaden

Patric Nilsson

Tänk om vi inte hade haft hävstångseffekten från ett nätverk. Tänk om alla skulle varit konkurrenter och vi inte skulle få betalt för att jobba tillsammans. Låt oss titta på hur en entreprenör skulle tänkt om allting handlade om att bygga upp en kundbas utan att rekrytera eller utbilda andra kundanskaffare.

”We get paid for bringing value to the marketplace.”
– Jim Rohn

Om det nu handlar om att bringa ett värde till marknaden så kan det vara dags att gå tillbaka till de absoluta grunderna. Företaget behöver ha en produkt som marknaden vill ha och säljare som kan kommunicera ut produkten på marknaden. Ofta handlar det om att informera eller utbilda marknaden om ett problem som produkten löser. Tänk nu på vad jag skrev inledningsvis.

Hur skulle en entreprenör tänkt om det bara handlade om att få ut produkter på marknaden? Om vi tittar på olika sätt att tjäna pengar: Anställd, Egenföretagare, Företagsägare, Investerare – det finns säkert fler. Anställd och egenföretagare byter tid mot pengar. Vill de tjäna mer pengar så får de nöja sig med mindre tid. Vill de vara mer lediga får de överleva på mindre pengar. Där finns det alltid brist på någonting.

Företagsägare eller Investerare bygger upp system för att få en hävstång på sin investerade tid eller sitt investerade kapital. När en entreprenör ser en möjlighet att tjäna pengar på en produkt som har potential på marknaden finns det alltid en viss typ av frågor luften. Några exempel:

- Hur ska den säljas?
- Hur skalar vi upp det här?
- Vad finns det för marginaler?
- Hur får vi en hävstångseffekt på vår investering?
- Hur många procent av vinsten kan vi dela med oss av till säljare som kan få provision?

De förstår redan från början att det är bättre att tjäna en lägre procentsats på många människors arbete än att göra allt jobb själv. I direktförsäljning är allt detta redan klart och affärssystemet finns där. Det första du fokuserar på är kunder för skaffar du inga riktiga kunder blir det inga pengar. Du bygger upp en kundportfölj och får betalt för att ta hand om den.

Allt du behöver göra för att sedan skala upp är att lära dig systemet. Du vill inte gå miste om hävstångseffekten alla entreprenörer är ute efter. Lär du upp 10 personer hur de skaffar kunder får du faktiskt betalt på 10 personers produktivitet. När du har hundratals personer i ditt nätverk och tusentals kunder i ditt team finns det inget mer lönsamt än att fokusera på att fortsätta bygga ditt imperium.

Patric Nilsson

KAPITEL 13

Systemet inom direktförsäljning

Det har blivit sagt av flera stora ledare att om du använder dig av systemet så gör det 90% av arbetet. Vi brukar prata om det som en vattenledning vi med fördel väljer att använda oss av för att få den stora hävstångseffekten som alla inom direktförsäljning är ute efter.

Systemet fungerar ungefär som ett recept. Ju mer noggrann du är att följa det ju bättre kan det leva upp till dina förväntningar på konceptet. Jobbar du med enbart kunder så spelar det inte så stor roll. Du kan ta in kunder på vilket sätt du vill bara du följer Direct Selling Swedens etiska regler.

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA DEM.

Det är när du börjar jobba med andra människor det är fördelaktigt att använda dig av systemet. Hur du fyller på dina prospekt- eller kandidatlistor är upp till dig eftersom det händer innan rekryteringsprocessen börjar.

Det ska finnas ett flöde från början till slut precis som en vattenledning då allt i direktförsäljning är en utvecklingsprocess snarare än en enskild händelse. Det är inte bara ett möte som leder till en affär som traditionell försäljning. Ibland blir man lurad av ordet direkt-försäljning, som att en försäljning ska ske direkt vilket det kan göra men processen vi pratar om är rekryteringsprocessen av nya medarbetare.

Första mötet på rekryteringsprocessen (vattenledningen) är presentationen. Många kallar det en KP (KortPresentation) och den görs inte av dig som ny utan av någon som jobbat ett tag, kan presentera och vet hur rekryteringsprocessen ser ut. Jag har svårt att tro att det finns något traditionellt bolag där ute som sätter en helt nyanställd på att rekrytera folk.

”Syftet med ett möte är att boka nästa möte”
– Randy Gage

När ni gjort en presentation så behöver ni följa upp den personen så andra steget är en uppföljning. Här kommer vi till en av de viktigaste punkterna av alla. 80% av tiden du lägger på verksamheten är kortpresentationer och uppföljningar. Utmaningen är att se långsiktigt och ha tålamod för att det är bara 5% av resultatet som kommer härifrån. Här gäller det också att se till att inte vattenledningen läcker (att uppföljningarna inte blir av) för det leder till att ni haft rekryteringsmöten i onödan eller att ni går miste om 95% av resultatet.

På mitten av vattenledningen hittar vi hotellmöten. När vi haft tillräckligt många möten på en ort så växer behovet för större möten fram. Jag gillar ”prime the pump” med Zig Ziglar som symboliserar detta på ett bra sätt:

KLICKA HÄR FÖR ATT SE VIDEON

Tänk dig en brunn ute på landet du ska pumpa upp vatten ur. Du kan pumpa ganska länge innan det kommer någonting men fortsätter du pumpa tillräckligt länge så har du snart ett flöde.

Organisationen behöver hålla möten för att skapa underlag för hotellmöten. När aktiviteterna på fältet (antalet kortpresentationer) är tillräckligt många så finns det underlag för det lokala ledarskapet att hyra ett konferensrum på ett hotell för att bjuda in till en Affärspresentation (AP).

Du kan använda hotellmötet som en uppföljning. De får en större bild av vad det handlar om, mer kött på benen och mer grunder att ta beslut på. Det enda vi är ute efter här är att ge tillräckligt mycket information för att var och en kan fatta ett beslut som är rätt för dem. Du kan aldrig ta beslut åt någon, bara addera information.

Efter presentationen på hotellet har man även en utbildning för de som valt att dra igång med verksamheten. Nyckeln till detta är kontinuitet. Att man kör hotellmötet varannan vecka gör att man tränar organisationen i kontinuitet och uthållighet. Mötet och utbildningen blir också ett tillfälle till inspiration och motivation. Det här är ingenting man provar. Du gör det och du gör det långsiktigt. Hotellmöten tar 15% av din tid du har satt av till verksamheten och de ger också 15% av resultatet.

Sista steget i vattenledningen (processen) är utbildning. Lokala, regionala, nationella och internationella utbildningsevents. Fram till mitten på vattenledningen så handlar det om att informera potentiella kollegor om vad det handlar om men på slutet övergår det till att utbilda dem som vill köra igång. Här kan de som vill ha ännu mer information innan de tar ett beslut få vara med så länge det inte handlar om en planeringsdag för hur aktiviteterna framåt ska se ut, då bör du ha bestämt dig för att köra igång. Utbildningarna tar i regel 5% av tiden att bygga verksamheten men det häftiga är att det skapar 80% av resultatet.

"Love them and let them grow."
– Randy Gage

Det finns de som försöker hitta genvägar och tar med folk direkt till hotellmöten. Min erfarenhet är att det inte fungerar så. Jag känner ingen som har startat på det sättet för att rekrytering är en process. De behöver ha sett en presentation innan annars fungerar inte systemet.

Det går inte att kapa upp vattenledningen på mitten och fylla på med vatten där. Det är så mycket enklare att fylla på med vatten från början av ledningen men vissa vill ändå lära sig den hårda vägen.

Kortpresentation – Uppföljning – Affärspresentation – Utbildningevents

Vi planerar från höger till vänster och jobbar från vänster till höger. Precis som du ska göra en smoothie så behöver du lägga ned det som tar mest plats först. Så också i din kalender. Boka in saker långt i förväg så att du inte bommar någon viktig utbildning. Informera tidigt om om kommande aktiviteter så att hela teamet har en chans att åka. Du kan inte förändra något du inte lagt märke till. Medvetenhet är det första steget.

Jag hoppas du nu förstår att det här handlar om en process snarare än ett avslut på en affär. Att följa systemet handlar om att följa ett recept. Det enda du kan göra är att vara professionell med det du håller på med så att människor vill jobba med dig.

Attrahera in människor du skulle vilja jobba med i ditt liv och sedan bara exponera materialet. Presentera. Informera. Promota. (promote=to make known. att göra känt, att marknadsföra.) Sanningen är den att det finns människor där ute som kommer att vara ivriga att börja jobba med dig inom direktförsäljning. De är inte medvetna om det än så de letar inte efter dig utan du behöver prata med dem.

"The reason why more people haven't succeed in direct sales isn't because they haven't learned enough new things. The reason is that they haven't master the basics."
-Tim Sales

Vi har två startdatum när det kommer till direktförsäljning. Dagen vi körde igång och dagen vi förstod varför. Ett event bidrar med så mycket personlig utveckling, inspiration och ledarskap så efter ett sådant har de flesta satt betydligt högre mål och håller ett betydligt högre tempo så du har helt enkelt inte råd att inte åka.

Tack vare systemet inom direktförsäljning så har jag kommit i kontakt med några av världens största ledare och blivit coachad och tränad av eliten inom vår profession. Hur? Jag började gå på event. Att bara dyka upp visar att du vill. Jag blev ingen följare, jag blev en student vilket jag är än idag. Det finns material i världsklass att studera och jag kan säga att det förändrade mitt liv. Det handlar inte om vad utbildning kostar. Det handlar om vad det kostar om du inte studerar.

Patric Nilsson

KAPITEL 14

Har du en mentor inom direktförsäljning?

Patric Nilsson

Att starta upp med något du inte gjort förut som att dra igång en verksamhet eller påbörja en ny karriär innebär såklart en massa nya saker. Då kan det vara bra att ha någon med erfarenhet att ta råd från. Inom varje område i livet finns det alltid förebilder att söka vägledning av.

Det typiska sättet att få en mentor är att förtjäna det. Mentorskapet grundar sig ofta i en attitydfråga om ansvar och personligt ledarskap. Definitionen av en mentor kan variera. Wikipedia skriver att ”Mentorskap går ut på att en mentor ansvarar för en adepts personliga utveckling på ett eller annat sätt, oftast i samband med att någon särskild lärdom delges.”

Investera i utbildning

Ditt företag har säkert böcker som de rekommenderar att du läser och audiomaterial du kan lyssna på. En del utbildning kanske till och med ingår i supportsystemet. Frågan är om du väljer att investera tid i att studera det materialet. En ännu viktigare fråga är varför en mentor eller upline ska investera tid och engagemang i någon som inte investerar i sig själv.

Sedan handlar det såklart om att gå till handling. Människor i rörelse är roligare att prata med. Det finns många därute som är duktiga på att prata men inspiration utan agerande är bara underhållning. Gör så mycket bra saker så att de vill bli din mentor.

En upline är i regel alltid på talangjakt efter att vägleda rätt person som söker mentorskap så genom att agera kommer du attrahera det.
Du vill hitta en mentor som bemästrar det du vill bli bättre på. Du frågar inte din granne om experttips på hur man klättrar i berg om hon inte är bergskättare, även om hon sett många youtube-klipp. Du kan inte lära dig att simma genom att läsa en bok.

"If you want to be a leader who attracts quality people, the key is to become a person of quality yourself."
– Jim Rohn

Förvänta dig inte att lära dig hur du tar nästa steg av människor som inte gjort det men har de gjort det du vill göra så är det läge att lyssna. Om du vill bli Diamond, President eller vad en topposition i ditt bolag nu heter så behöver du göra det som en person med den titeln har gjort.

Varför åka till gymmet när du kan ligga i soffan med en påse ostbågar. Det beror ju på vem du vill vara, vem vill du bli och söka mentorskap därefter hos personer som är duktiga på olika områden. Om du vill tappa några kilon och någon som kan kost bättre än dig tipsar dig om vad du behöver äta för att komma i mål så har du ett val. Följa receptet eller missa målet. Det är inte svårt att förstå att broccoli är bättre än pommes frites. Ofta är det tuff kärlek som gäller. Om du inte köper ett gymkort så är det ganska svårt att visa din PT att du menar allvar med din träning.

Ta reda på vad du behöver för resurser i form av material och produkter för att bygga din verksamhet. Fråga din mentor vad du ska läsa och lyssna till. Om du tänker bli nästa framgångssaga och är beredd att betala priset så är det bara att gratulera. Din tid kommer.

"If you plant a watermelon seed, you are not going to get grapefruit."
– Earl Shoaff

DEL 3

FRAMTID

&

VISION

KAPITEL 15

Perspektiv & förväntan

Patric Nilsson

Jag coachade en tjej i teamet som inte visste exakt hur vägen skulle se ut – det var som en dimma framför henne. Det var som att åka i en bil utan torkarblad när det regnar. Precis den här dialogen hade jag med en ledare i ett annat bolag nyligen som frågade hur vi kunde ha en så stor framgång när det kommer till externa kunder och jag är säker på att det handlar om just detta – tydlighet.

Lyckas du sätta på torkarbladen och fylla på spolarvätska så kan du köra både snabbare och säkrare på vägen till toppen av berget. Konsten är att kunna förmedla de absoluta grunderna på ett enkelt sätt för det handlar egentligen bara om kunskap och aktivitet. Ju fler som är ute på fätet och gör Basic (sitter i möten) ju fortare går det om vi samtidigt fokuserar på att lära ut grundpelarna.

Jag var i Göteborg för några år sedan och lyssnade till Donna Johnsson och Tomas Tidlund på ett event där de pratade om en kikare och ett förstoringsglas. Båda delar är viktiga i processen. Kikaren använder du när du ska ta fram ett nytt mål eller påminna dig om vart du är på väg och förstoringsglaset använder du när du ska se efter vart du ska sätta ned foten i nästa steg.

Att vara entreprenör är som att skaffa dig ett gymkort och gå till gymmet. Det räcker inte med att skaffa kortet, för om du inte gör något så blir det inget. Om du är trött på att börja om, sluta ge upp. Direktförsäljning funkar om du funkar.

För en tid sedan hade jag ett möte med en kille som hade attityden: ”Jag behöver trygghet. Tänk om det där inte funkar för mig. Jag har ett tryggt jobb.”

– Sedan ser jag honom göra en uppdatering på sociala medier om att han bytt jobb. Det finns många som inte har förmågan att se längre än till nästa månadsskifte. Tiden kommer ändå att gå, så varför inte börja bygga upp något som kan växa över tid?

Har varit runt på kickoffer runt om i landet nu i januari och många kommer fram och säger ”Vad roligt det är att se dig, vilken resa du gjort! Wow, vilket arbete…” Vilket såklart var jätteroligt att få höra men i grund och botten handlar det om att det är det här jag gör. Går du till gymmet flera gånger i veckan så blir det bra resultat på några år. Det du fokuserar på växer, men jag har då aldrig sett någonting med mer potentiell hävstång och kapacitet som direktförsäljning.

Jag är lika besatt av tanken att hjälpa människor att bygga en direktförsäljnings- organisation som en kostrådgivare som predikar om att vi ska börja äta mer hälsosamt. Lite pinsamt är det när det finns människor som utan kompetens eller insikt uttalar sig om hur en säljorganisation ska byggas eller inte byggas. Det handlar bara om okunskap.

”In the age of information, ignorance is a choice.”
- Donny Miller

Vad förväntar du dig? Om du har 100 kunder i ditt nätverk idag och du ökar 10% i månaden så har du närmare 1000 kunder på 24 månader och kan säkert gå över på heltid om det är din ambition. Jag har sett flera personer i teamet bygga upp en sådan kundbas från noll på ett år och jag vet att allt handlar om beslutsamhet.

Investerar du tiden, är coachningsbar och gör rätt saker så kommer resultatet. Förra året gjorde vi nästan 100% ökning. Året innan gjorde vi drygt 200%. Vi passerar snart totalt 10.000 externa kunder i hela organisationen Kunder är konsumenter som inte tjänar pengar eller har någon position i nätverket.

Det handlar om att lyssna till personer med hjärtat på rätt ställe som gjort det framgångsrikt. Det finns mentorer som kan hjälpa dig att gå hela vägen. Tiden kommer att gå oavsett. DETTA kan bli ditt år – Vad väntar du på?

KAPITEL 16

Är du en campare eller en klättrare?

Patric Nilsson

Orrin Woodward förklarar att alla människor börjar i dalen och blickar upp mot berget med ett medfött behov av att klättra. Miljarder människor är gjorda för att klättra men ändå är toppen praktiskt taget tom. Vad som händer med de flesta klättrare är att de börjar kompromissa med vad de verkligen vill ha. De börjar se allt fler mindre betydelsefulla saker som kan tillfredsställa dem för stunden. De är ovilliga att uthärda den smärtsamma klättringen och de flesta kommer att ge upp innan de når toppen.

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA ORRIN WOODWARDS ”QUITTERS, CAMPERS & CLIMBERS”

På eventen för en tid sedan med över 700 personer totalt runt om i landet i januari gick jag upp till Håkan Hellström – Din tid kommer och pratade om skillnaden på att vara en campare eller en klättrare. Det var ett samtal med Thomas Tidlund som inspirerade mig till att använda denna liknelse. Thomas är en fantastik ledare som tillsammans med sin fru Donna Johnsson kommer att vara aktuell på både omslaget och i en lång artikel i magasinet Networking Times i mars/april.

De som slutar underhåller sig med saker för att inte konfrontera berget och gör vad som helst för att slippa klättra. När dessa människor inte vill se sanningen gör de allt för att försvara deras agerande och försöker faktiskt till och med värva andra till att inte vilja utvecklas.

Campare börjar klättra entusiastiskt men någon gång under processen stannar äventyret upp. Genom en kombination av de resultat som redan uppnåtts och smärta i samband med klättringen tar de sig inte vidare. Deras drivkraft sätts på prov emot bekvämligheten i lägret. De kan få en fin utsikt men deras bästa dagar är förbi då de landat i att de gjort jobbet ”ganska bra” hittills.

Även campare vet priset av klättringen men de är ovilliga att fortsätta betala priset. De är övertygade om att de ”bara vilar” men få kommer någonsin ta sig ur lägret igen. Några av de mest begåvade är lyckliga i lägret, har nått en bra livsstil men många lurar sig själva. Alla har rätt till att ta en paus, men inte för resten av sitt liv om de har betydligt större mål som är viktiga för dem. Ta en semester när det behövs men äventyra inte dina mål och drömmar.

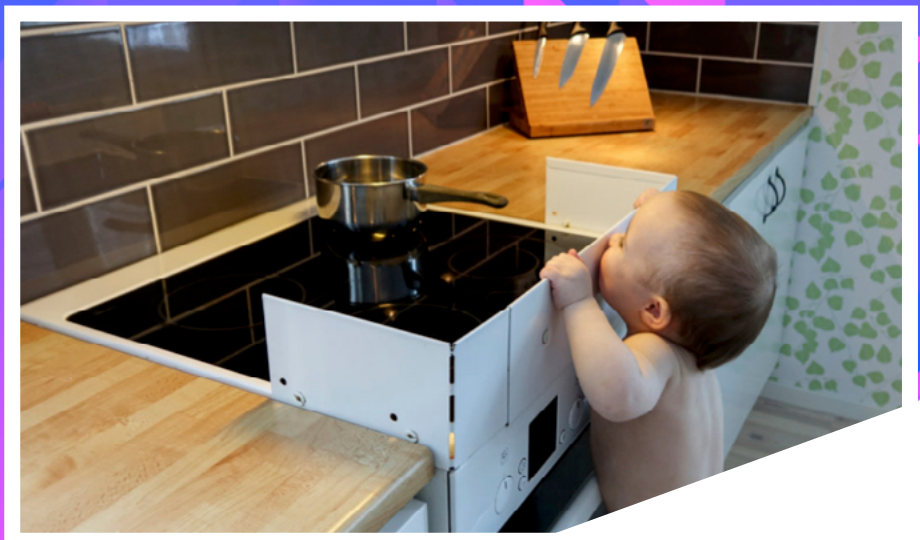
Klättrare vägrar att ge upp oavsett hur smärtsamt det blir att klättra. De vet att de är här för att bestiga berget och är villiga att göra arbetet för att uppnå det. Klättrare vet att det för dem inte handlar om att få den bästa platsen i lägret eller att skaffa flesta prylar i tältet. En klättrare har drömmar och mål och vet att livet handlar om att fortsätta.

Klättrare har lärt sig att en av nycklarna till ett lyckligt liv är att fortsätta bli den som de var tänkt att vara. De når nödvändigtvis inte den absoluta toppen men de drivs av den ständiga önskan att fortsätta utvecklas.

En sann klättrare besegrar berget och överträffar sig själv i processen. Deras resa lämnar en väg för andra att följa till sina drömmar och mål. Det gör det möjligt för klättrare att lära andra lektionerna de har lärt sig genom livets bergsklättring. Var och en måste ta sina egna beslut när de tittar upp mot livets berg. Ska du sluta, campa eller klättra?

Om du väljer att klättra kan du använda PGKU (Planera – Göra – Kontrollera – Justera) som kommer att vara en ovärderlig hjälp på din resa.
Mr Woodward avslutar med:

”Hjälp andra att lära sig livets lärdomar så att de kan föra dem vidare till ännu fler människor. Detta är vad verklig framgång i livet handlar om.”



KAPITEL 17

Information och utbildning leder till förståelse

Patric Nilsson

En del av de saker vi lärt oss är inte sant. Det är många som delar med sig av saker som egentligen inte stämmer. Har du bränt dig på spisplattan som barn har du å andra sidan lärt dig något du kommer minnas hela livet. Det här inlägget handlar om okunskap. Information och utbildning leder till förståelse.

En del människor kan komma med negativa invändningar till vad det är du håller på med. Vad handlar det om? Det finns såklart flera olika typer av invändningar. Det kan vara saker som verkligen inte står rätt till eller så handlar det om någonting de inte riktigt förstått. Om du får höra att direktförsäljning inte fungerar, att kosttillskott inte behövs eller att ditt företag är en bluff – Vad gör du? Byt fokus. De är oftast outbildade. Var noga med vem du lyssnar till. Du får ofta feedback från folk som inte vet. Folk som lider av okunskap.

"You don't know what you don't know."
- Jim Rohn

Du vet inte vad du inte vet. Det är någonting du inte lärt dig än. Personer som kommer med invändningar, vad vet de egentligen? Hur utbildad är de på ämnet? Är de personer du normalt sett skulle ta råd ifrån? Vi har ju olika människor vi normalt sett lyssnar till i olika sammanhang. Väldigt få människor är mästare på alla delar i livspusslet.

”De främsta skälet till att människor har ekonomiska problem är att deras rådgivare är fattiga människor eller säljare:”
– Robert Kiyosaki

Är det en pyramid?

Vi kan bråka med dem genom att säga: ”Vad menar du med det? Tror du jag skulle syssla med det? Alla företag är pyramider! Volvo är en pyramid! Har inte du en chef? Tjänar inte chefen mer pengar än dig? Då så! Då är du redan i en pyramid! Det spelar ingen roll när du börjar, du kan tjäna mer än alla andra som startat innan dig om du sitter i fler möten än vad de har gjort. Det finns alltid begränsningar i hur pengar betalas ut så den som gjort mest tjänar mest! Det vi gör är mer rättvist än ditt pyramidjobb!”

Ofta skapar det bara bränsle till en argumentation och det är sällan du vinner en sådan pajkastning. Kom ihåg: Syftet är att ge information till de som vill lyssna så vi får fler människor att förstå vad det är vi gör. Vi vill inte argumentera med människor som inte kan skilja på åsikt och fakta. Vi vill utbilda människor. Argumentation hjälper inte.

Du kan inte få någon att byta åsikt. Du kan addera information så den personen själv kommer fram till sanningen. Om du säger något så kan det ifrågasättas. Om de kommer på det själv så är det sant. Vissa vill inte förstå. Förvirra dem inte med sanningen. De tillhör inte målgruppen. Vi letar bara efter folk som letar.

”Att argumentera med någon som inte förstår är som att spela schack med en duva. Hur bra du än är kommer den klampa omkring på schackbrädet, bajsa, ställa till det och låtsas som den vunnit.”

Tomma grytor skramlar mest

De som vet minst brukar låta mest. Istället för att behöva ha rätt i alla situationer bestämmer dig för att släppa det och fokusera på att prata med människor som vill prata med dig. Det var när jag släppte prestationen och landade i att allt jag ska göra är att utbilda människor det på riktigt hände något. I det läget släpper du prestationen för att du bara går in i aktiviteten.

Du utbildar människor i vad det här handlar om så att de förstår vad vi gör. Du kommer hitta de personer du ska hitta. Tänk varje gång du får en ifrågasättande invändning: ”aha! Nu händer det.. Här har vi en person som inte fått den här informationen presenterad för sig på rätt sätt innan och kan jag hjälpa personen att förstå så är det bra och vill personen inte förstå så är även det helt okej.”

Information och utbildning leder till förståelse

Vi säger ofta att vi informerar dem vi skulle vilja jobba med och vi utbildar dem som vill jobba med oss. Vi informerar när vi presenterar verksamheten och vi rekryterar människor som vi sedan utbildar. Någonstans på vägen landar vi i en förståelse och där är vi i mål. Efter det handlar det bara om att duplicera ut det till nästa person som får jobba med information och utbildning. Det blir aldrig någon jakt på att ha rätt i alla situationer. Det blir istället ett genuint intresse, en ambition att leda med informationen att nå ut med vad det handlar om. Du kan bara addera information, vad de bestämmer sig för är helt upp till dem.

Människor där ute är inte så pålästa idag. De flesta studerar inte speciellt mycket utan scrollar förbi saker. Om jag skulle skriva såhär långt ned i inlägget att jag åker till Bali i mars och alla som vill med gratis får höra av sig så kommer jag inte bli nedringd förrän en person börjar tipsa sina vänner för det är få personer som verkligen läser såhär långt.

Det krävs inte mycket för att sticka ut (en lagom provocerande blogg) – men det krävs mycket för att nå fram. Istället för att du bestämmer dig för att rekrytera 10 personer på 1 år så bestäm dig för att du ska nå ut till 100 personer på 1 år – så att de förstår vad du gör. Då släpper pressen och du blir mentalt fri från prestation.

När du haft möte med någon eller rent av börjat jobba med någon som kommer tillbaka till dig och säger att de har googlat och hittat en massa konstiga saker om hälsoprodukter, om direktförsäljning eller om företaget du jobbar med och inte vet hur de vill göra så har Ray Higdon ett fantastiskt bra svar:

”Du, vad bra att du tar upp det. Jag tänkte att vi skulle prata om det du och jag. Om du inte kan hantera att människor du inte känner skriver anonyma inlägg på forum på internet så vet jag inte om det här är någonting för dig. Om du värdesätter vad de skriver mer än vad du och jag pratat om och vad vi utbildar inom så tror jag inte det här är någonting för dig. Då tror jag vi får hitta någon annan att samarbeta med. Vi behöver människor som kan stå upp för någonting. Vi behöver människor vi kan utbilda i hur man gör det här för att sprida det vidare.”

Siffror

Av 10 personer du presenterar för så är det 7 personer som tycker det är intressant som det blir en uppföljning med. 5 personer hänger med dig på ett hotellmöte och 3 personer ska vi utbilda till nya kollegor. De som inte vill med tillhör inte vår målgrupp. Släpp dem så blir livet ganska mycket skönare.

Sammanfattning

Information och utbildning leder till förståelse. Det enda vi ska göra är att presentera det för människor så att de som ska vara med på den här resan förstår vad det handlar om och kan bli duktiga ambassadörer. De andra får stå kvar på perrongen. De personerna som är negativa, skeptiska, de som ifrågasätter, kommer med invändningar, de du märker väldigt snart inte är någon idé att argumentera med, släpp dem. Vi letar efter människor som letar.

Patric Nilsson

KAPITEL 18

Produkternas prisbild påverkar skalbarheten i nätverket

Patric Nilsson

Om en produkt ska säljas via ett nätverk idag behöver det vara en produkt som är applicerbar, med en prisbild som funkar på marknaden som gör hela modellen skalbar – eller duplicerbar som vi säger.

För att direktförsäljning ska vara en bra kanal så behöver det i mina ögon dessutom vara en produkt som är väldigt konsumerbar. Du ska kunna äta, dricka, smörja eller på något sätt kunna använda den varje dag. Kosmetika och hälsoprodukter – det är ingen slump att de branscherna är stora när det kommer till den här affärsmodellen inom den här professionen.

Sedan EU gick ut med sitt regelverk 2005 om att minst 50% av omsättningen bör komma från externa kunder som inte är en del av säljorganisationen har allt fler företag börjat anpassa sig efter detta och börjat jobba med kunder.

Applicerbarheten

Stolen du sitter på kan vara en bra stol men den skulle inte säljas via direktförsäljning speciellt effektivt. Lägenheter, bilar, dammsugare eller olika typer av terapeut-maskiner ser jag inte som några optimala produkter för direktförsäljning eftersom det behöver vara enkelt att presentera upplägget. ”Jag tror inte på något som inte är konsumerbart om det ska vara riktigt skalbart.”

Prisbilden

Många av en-produktsföretagen verkar stannat i att de har en produkt som kostar 1000-1500 kronor i månaden och de tycker inte att det gör någonting att endast distributörerna köper hem produkterna regelbundet. 100% av omsättningen är egentligen intern i organisationen vilket betyder att de inte har några kunder alls eftersom det har visat sig att de inte säljer några produkter. Jag satt för en tid sedan med en person från ett av juice-företagen och det är alltid samma story.

”Just den här juicen är bättre än alla andra juicer. Den är väldigt rik på antioxidanter. Den här juicen är från det här området i det här landet och de här ämnena får man bara ifrån växter, frukter och bär från de här buskarna och rötterna. Vi äger marken de växer på…”

Det är en fin saga och en kraftfull story. Frågan är ju bara hur siffrorna ser ut. Har företaget några riktiga kunder som handlar produkter för att de vill ha produkter eller är det bara distributörer som köper produkter för att kvalificera sig till bonusar?

I mina ögon är det idag mycket bättre att hitta en produkt med en prisbild som gör den applicerbar på ett nätverk som jobbar med externa kunder. Istället för att låta distributörerna hålla sig aktiva med en beställning på 1000-1500 kronor i månaden hitta en produkt som inte kostar mer än 300 kronor till en extern kund som alltså inte är en del av säljorganisation. Kunder ska handla produkter för att de vill ha produkter – inte för att de vill kvalificera sig till någon bonus.

Hur många människor känner du som du tror är kapabla eller villiga att lägga 1000-1500 kronor för en produkt? Kosttillskott eller kosmetiska spelar ingen roll – Tänk bara på applicerbarheten och skalbarheten. Har du en hälsoprodukt som kostar 300 kronor så når du så många fler som inte skulle ha råd med eller ta sig råd till att faktiskt köpa en produkt som är 5 gånger så dyr. Det finns människor som köper ett hudserum för 2000 kronor men om du har en produkt som kostar 300 kronor så är det lättare för den vanliga människan att sälja produkten via ett nätverk och du når en betydligt bredare målgrupp.

Skalbarheten

Istället för att ha en månadsbeställning på 1000-1500 kronor som distributör så lär du människor hur man presenterar en produkt som kostar 300 kronor som de säljer till 10 personer och omsätter därmed 3000 kronor i månaden. De kan vara kund till sig själva eller rentav få sin egen produkt gratis om företaget har ett sådant upplägg när de första kunderna är på plats.

Om du bygger ett medelstort nätverk på 100 personer i organisationen och de har 10 kunder var och ni säljer en produkt för 300 kronor har du skapat en omsättning till företaget på 300.000 i månaden på ren återkommande konsumtion. Utöver det kommer omsättningen från nya kunder och partners vilket gör att du har en vinstmarginal du troligen kan leva på.

Bygger du en organisation på 1000 personer med 10 kunder var som handlar för 300 kronor var så har du en omsättning på 3 miljoner och en vinstmarginal du absolut kan leva på. När sedan samma kunder vill ha fler produkter så kan du dubbla din omsättning. Det handlar om hur ekvationen ser ut när du zoomar ut. Nu passerade vi 11.000 aktiva kunder och 600 aktiva partners så vi har ett snitt på över 18 kunder per partner. Jag ser fram emot den dagen vi är 1000 personer som skaffat 25 kunder var som omsätter 300 kronor.

Rätt prisbild på produkterna skapar en kraftfull duplicering i nätverket. Storyn om djungeljuicen är bra men riktiga kunder är bättre. Vi står inför ett paradigmskifte – En ny era har startat inom direktförsäljning.

Patric Nilsson

KAPITEL 19

Hjärntvätt, hälsoreligion & marknadsföringsregler

Patric Nilsson

Det är en konst att undvika den stora massans kollektiva grupptryck. Vi är flockdjur, vi vill tillhöra och känna en gemenskap men majoriteten har alltid haft fel. De flesta beslut fattas inte av dig. Det är dina grannar, jobbarkompisar och media som påverkar. Du har blivit hjärntvättad från start.

När vi levde i grottor var det inte bra att sticka ut. En del av dem som vågade ge sig ut på jakt blev tagna av rovdjur eller råkade ut för andra olyckor. Det var säkrare att stanna hemma i en trygg miljö än att ge sig ut på äventyr.

Idag har vi inte riktigt samma risker i vår vardag men det där är så djupt rotat i oss att vi fortfarande är negativt programmerade. Kvällstidningarna vet om det här och jobbar utifrån att få ut negativa nyheter eftersom vi gillar att grotta ned oss i dem. Hjärnan är till för att skydda dig men många katastrof-tankar skulle du idag kunna klara dig utan.

Detta har format mycket av hur vi lever och hur samhället ser ut idag. Media använder gärna kraftfulla ord och det är attraktivt med negativitet på löpsedlarna eftersom det säljer.

Nu när vi är medvetna om det kan vi ta medvetna beslut när det gäller vad vi tar in i vår mentala trädgård. För en tid sedan hörde jag ett påstående som löd: ”En anledning att barn är glada är för att de inte tittar på nyheterna.” Tänk om det är så?

Jag tror vi borde hjärntvätta oss själva att inte lyssna på allt brus utan hålla oss till det som gynnar oss. När det kommer till säljkultur i företagsorganisationer så finns det olika sätt att se på saken. Att vilja skapa en organisation som jobbar med att bygga en kundbas med trogna användare/ambassadörer är helt naturligt. Det är det bästa sättet att få ut produkter på marknaden.
Apple har en hel armé med kostnadsfria ambassadörer som marknadsför alla deras produkter till nära och kära så fort de kommer ut.

Varumärkesstrategen Micco ”The Brand-Man” skriver om ”varför, hur, vad och vem” i sitt inlägg ”VARUMÄRKETS 4 S: Syftet, Sekten, Saken och Sagan”.

”Erbjud människor något att tro på, inte något att köpa.”

Mycket spännande inlägg som jag rekommenderar om du vill lära dig mer om marknadsföring och varumärkesprofilering.

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA HANS BLOGGINLÄGG

Syftet handlar om varför ditt varumärke finns istället för vad du säljer för produkter. Han menar att vi människor är sociala djur och strävar efter att förstå och bli uppskattade. ”Allt vi gör, varje beslut vi fattar, påverkas m.a.o. av andra människor – vare sig de är närvarande eller inte.”

Om vi skulle undvika att stötta dessa företag med stark kultur så blir det inga billybokhyllor från Ikea eller datorer med operativsystem från Microsoft. Tror de flesta har sett videoklippet med Steve Ballmer när han hoppar runt genomsvettig på deras kickoff-event och skriker ”I love this Company, yeah!”

KLICKA HÄR FÖR ATT SE VIDEOKLIPPET

I Sverige verkar det finnas en gräns för vad som är okej som ligger strax innan videoklippet ovan då vi ofta strävar efter att vara mer lagom. Ett företag som gick över den gränsen fullständigt för ett antal år sedan var Phone House som fick en egen dokumentär på tv som hette ”säljsekten” där de gick på ungdomar på tok för hårt när de skulle sälja telefonabonnemang ute på stan under riktigt taskiga förhållanden (snarare piska istället för morot om man säger så).

Hälsoreligion

En annan rolig sak är när Paolo Roberto sitter i tv och argumenterar kring hälsohets med en kulturell människa som sitter och säger att en cigarett leder till kreativitet. Alla har olika syn på saker och ting.

KLICKA HÄR FÖR ATT SE KLIPPET.

Jonas Colting är min idol. Läs gärna när han liknar crossfit med en sekt på bloggen: ”Det innebär på samma gång att CF har lagt beslag på allt. Och kritiserar man CF så får man frågor om huruvida det betyder att det alltså är dåligt att göra armhävningar, springa fort eller lyfta tungt. Ungefär som när man i matreligiösa sammanhang kapar livsmedel. ”Vi” har tagit avokado! Det är ”vår” grönsak. Det tillhör ”vår” diet!”

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA JONAS BLOGGINLÄGG

Idag blir det lätt en hälsoreligion av allting inom hälsa. Det är i och för sig ingenting fel på något som för människor tillsammans. Tänk på alla som på en rockkonsert står och skriker till någonting de tycker är bra eller för att inte tala om fotboll eller hockey som trollbinder vilka vanliga människor som helst. Vi pratar mer och mer i marknadsföringssammanhang om att promota saker.

”Promote” betyder to make known (att göra känt). Här har du ett val. När någonting är så himla bra så att vi bara måste berätta det för folk så kan det slå över för vissa. Om det finns en hel armé där ute som lyfter produkter till skyarna så är ni väldigt starka men inte om ni pratar om saker som vi inte får prata om. När vi går utanför godkända hälsopåståenden så blir det farligt.

Det finns krafter där ute som inte vill att vi ska nå ut med detta. Så det bästa vi kan göra är att hålla oss innanför godkända hälsopåståenden och inte göra det till en religion. Bygg en säljorganisation och nå ut med produkter. Hälsoreligion inom direktförsäljning eller någon fanatisk kostrådgivare spelar ingen roll – det handlar om kultur, ledarskap och individer.

Frågan är nu vem du väljer att lyssna till. Du kanske inte ska gå till en ekonomisk rådgivare som har ekonomiska problem. Du kanske inte ska vända dig till en kostrådgivare som har hälsoutmaningar. ”Jag har hört att det är få som tjänar pengar på direktförsäljning.” Okej, lek med tanken att du köper en utbildning, exempelvis kostrådgivning. Få som utbildar sig till kostrådgivare kommer att försörja sig på det senare. Är jag emot det? Absolut inte. Tvärt om. Bara bra om fler utbildar sig och blir medvetna om saker. Utveckling är bra.

Du kanske gick den utbildningen för att lära dig saker, inte för att göra karriär. Alla har olika ambitioner. ”Jag kände en kostrådgivare en gång som jag tyckte betedde sig illa, och därför ska jag vara negativ till alla kostrådgivare nu och i framtiden.” Det låter ju rimligt…

Jag pratar om direktförsäljning och argumenterar om att det är en affärsmodell som fungerar. Det kan göra att du förändrar ditt liv. Det är min övertygelse. Det tycker jag är väldigt konstigt att folk inte ska få vara glada och exalterade över det.

Vad jag vill komma till är att det här handlar inte om direktförsäljning. Det handlar om företagskultur.

Ibland hör jag hur folk uttalar sig på negativt sätt om hur vi jobbar inom vår profession och allt det handlar om är bristande kunskap när det kommer till marknadsföring.

”People often say that motivation doesn’t last. Well, neither does bathing – that’s why we recommend it daily.”
– Zig Ziglar

Marknadsföringsregler

Vart vi än tittar i vårt samhälle så finns det fullt av lagar och regler att hålla sig till. Trafikregler är någonting som vi kan använda som en bra liknelse till vad det här handlar om. Vi vet vad vägskyltarna betyder, vi vet vad som är okej och vad som är fel men ändå agerar vi olika. Utan att vara någon paragrafryttare eller moral- tant tänkte jag först belysa hälsobranschen där det blåser väldigt mycket just nu.

De fallen vi har sett den senaste tiden hugger på en viss typ av icke godkända hälsopåståenden. Direkt hälsoutmanande konsekvenser av att konsumera vissa produkter är ingenting jag accepterar, däremot tycker jag ingen ska kasta sten i glashus. Det finns de därute som systematiskt pratar ned ett varumärke för att själv kliva upp och ta plats vilket jag är allergisk emot. Det här har heller ingenting med direktförsäljning att göra även fast media kanske ibland försöker vinkla det så.

Om du jobbar med hälsa som kostrådgivare, terapeut eller står i en hälsokostbutik så är det minst lika viktigt att veta vad som gäller för att inte hamna i blåsväder. Kurera har skrivit en artikel om hur hälsobutiker bryter mot lagen.

KLICKA HÄR FÖR ATT LÄSA INLÄGGET FRÅN KURERA

Forever Living fick mycket negativ kritik i kvällstidningarna för en tid sedan på grund av deras produkt C9. Personligen har jag ingen erfarenhet av den men jag köper en del andra produkter av Forever för att jag tycker dem är bra, precis som jag gärna handlar från personer jag känner som jobbar med Amway, LR, ACN, Young Living och ett par andra företag som tillåter att man handlar produkter som kund utan att vara en del av distributionskedjan.

Det finns människor som fått ett nytt liv tack vare vissa produkter och livsstilsförändringar. Innehållsförteckningar är inte mitt expertområde men jag får känslan av att vi ibland letar fel. Om jag hittat en Shake eller en Bar som för mig funkar väldigt bra istället för att stanna på Pressbyrån, Max eller Mc Donalds varannan dag så tycker jag det är min sak att slippa en trött French hotdog, då det kan vara svårt att hitta kokt broccoli när man är på väg någonstans.

Ofta kan det handla om att folk kritiserar en branschkollega för att lyfta upp sig själv men i förlängningen så sågar du av den gren du sitter på. Pekar du på någon så har du tre fingrar mot dig själv. Det kommer aldrig vara fördelaktigt och det är verkligen inte affärsmässigt korrekt att trycka ned andra för att lyfta sig själv och sitt varumärke.

Regelverk

Om du går ut och pratar om vad olika ämnen gör i kroppen utan någon annan tanke än att just informera så är det värdefull information, men om du går ut och ska marknadsföra en produkt så handlar det helt plötsligt om försäljning vilket kan leda till problem. Du vill bidra till en bättre värld, du har en positiv intention med det du gör, men går du ut och marknadsför en produkt så är det mycket mera känsligt för att i marknadsförandet så blir du partisk.

Enligt myndigheterna så är du en säljare så fort du representerar en produkt eller ett företag som säljer produkter i butik, kundmöten eller på informations-träffar även om du ser dig själv som en informatör. Utmaningen är att förstå skillnaden. Om din ambition är att bringa in mer pengar till företaget eller mer pengar till din egen ficka så är det inte information, utan då handlar det om försäljning. Det du säger behöver vara objektivt och samma sak gäller i mataffären.

Sveriges Radio har i sin serie Matens pris tittat på ett exempel med lykopen i tomater som enligt EU-regler inte får marknadsföras som bättre än andra.

KLICKA HÄR FÖR ATT LYSSNA PÅ DET

Detta ljudklipp är mycket intressant om du vill förstå hur regelverket ser ut idag. SR skriver på sin hemsida: *”För att ett företag ska få använda hälsoeffekter av ett livsmedel i sin marknadsföring måste de vara bevisade i kliniska tester som ofta kostar miljontals kronor att utföra. De här testerna är också dåligt anpassade till färska grönsaker där innehållet inte bara beror på vilken sort man använder utan också på väder och andra odlingsförhållande.”*.

Vidare skriver dem: *”Men den här satsningen är nu nedlagd eftersom det inte gick att sälja tomaterna. De lykopenrika tomaterna gav mindre skördar och blev alltså dyrare.”*

Det är därför seriösa direktförsäljningsföretag refererar till forskning och godkända hälsopåståenden från EFSA (European Food Safety Authority). De godkänner hälsopåståenden på olika ämnen. Det har ingenting med direktförsäljning att göra. Kostrådgivare jobbar med samma sak om de är seriösa. Om du bara pratar om sånt som EFSA har godkänt och håller dig till den informationen om godkända hälsopåståenden så har du ryggen fri att gå ut och bidra till en bättre värld.

Marknadspotential

En del undrar varför det finns hälsoprodukter som innehåller laktos, gluten, fruktos, E-ämnen och annat som det råder delade meningar kring. Det finns alltid företag som vill sälja produkter till varje pris. De tittar på konkurrenternas innehållsförteckningar så funderar de på hur de kan spara pengar när det kommer till tillverkningskostnader om de lägger i det ena ämnet istället för det andra.

Vi konsumenter blir allt mer medvetna om vad vi vill ha så att det skapar en positiv konkurrens på marknaden där vi tvingar företagen att jobba mot bättre kvalité så min övertygelse är att den som sköter sig bäst vinner i längden.

Sedan finns det företag som tänker till. Att få ut en ny produkt på marknaden kräver såklart en strategi. Om vi skulle vara fanatiska, och ta fram en produkt som bara 5% av befolkningen skulle kunna tänka sig att köpa för att de är renlevnadsmänniskor så är det inte säkert att det blir ekonomiskt försvarbart alla gånger beroende på hur målgruppen ser ut.

Just därför väljer en del seriösa direktförsäljningsföretag att ibland först ta fram en produkt som 80% av marknaden mentalt sett skulle kunna tänkas sig att köpa innan de tar fram en produkt som är helt ren för den otroligt medvetne. Innan du dömer ut någon eller något, titta på hur många procent lingon det finns i din lingonsylt eller hur många E-ämnen det finns i ditt bröd eller hur mycket socker det finns i din apelsinjuice.

För egen del behövde jag gå stegvis från vitt bröd och mjölk till en smoothie eller shake på morgonen för jag vakade inte en morgon och helt plötsligt tyckte mer om grönsaker. De flesta håller nog med om att det är bättre att de ta fram en produkt som människor vill ha som är mycket bättre än vad de får i sig idag än att inte göra det. Sedan beror det på vilken skola man gått i om man är emot gluten, laktos eller fruktos. Personligen är jag idag ganska duktig på att undvika alla tre. Vilket företag du än jobbar med har nyheter på gång och jobbar ständigt med produktutveckling så sitt lugnt i båten.

Hälsopåståenden och produktupplevelser

Jag satt på en utbildning för en tid sedan då en av punkterna handlade om att du inte får använda dina egna eller någon annans produktupplevelser som säljargument i hälsobranschen. Så om du blivit av med migrän, fått fart på magen eller blivit av med dina allergier när du tog den där produkten, la om kosten eller ändrade din livsstil så får du egentligen inte prata om det. Om mineralerna du tar gör att du sover bättre för att du hade brist på dem så är det inte säkert att grannen som sover dåligt har samma brist av samma ämnen.

Din huvudvärk kan bero på andra saker än jobbarkompisens och problemet med ”Jag vet att jag inte borde säga det här men jag har faktiskt inte huvudvärk längre och jag tänkte på dig, det är inte säkert det hjälper med det är värt att testa” är att du sår frön, vi kan skapa falskt hopp hos människor vilket vi absolut inte får göra.

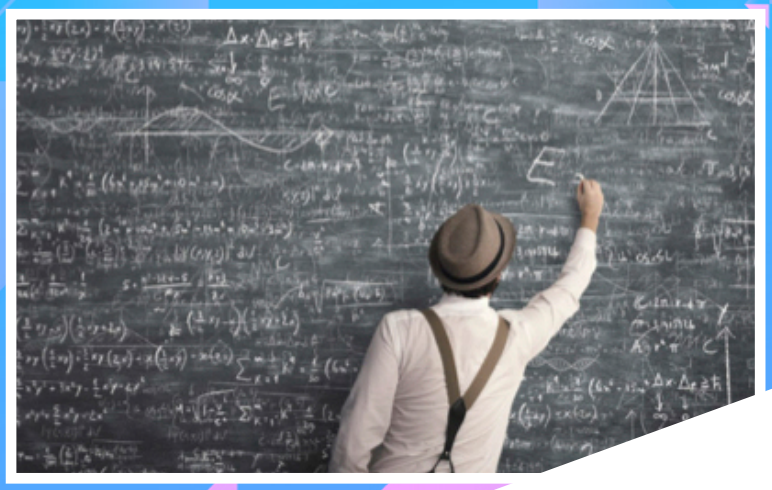
Det finns människor där ute som mår så himla mycket bättre om de slutar med gluten. Det finns människor som skulle må så himla mycket bättre om de börjar gå en promenad varje dag. Det finns människor som skulle må så himla mycket bättre om de skulle börja läsa en bok om positivt tänkande, äta mer broccoli, listan kan göras hur lång som helst.

Det finns hemliga grupper på Facebook som diskuterar produktresultat. Det kan fungera om bara existerande kunder kommer in där men jag använder det inte. Jag har noll-tolerans mot det för rätt som det är så kommer det in någon som inte ska vara där. I bästa fall så är det någon som inte är kund än som blir arg över mirakelpåståenden och i sämsta fall är det en reporter från någon kvällstidning som hittat dit och då blir det skriverier. Frågan är inte om utan när en person av tusentals bestämmer sig för att smutskasta varumärket och det tänker inte jag vara en bidragande orsak till.

Om du har tänkt att bygga det här stort i många år gör det rätt från början. Sunt förnuft. Håll dig till företagets material. Håll dig innanför ramarna för myndigheternas reglerverk. Kroppen kan ta hand om väldigt mycket om den får rätt förutsättningar men låt människor uppleva det själva.

Om du mot förmodan pratar om produktupplevelser eller refererar till böcker eller externa artiklar (vilket man heller inte får göra eftersom det är skillnad på information och marknadsföring) så kan ingen hålla dig om ryggen. Kör du för fort i trafiken och blir stoppad så får du själv ta ansvar för ditt handlande. Bryter du som oberoende partner mot myndigheternas regler så kan inte företaget skydda dig.

Det gäller att vara professionell när det kommer till ditt personliga varumärke. Fundera över vem du vill vara och hur du vill profilera dig som entreprenör inom direktförsäljning.



KAPITEL 20

Faran med att bli expert

Allt eftersom man lär sig saker så har vi en tendens att lägga till saker och ting i vår presentation. Kruxet är att om du varit igång i ett år eller ännu längre så är det omöjligt att lägga till allting du lärt dig på den tiden in i en presentation som kanske ska ta en halvtimma eller en timma. Där har vi en utmaning för vill du bygga stort inom direktförsäljning handlar det inte om att bli expert – utan att bli relaterbar. Det är en stor skillnad.

Om du är en affärskonsult, en coach eller en utbildare i någon form så strävar du säkert efter auktoritet och att bli den som folk ser upp till som en väldigt utbildad och kunnig person. Du vill vara en experten. Handlar det om att du ska bygga upp en direktförsäljningsorganisation internt och du vill inspirera människor till att göra det du gör så behöver folk runna relatera till vem du är och vad du gör. Du behöver bli duplicerbar. Så om din vision om vad du gör med det här verktyget (direktförsäljning) är att du ska bygga väldigt stort då är mitt tips till dig att hålla det väldigt enkelt.

”Underskatta aldrig kraften i enkelheten.”
– Robin Sharma

Saken är om du är en terapeut, massör eller kostrådgivare så kan du säkert skaffa 100 kunder utan större ansträngning tack vare att du träffar så mycket människor som lyssnar till dig för att du är experten. De följer dina råd att bli kund på en hälsoprodukt eller liknande men utmaningen kommer när du ska gå ut och rekrytera människor in i din organisation då de säger:

”Det är lätt för dig att säga, du kan ju det där. Jag är bara en vanlig arbetare, jag kan inte göra det du gör. Jag kan inte relatera till vad du gör, det är ingenting för mig…”

Vad du tror är din största styrka kan bli din största svaghet. Du behöver kunna vara relaterbar och du behöver kunna vara duplicerbar. Självklart ska du dra fördel av ditt kontaktnät och den positionen du har byggt upp på marknaden hittills. Om du är en influencer ska du givetvis börja där. Det jag vill säga är att om du vill bygga stort behöver du från början jobba med att bli relaterbar – För om människor inte kan se sig själva göra det du gör så är du körd.

Du kommer kunna bygga upp en inkomst på några tusenlappar för att du har följare. Du kan ha kunder, du kan till och med ha personer som säger att de vill jobba med det här så de går in för att du är du. De gillar att hänga med dig och de gillar att lyssna på dig för att du kan så mycket.

Jag vill inte bygga en organisation där människor lyssnar till mig för att jag kan så mycket. Jag vill bygga en organisation där tusentals människor bygger sin verksamhet. De lär av varann för att de vill uppnå en frihet. De vill komma ifrån brist och skapa ett överflöd men det kommer aldrig ske om de strävar efter att bli experter. Då blir de lätt den personen som får frågor om saker hela tiden. I’m not your guru – som Anthony Robbins dokumentär på Netflix heter…

Jag pekar alltid på källan till information. Frågar folk mig vad produkten kostar så pekar jag på prislistan. Frågar någon om produkten innehåller gurkmeja så visar jag dem innehållsförteckningen. Om de frågar mig om information under presentationen så pekar jag i materialet vi jobbar med. Jag vill aldrig bli expert.

”Jag säger inte att du ska göra det jag gör. Jag säger att du kan välja att lyssna till varför jag gör det jag gör och sedan fatta ett beslut själv om det är någonting du vill ta efter.”
– Randy Gage

Det här är inte en fråga om rätt eller fel. Jag säger inte att du måste bygga stort. Jag säger att många inte är medvetna om att deras tillvägagångssätt inte leder till något stort. Har du en talang, en förmåga, ett kontaktnät, ett personligt varumärke så är det klart att du ska dra fördel av det men gör allt du kan för att det ska kunna dupliceras.

Vill du bygga en stor organisation som duplicerar sig?

Titta ned i din organisation efter hur många ledare som är självgående. Hur många har du personligen hjälpt till att bli självgående? Det säger en del om hur din verksamhet kommer att se ut om ett år, två år tre år osv. Hur många presentatörer har du ute på fältet som varje vecka sitter i möten? Det talar om hur din verksamhet egentligen mår.

Ditt personliga varumärke inom direktförsäljning

Direktförsäljning är en effektiv affärsmodell för att få ut produkter på marknaden. Det skapar stora möjligheter för vem som helst att vara med att bygga upp en organisation. Marknaden har gått över mer och mer till produktfokus för att provisionspengar ska komma från kunder som köper produkter för att de vill ha produkter. Koncept där kunder som blivit distributörer och köper hem saker i hopp om att tjäna pengar kommer inte att överleva myndigheternas regelverk.

Träffar du någon som jobbat med direktförsäljning förut som letar efter något är det inte säkert de i första hand tittar på produktutbudet. Mer sannolikt så letar de efter rätt typ av mentorskap och en sund kultur i en organisation de kan stå för. De letar efter ledare med integritet och karaktär. Talang är en gåva men karaktär är ett val. En ledare är den person människor väljer att följa.

Kevin Thompson menar att de seriösa företagen gör vad de kan när det gäller en hälsosam balans mellan produktförsäljning och rekrytering. De kommer att bli ännu mer noga med att betala ut pengar för rätt saker. Det kommer att fokuseras ännu mer på att ta fram utbildning i form av material som böcker, audio och video för att kompetenshöja organisationen.

Företagen kommer att titta närmare på sina produkter och investera i produktutveckling för att skapa mer värde på marknaden. Du som distributör behöver ta nya steg i utvecklingen, eller rättare sagt gå tillbaka till grunderna beroende på hur du ser det.

Att satsa på mer utbildning i organisationen leder till bättre beteende, fler kunder, högre förtroende på marknaden, attraktion av rätt typ av distributörer. Återkommande inkomst som vi pratar så mycket om betyder att du inte behöver börja om. Ska du pantsätta hela ditt förtroendekapital i ett varumärke som du ska representera kan det vara bra att vara riktigt säker på att du valt rätt. Du kan inte göra en snabb resa i en uppbyggnadsfas och sedan inte ta hand om organisationen. Det handlar om relationer. Det handlar om att bygga en verksamhet i många år. Det är det du är här för. Du vet att det här är ditt livsverk.

Randy Gage brukar prata om att du vill skapa en kultur i din organisation som andra vill vara en del av. Du som jobbar med direktförsäljning jobbar med attraktionsmarknadsföring. Om du är ärlig och bryr dig om människor kommer du att attrahera likasinnade och då kunna gå hela vägen.

Ditt varumärke handlar om hur människor uppfattar dig. Vem du är och vad du står för. Hur du kommer att bli ihågkommen har allt att göra med ditt agernade idag. Fundera på hur du vill att människor ska uppfatta dig. Fundera på vem du är och vem du vill vara. Ditt agerande skapar ditt varumärke. Ditt mentala visitkort. Hur vill du att människor ska komma ihåg dig om 50 år?

”Beslutsamhet handlar om att göra de saker du lovat dig själv att göra långt efter känslan du hade när du lovat dig själv att göra det har lämnat dig”.
- George Zalucki

Disciplin är inte mer mystiskt än att säga att du ska göra en sak och sedan göra det. Bestäm dig för någonting, skriv in det i kalendern på en dag och tidpunkt och sedan när dagen kommer så gör du det som står där. Enkelt att göra men lätt att inte göra. En god vana är svår att skapa men enkel att leva med. En dålig vana är enkel att skapa men svår att leva med. Det beror på hur du vill att livet ska se ut i morgon, vad du har för visioner och vad du vill ha för livsstil i framtiden.

Människor vill ha dig i sitt liv om du bygger med hjärtat. Dale Carnegie skriver i sin bok Hur du vinner vänner: ”Människor bryr sig inte om hur mycket du vet förrän de vet hur mycket du bryr dig om dem”. Bygg din organisation som du bygger din vänskapskrets, för det är det du gör. Din organisationskultur ska vara så stark så att om företaget skulle försvinna så skulle du ändå ha vänner för livet.

Ditt företag har ett välutvecklat system som alla kan följa. Använd det material som företaget tillhandahåller. Randy Gage menar att om det är någonting du känner att du inte kan stå för så ska du lägga ned. Byta företag eller byta organisation. Hur mår du om 10 år om du fortsätter gå emot din magkänsla?

Du måste vara ärlig mot dig själv och andra. Du måste ha systemet och supporten med dig för att kunna gå hela vägen. Du måste kunna jobba med människor som finns där.

Han säger också att en del människor inte vill plocka bort egot ur ekvationen. De vill alltid bestämma att de själva ska stå längst fram i konferenslokalen som en guru och inspirera andra. De vill skapa sitt eget presentationsmaterial. De vill visa hela världen att de kan lyckas bättre än alla andra med det här men det är ett stort misstag. Grundtanken med direktförsäljning är att bygga en organisation som kan ta efter och duplicera samma tillvägagångssätt som de som trampat stigen före.

Om det är du som står där framme varje gång så kommer ingen annan våga gå fram. Om du tar fram eget material som du uppmanar människor att använda så talar du samtidigt om att företagets egna material inte duger. Du skjuter dig själv i foten. Du får inte ens skapa eget material och sannolikt känner du inte till alla marknadsföringsregler du måste följa vilket kan skapa ännu mer problem för dig och människor runtomkring dig.

Om direktförsäljning ska ta det sista steget till allmän acceptans som en kraftfull affärsmodell måste ledare i vår profession stå upp för det. De måste tro på principerna om integritet och ärlighet. Bygg ditt personliga varumärke på rätt värdegrunder. Det finns inga genvägar till att göra det rätta.

Patric Nilsson

KAPITEL 21

Promota events

Patric Nilsson

När jag var helt ny och fick höra det här begreppet promota events första gången så visste jag inte riktigt vad det innebar... Jag förstod i alla fall på alla människor runtomkring att våra event var viktiga för att vi skulle få utbildning.

Senare fick jag till mig av **Tim Sales** att promota betyder ”to make known”. Att göra känt. Att informera om. Att marknadsföra. Det handlar om att marknadsföra eventen! Sälja eventbiljetter. Sälja är ju någonting som de flesta backar på, ryggar tillbaka för men det handlar ju om att förklara värdet av att vara på en utbildning för att förstå vad det är du gör på fältet.

Alla säljer vi saker precis hela tiden. Vi säljer in omständigheterna varför vi inte ska göra si eller så. Vi säljer in vilken lunchrestaurang vi ska äta på. Vi säljer in till vår respektive vad vi ska göra och inte göra. Vi säljer vår tid till vår arbetsgivare även fast jag jobbade på industrigolvet sålde jag in min tid till min arbetsgivare (alldeles för billigt och du frågar mig...).

Promota eventen är essentiellt. Du kan inte bygga en stor verksamhet om du inte promotar event. Jag tänkte bara förklara vad det egentligen handlar om för direktförsäljning historiskt sett... Om du jobbade med det här för 50 år sedan – då var det mer likt en franchise-tagning precis som du öppnar en kosttillskottsaffär. Du köpte hem ett lager med varor för kanske 50.000kr..

Det var normalt. Det var inget konstigt. På den tiden. Sen skulle du försöka sälja de här grejerna och investerade du den typen av pengar var det inte konstigt att du ville ha utbildning i vad du höll på med. Det blev en annan nivå av seriositet för att du ville verkligen att det här skulle bli någonting om du gått in med den typen av kapital.

Investera i din verksamhet

Om du gått in med ett par miljoner i en franchise så är det inte valfritt att åka på utbildning. I vissa fall kan det handla om ett halvår i USA – not optional (inte valfritt). Frågan är hur seriöst du tar din verksamhet. Sedan vet jag att vi inte skulle rekrytera så många om det krävdes att vi var på utbildning flera månader efter att vi betalat miljoner för att starta. Jag vill bara förklara värdet av att verkligen lära sig förstå vad man håller på med.

För 50 år sedan kunde som sagt ett startpaketet kosta 50.000 kr och utbildningen var inte valfri. Om du gick in då utan att köpa på dig ett lager med produkter så fick du ett ”lycka till” och fick ringa den dagen du ångrat dig och ville beställa lite grejer. Det är mer eller mindre omöjligt att bygga utan att ha provat produkterna.

”Ring den dagen du bestämmer dig för att bli professionell för då först kan vi hjälpa dig...” – var var inte helt ovanligt bemötande säger de som var med på den tiden. Idag startar du på en gratislicens och har valet att plocka hem produkter för några tusenlappar. Ju mer grejer du har hemma ju bättre utgångsläge har du givetvis.

Inte för att du ska sälja innehållet i paketet nuförtiden utan för att du ska testa av grejerna själv och låna ut eller dela ut varuprover för att personer i din närhet ska få testa av dem. Extremt värdefullt. Utan varuprover – inte alls samma resultat. Du kan även i det läget låna ut grejer till nya i väntan på att de får hem sina så kommer igång snabbare. Det är onekligen ett tecken på seriositet att du rustat dig med grejer så att du kan göra den här resan på riktigt. Ambitionen styr.

Utbildningar

Det finns ett uttryck som heter GPA – Gå på allt! Åk på alla utbildningar! ”Du ska dra igång en verksamhet som kommer kunna ge dig 100.000 i månaden eller mer om du har ambition och gör jobbet men du tänkte inte utbilda dig?

Jag åkte på alla event när jag var ny. Då åkte jag på 3 internationella event nedåt Europa per år. Sen åkte jag på event flera gånger i Sverige varje år. Jag la säkert 50.000 per år på resor, hotell, eventbiljetter och andra omkostnader. Det är säkert ingenting du måste göra idag. Vi har byggt upp en infrastruktur som är extremt effektiv i Sverige.

Jämförelse

Låt oss jämföra med människor som skaffar sig en vanlig utbildning. De som bestämt sig för att plugga vidare, de pluggar vidare i 5 år och har tagit lån från CSN på några hundratusen för att göra det. Säg att du ska bli läkare. Jag vet inte exakt men jag tror jag räknar lågt om vi säger att du vaknar med ett lån på 300.000kr efter minst 5 år. Du har gått back 300.000kr innan du har börjat jobba för att du valt att skaffa dig en utbildning. Det är normalt idag. Varför tror du att du ska dra igång med den här verksamheten utan att utbilda dig?

Du behöver sätta dig in i saker! Tänk om du skulle köra 5 år. Inte ”break even” utan 300.000kr minus efter 5 år. Nu är det sällan folk gör så i direktförsäljning för antingen går de ”break even” på några månader om de gör det de lovat sig själva att göra eller så slutar de efter en tid när de tycker att det går trögt. Det ger dig lite perspektiv.

Gör du rätt saker i 5 års tid så kan du ha byggt upp en inkomst på 100.000kr i månaden efter 5 år. Jag har flera personer i min organisation som startade för 5 år sedan och idag passerat den inkomsten. Inga konstigheter om du gör det du lovat dig själv att göra. Om du åker på utbildningarna – för utan utbildningar kommer det sällan något resultat.

Vad kostar utbildning om du vänder dig till ett utbildningsföretag?

Ta Success Resources. Ett av världens största utbildningsföretag – kanske det största, vad vet jag. De flesta stora gurus du känner till ligger under deras paraply. Anthony Robbins exempelvis. Vi var på vårt första Anthony Robbins-event 2008.

Vi flög till London, vi betalade flyg, boende, mat och andra omkostnader utöver de 8000kr som biljetten kostade för helgen. Det var bara första steget. Nästa steg kostade 35000kr. För en helg. Endast biljett. Exklusive flyg, boende, mat och omkostnader. Vad är ett event värt? Deras filosofi är att du lär dig på några dagar vad de flesta inte lär sig på alla år i skolan. Gällande hur du kan bygga ditt liv, hur du kan tänka kring rikedom – inte bara pengar. Ett rikare liv.

Vi köpte den kursen och åkte på den. Sedan dess har jag gått flera liknande utbildningar utomlands och i Sverige. Vad är utbildning värt?

– Det beror på vad du gör med det. För mig var det ALLT! Utan all utbildning jag investerat i skulle jag inte vara där jag är och ha de resultaten jag har. Saken är att om du sitter och funderar på om du ska åka på utbildning eller inte. Okej – vad vill du göra med det här? Hur gärna vill du bygga upp det? Tycker du det här är en rolig grej eller tycker du det här är en trevlig hobby? Helt ok. Åker du på event för att bli lite inspirerad så ör det helt ok! Du är välkommen. Jag vet de som stannar hemma för att ”det är lite mycket nu”… Hur det kan vara både ”lite” och ”mycket” vet jag inte men… det är ett val! I så många andra organisationer är det ”not optional” … det är essentiellt. Det är inte valfritt. Du får inte välja. Om du inte utbildar dig så är det ingen idé.

Vi som ledare
Det är svårt att jobba med människor som inte utbildar sig – som har fel attityd till lärandet. Jag hörde en person en gång som sa ”du kan ju ta anteckningar och gå igenom det med mig när du kommer hem?” – Den personen hade fel attityd till lärandet. Den personen ville kräva av mig att jag la timmar av mitt liv på att återberätta vad jag hade lärt mig på en utbildning. Varför skulle jag göra det när personen lika gärna skulle kunna sitta bredvid mig på utbildningen?

Som ledare är vi alltid på talangjakt. Det viktigaste egenskapen vi letar efter är hunger. Eller för att citera min mentor Örjan: ”Agressiveness!” När du är aggressivt hungrig & törstande efter kunskap. Vilja är bra. Hunger är bättre. Det är vad vi letar efter. Någon som har viljan är jag beredd att investera hur mycket som helst i. Tid, energi, pengar. Den här världen behöver fler ledare. Hur gärna vill du det här? Du kan revolutionera ditt liv om du väljer att gå för det.

Många människor har på ett år byggt upp en inkomst som de skulle kunna leva på! Några har på några år byggt upp en inkomst på dubbelt så mycket som genomsnittet eller mer! Jag ser bara så många fördelar med att jobba såhär jämfört med allting annat jag sett i hela mitt liv.

Jag brinner för den här verksamheten och jag kommer jobba med det i resten av mitt liv. Det finns ingenting som kan matcha. Det här är det grymmaste jag sett och vill du vara med på den här resan – åk på utbildning. Det finns ingenting som kan jämföras med den här karriären!

Tillbaka till ”betala priset”

Då kommer vi tillbaka till det här med betala priset. Många säger ”Jag har inte råd men jag skulle så gärna vilja…” eller ”Det är inget fel på min attityd – jag har bara inte råd.”

Okej?

Jag vet hur det känns att inte ha pengar. Jag vet hur det känns att maxa sitt kreditkort. Jag vet hur det känns att släpa med räkningar i månader... Jag vet hur det känns att få SMS av en konsultfirma som vill hämta min bil för jag inte betalt leasingen på flera månader. Jag vet hur det känns att... Jag skulle kunna fortsätta...

Jag vet att det handlar om prioriteringar och ja... Jag har ingen familj så jag har bara mig själv att äventyra men saken är att i min värld var det inte riskfyllt! I min värld var det en investering som säkerställde att framtiden såg ljusare ut!

"Att sitta hemma och krampaktigt hålla fast i det du har är det mest riskfyllda du kan göra."
– Patric Nilsson

Att göra någonting mer är det säkraste du kan göra!

- Så vad har du i förrådet som du kan sälja
- Hur kan du tjäna lite mer pengar?
- Kan du jobba övertid så att du får ut mer?
- Kan du låna pengar någonstans ifrån?
- Kreditkort? Banklån?

Jag är ingen "Big fan" av konsumtionskrediter. Jag har själv gått den vägen när jag hade dåliga vanor. Spenderingsvanor. Det är stor skillnad på investering och konsumtionskredit. Den ena äter upp dig den andra sår ett frö av ditt framtida överflöd. Det skapar förutsättningarna för att bygga en generativ ekonomi.

En gång när jag skulle förklara för min sponsor Fredrik att jag inte hade råd att åka på nästa event fick jag en CD-skiva av honom. Ja det var innan storytel. Innan det var det kassettband.

Jag fick lyssna till en man som senare blev en viktig mentor på flera sätt Mr. Randy Gage. Han pratade om vikten av att åka på event. Han förklarade vad han gjorde för att komma iväg och utbilda sig. Han förklarade att detta var fullständigt avgörande för hans framtida karriär. Han var tvungen att sälja möbler för att komma iväg på event.

Han frågade: *"Har du sålt din säng än?"*
Då är det så himla lätt som svensk och skratta lite och säga: *"Ja men..."* inga men! Hur gärna vill du det här? - Sa han i slutet på talet... *"Om du tänkt att göra det här men du inte får ihop pengarna – sälj din tv!"*.

Jag stod i en situation precis då när jag hade tagit ett banklån och köpt en bil, maxat mitt kreditkort, jag hade en ny lägenhet. Ny telefon. Nya möbler... Jag var inte i position att kunna åka. Jag sa att jag inte hade råd. Jag lyssnade på Randy och han sa *"Sälj din tv."* Jag hade en ganska ny widescreen (tjock-tv) så jag sålde den och köpte flygbiljetten för ett par tusenlappar och eventbiljetten som låg på närmare 3000kr. Det var inte till Stockholm vi skulle utan Köln – Tyskland.

Hur hungrig är du?

Det är det de handlar om. Så är det någon som säger *"Nu låter Patric så hård... Ska det vara på det viset så stannar jag hemma."* – Visst gör det. Jag är inte här för att bli omtyckt. Jag är här för att hjälpa dig att få resultat. Jag vill inte att du springer vansinnigt mycket snabbare än vad du klarar av men utbildningarna är viktiga. Jag vill att du åker på event!

Funkar det inte så funkar det inte men jag vill att du gör allt du kan för att ta dig iväg. *"Jag kan inte sälja min TV för då har inte ungarna något att titta på barnprogram på..."*
– Jag fattar det... men har du någonting i garderoben? Någonting i garaget? Någonting på vinden som du klarar dig utan som du kan sälja av föra att få råd med en eventbiljett? Finns det en vilja så finns det en väg.

Hur gärna vill du förändra din framtid?

Är du hungrig så finns det lösningar. För att få någonting annorlunda behöver du göra någonting annorlunda. Ta ett beslut. Bryt mönstret. Agera!

"Idag är ett unikt tillfälle att dra ett streck i sanden, kliva över och säga: Nu ska jag förändra mitt liv".
– Patric Nilsson

AVSLUTNING:

BORDE ALLA JOBBA MED DIREKTFÖRSÄLJNING?

Det är ett färdigt koncept. Systemet och materialet finns där. Supporten på kontoret jobbar heltid med att hjälpa alla som jobbar på fältet och deras kunder med alla funderingar som inte är en utbildningsfråga. Många människor blir attraherade av tanken på att allt är på plats. Nyligen fick jag frågan om alla borde jobba med direktförsäljning...

Det finns olika typer av människor. Om du inte behöver vara pionjär, komma på och göra allting själv utan du kan tänka dig att lägga ut (outsorce) vissa saker och koncentrera dig på kärnverksamheten (möten, möten, möten) så kan direktförsäljning passa utmärkt för dig som entreprenör.

Det enda som egentligen skiljer sig ifrån att vara franchise-tagare är att du inte betalar någon direkt licensavgift och i moderna direktförsäljningsföretag binder du heller inte upp något kapital eftersom du inte bygger lager utan företaget skickar ut produkterna direkt till kund.

Du har en hel stab av mentorer som har ett ekonomiskt intresse av att det går bra för dig. Du kan se dem som kostnadsfria konsulter som kommer att lära dig, coacha och vägleda dig dit du vill resultatmässigt. Det finns alltid begränsningar i strukturen som gör att den som gör mest är den som tjänar mest vilket innebär att det inte handlar om att vara först vilket verkar vara något en del har fått för sig.

Naturliga ledare som gärna ingår i en befintlig organisation brukar kallas för intraprenörer. En bra definition finns bl a på Ekolek – Svenskt Ekonomilexikon.

”En person som kan liknas vid en entreprenör det vill säga en företagsam och nyskapande person. Till skillnad från en entreprenör är intraprenören verksam inom en organisation, ofta ett större företag, istället för att driva eget.”

KLICKA HÄR FÖR ATT KOMMA DIT

Det spelar ingen roll hur bra någonting är. Alla har vi träffat människor som inte har någon ambition. Om det är bra människor som startat ett bra bolag som har ett bra system så finns egentligen förutsättningarna. Det ska såklart finnas bra produkter, möjligheten till bra kompensation och bra ledare som kan hjälpa till (valfritt att byta ut ”bra” mot vilka superlativ du önskar). Nu handlar det om dig.

Vad vill du?

Jag tror inte alla som köper en gitarr siktar på att bli rockstjärnor. Tror heller inte att alla som köper en golfbag full med klubbor har ambitionen att bli proffs. Alla siktar inte på toppen. Det finns så många som är ute efter att tjäna några extra tusenlappar samtidigt som de får träffa positiva människor, gå på föreläsningar och lära sig nya saker.

Alla borde inte jobba med direktförsäljning men saken är att vem som helst med rätt attityd till lärandet kan göra det. Det spelar ingen roll vad som står på ditt CV eller vad som står på ditt UC. Finns viljan där så är direktförsäljning ett fantastiskt sätt att driva företag på.

BONUSKAPITEL:

DET SPELAR INGEN ROLL

Det spelar ingen roll hur bra det du har att visa är om ingen får reda på det! Tänk dig att du får en möjlighet att sälja lotter med vinst varje gång. Du får bara prata med dem du skulle vilja ge möjligheten att vinna. De flesta skulle nog tycka att det var enkelt och låta de själva bestämma om de ville köpa något eller inte.

Lika enkelt är det egentligen att låta någon titta på vad du jobbar med och låta de själva bestämma om de tycker det låter intressant. Ibland får jag höra invändningar som ”Jag tror inte hon är intresserad” eller ”Jag tror inte han har tid” men varför inte låta personen själv ta det beslutet?

Ofta får jag höra i coachning med människor att de behöver träffa personen först, ta en fika, äta lunch med personen för att på något sätt intensifiera kontakten innan de visar en verksamhet för dem så att de inte plötsligt tror att det är just därför de vill träffa dem – Även om det är just därför du vill träffa dem, för att de ska få möjlighet att titta på vad du gör. Det här är med största säkerhet duplicerat från upline-kedjan, dvs mig själv och jag tänker vända på det perspektivet nu.

”Bli inte besviken på resultaten du inte fick av aktiviteten du inte gjorde.”
– Kommer inte ihåg vem längre så du kan citera Patric Nilsson

Jag tror att vi är onödigt rädda för att säga varför vi är där och vad vi vill visa. Bakåt i tiden har det varit så mycket ”försäljning” men saken är den att vi letar efter pedagogiska människor som vi kan lära hur de gör en kort presentation. Det spelar ingen roll alls vad de har för yrkesbakgrund men det handlar inte primärt om försäljning i mina ögon. Försäljning handlar försäljning. Rekrytering handlar om rekrytering – en process.

Det handlar om att vara pedagogisk nog att dela med dig av information som du tror att den andra personen är nyfiken på att titta närmare på. Själva säljet kommer högst troligt i ett senare skede om det handlar om rekrytering. Få människor skriver anställningsavtal på första anställningsintervjun.

Bakåt i tiden så har direktsäljare eller nätverkare (speciellt om vi tittar på mlm-företagen) sålt startpaket genom att gå in i ett möte, tala om hur fantastiskt detta är. Hur enkelt det är och hur mycket pengar de ska tjäna utan att göra någonting. De ”sålde på” människor möjligheten.

Idag ser jag tack och lov i de seriösa bolagen en helt annan typ av kultur. Samhället går snabbare. Attention spam på sociala medier och annat gör att folk fattar beslut snabbare men rekrytering är fortfarande och har alltid varit en process. Om vi respekterar det så kan vi göra som någon sa ”Go slow to go fast”.

”Give me six hours to chop down a tree and I will spend the first four sharpening the axe.”
– Abraham Lincoln

Med det är det inte sagt att det ska ta mycket längre tid. När människor är redo kan det gå mycket snabbare när de väl sätter igång. Då är det ju bra om du initialt har visat vad det är ni ska göra så att inte själva den delen tar lika lång tid innan det är dags.

Jag var också den som ville fika med människor fem gånger innan det var dags att ha något möte. Jag har tänkt om. Jag vill visa vad det är jag gör och antingen går vi vidare i processen direkt eller så kan vi titta närmare på det längre
fram. Om de inte går vidare är det bara att hålla kontakten. Skicka en GIF i messenger om du tänker på dem. Ta ett kort någonstans där du tänker på dem och skicka över. Bygg relationen över tid. Vissa människor bestämmer sig ganska snart. På presentationen eller efter en uppföljning startar säkert 2-4 av 10 oavsett hur erfaren du är.

3-4 av 10 är de som inte bestämmer sig. De vill ha tid. De säger egentligen inte nej heller. De kanske säger nej för nu men det är aldrig ett nej. De ser inte att de ska göra det här just nu men om du bygger relation med dem över tid så kommer de tids nog att komma tillbaka till dig om du har behandlat dem väl – för när skilsmässan är ett faktum eller de får sparken från jobbet... De byter jobb, byter boende, byter sambo. Går ihop, går isär – Då tänker de att "just det.. det där skulle passa ganska bra nu.. för jag skulle vilja ha någonting mer"

- Jag skulle vilja ha något mer positivt i mitt liv.
- Jag skulle vilja ha mer ekonomi
- Jag skulle vilja ha kollegor!

De kommer att tänka på dig om du har byggt relationen starkt. Det är ingen strategi – det är ett sätt att leva! Att behandla människor på ett vettigt sätt. Håll kontakten med människor. För det spelar ingen roll hur lång tid det tar för när de är redo så finns du där.

Det klart att de ska jobba med dig av alla människor. När de känner att det är dags även om de inte hade en aning om det första gången de träffade dig eller när de såg presentationen. De trodde aldrig att det skulle bli intressant men helt plötsligt så vill de ha in några extra tusenlappar eller plötsligt så fick de loss en massa tid och tycker det verkar jätteintressant.

Helt plötsligt så vill de göra karriär för att livet har förändrats och då finns du där. 3 av 10 kommer aldrig att göra det. De är inte intresserade och de kommer aldrig bli intresserade – men du har ju aldrig en aning om vilka de är. Du måste ju träffa alla 10 av 10 för att veta vilka 2-4 av 10 som skriver in sig, vilka 3-4 av 10 som du får "Go slow to. Go fast" med. Behåll relationen. Ta en promenad med folk ibland. Ta en lunch. Ta en fika. Gå på en föreläsning. Vi jobbar med människor.

Relationsmarknadsföring.

Så om du hade en lott med vinst varje gång och du fick sälja till hur många du ville – vilka skulle du nu direkt vilja ge möjligheten då att vinna? Prata bara med dem som du skulle vilja ge möjligheten att vinna – och låt de bestämma om de vill köpa en lott eller inte. Det beslutet har inte du med att göra. Du kan bara visa dem möjligheten. För det är ditt jobb att exponera materialet vi sitter på. Beslutet får de själva ta. Sen följer vi upp människor, vi tar med dem på hotellmöten. Vi informerar de som vill veta och vi utbildar de som vill köra.

Om inte nu – när? Om inte du – vem?

Jag har bestämt mig. De närmaste 90 dagarna ska jag fokusera 100% på att expandera teamet med egna kontakter. Jag ska gå in i en rekryteringsprocess med ett tempo jag aldrig tidigare haft. Allting fram till idag är historia – ditt genombrott ligger framför dig om du väljer att tro på det. Det är nu det riktiga lyftet kommer!

CHECKLISTA:

TILLBAKA TILL FRAMTIDEN

Patric Nilsson

Tittar vi in i framtiden så tror jag vi kommer se en hel del förändringar jämfört med hur direktförsäljning går till idag. Här kommer några punkter du kan se som en checklista för framtiden som jag är övertygad om:

1. Företagen och organisationerna som inte jobbar med personlig utveckling och ekonomi genom sitt ledarskap förlorar.

Företag som inte utvecklas kommer inte hänga med i utvecklingen. Företaget behöver utbilda organisationen inom personlig utveckling, ledarskap & ekonomi. För oss på fältet är det de som utbildar sig som vinner. Växter du inte så dör du. Vill vi att vårt team ska växa måste vi växa.

2. Online kommer växa kraftigt!

Fler och fler börjar utforska möjligheterna med att jobba på sociala medier.
- Du sparar tid då du behöver inte flytta dig från punkt A till punkt B.
- Du har bara möten (zoom) med kontakter som är intresserade.
- Prospektering blir effektiv då du kan prata med fler personer på kortare tid.
- Det blir enklare att få till ett flöde och följa upp systematiskt eftersom du utnyttjar kraften i plattformen - exempelvis Facebook.

”Innebär detta att vi ska spamma ut våra varumärken eller lägga ut inlägg om att vi söker folk till bolag XYZ i diverse grupper på fb? ”

Absolut inte! Att jobba online handlar minst lika mycket som offline om relationer. Det skulle vara som att ställa sig på torget med en SJ-pall full med presentations-material och med megafon skrika ut att här finns det pengar att tjäna - för att det skulle kallats att jobba offline. Med sunt förnuft kommer du långt!

Även om du effektiviserar din verksamhet med att jobba online kommer du tappa en massa kontakter och möjligheter om du inte sätter relationen i första hand! Var genuin, personlig och 100% äkta när du lägger ut saker på sociala medier! Ett inlägg på din tidslinje som du kopierat av någon annan ser inte bra ut och får motsatt effekt! Det blir bara pinsamt när folk ser originaltexten postad av någon annan tidigare än när du postade ditt inlägg.

3. System och automatisering växer exponentiellt in i framtiden och de bolagen som inte satsar på ”tech” blir överkörda.

Här kommer det hända så otroligt mycket de kommande åren och det gäller för företagen att hänga med i utvecklingen.

• Webshop - Alla handlar online och produkter skickas direkt till kund.
• App för utbildning - Seriösa företag jobbar givetvis med att ständigt kompetenshöja organisationen och utnyttjar tekniken fullt ut.
• Universitet via backoffice - Utvecklingen möjliggör att företagen kan ge oss på fältet mer och mer grundutbildning via video direkt från vårt digitala kontor.
• Fler digitala verktyg - Det blir svårt att föreställa oss hur framtiden ser ut om några år när det kommer till teknik och det är därför jag tagit hjälp av de bästa i världen för att lära mig det här så jag sedan kan hjälpa andra.

4. Vi kommer se större skillnad på seriösa och oseriösa bolag.

Vi ska utbilda marknaden om vad det här är och hur det fungerar. Det kommer alltid finnas bedragare där ute och anledningen till det är att folk inte ser skillnad på ett affärssystem och ett olagligt spel med pengar. Oftast handlar det om att folk inte förstår pga brist på utbildning.

Håll dig borta från alla dessa ”passiva inkomster”-grupper på Facebook som de som inte vill göra jobbet postar inlägg i. Kryptovalutor, coins, tradingbotar och lotto (ja du läste rätt även om det är monopol på spel i Sverige vilket lotteriispektionen kan intyga...).

Det är bedrägerier som aldrig har fungerat över tid men så länge det finns människor som vill bli blåsta så kommer de fortsätta finnas där ute. Pengarna du betalar in betalas ut till någon annan. Håll dig borta. Man blir som man umgås och tro mig, du vill inte bli inblandad i några pyramidspel.

Vi kommer bli betydligt fler som utbildar marknaden om vad direktförsäljning handlar om och inte handlar om. Du som läser det här har positionera dig extremt bra för att vara med på det. Du är villig att utbilda dig för att sedan utbilda någon annan. Tillsammans bidrar vi till ett bättre företagsklimat i direktförsäljningsdjungeln.

5. Vår "community" växer ännu starkare.

Det handlar om gemenskap. Vi är beroende av varandra. Oavsett om det handlar om familj, idrott, religion, politik, musik eller en båtklubb så bygger vi en kultur som människor vill vara en del av. Vi är beroende av att tillhöra någonting. Vi behöver känna att vi tillhör någonting större.

Det är hela nyckeln. Det är det viktigaste av allt. Gemenskapen kan lära dem allt. Varför vi gör saker, hur vi gör saker, värdegrunder, vart vi är på väg. Vi brukar prata om att vi sitter runt lägerelden, alla får plats, alla får vara med så är det upp till var och en vad man vill göra. Communityn är det viktigaste av allt i en organisation i direktförsäljning och det kommer bli ännu viktigare in i framtiden. En förutsättning för att du ska kunna bygga en organisation som finns kvar över tid.

Bygg eller välj en community i ett bolag med en kultur du trivs i och med mentorer som kan hjälpa dig, som vet hur du känner, som finns med hela vägen. Bygg långsiktigt! Tänk 10 år. Varför inte 50 år? Ha en vision om att bygga en organisation som finns kvar långt efter dig - om 100 år eller mer! Vi är i behov av att tillhöra. Vi bygger en gemenskap i en vinnande kultur. Det är en av våra starkaste drivkrafter - Att tillhöra något större. Vi bygger något större!

Den communityn eller plattformen vi bygger inom direktförsäljning kommer bli hur stort som helst. Det här är bara början. Allting fram till idag har bara varit förberedelser. Vi är pionjärer i världens i särklass mest spännande profession. Låt oss starta en revolution...

Avslutningsvis vill jag tacka dig för att du läste den här boken.

Jag hoppas vi ses på fältet.

Med vänliga hälsningar,

Patric Nilsson