

**А л е к с а н д р  
С и н а м а т и**

**ЖЕНЩИНА,  
КОТОРАЯ  
ЖИВЕТ**

**2**

**М о с к в а  
2 0 0 5**

**УДК 339.1**  
**С38**

**С38 Александр Синамати**  
Женщина, которая Живет – 2. – М., 2005. – 160 с.  
ISBN 6-00118-002-5

Контакты для оптовых покупателей:  
**sinamati@mail.ru**

**ISBN 6-00118-002-5**

© Александр Синамати, 2005

*Моей любимой жене Маше,  
надежной хранительнице семей-  
ного очага.*

## **ОТ АВТОРА**

---

Четыре года назад, когда вышла в свет первая часть «Женщины...», я, как и любой автор, конечно, надеялся на то, что книга понравится читателям, но то, что ее ждет такой грандиозный успех, я и в самых смелых своих мечтах представить не мог. Книга разошлась огромными тиражами и стала без преувеличения народным бестселлером. «Эта книга про меня» – такие отзывы я слышал от многих читательниц. «Благодаря этой книге я приглашаю людей в наш бизнес», – рассказывали мне дистрибьюторы разных компаний. «Ну, и когда же будет продолжение!?» – требовали читатели, которые хотели узнать, как дальше будут развиваться события в жизни главной героини. И я, конечно, не мог не пойти им навстречу и написал вторую часть книги. Очень надеюсь, что ее ждет не меньший успех.

Желаю удачи.

## Глава первая

---

В воскресенье мы ходили на день рождения к Ирине – старшей сестре мужа. Я к ней очень тепло отношусь несмотря на то, что она долгое время пыталась (и продолжает это делать) учить меня, как заботиться о своем маленьком братике – моем муже. Ну, тут уж ничего не поделаешь – инстинкт старшей сестры. Так что подарок я ей выбирала от души – купила самый дорогой набор нашей косметики. Вообще, с тех пор как я стала работать в компании, я избавилась от вечной проблемы – «что подарить». Ассортимент у нас огромный, так что подарков хватит на долгие годы. Ну, пришли, поздравили, расцеловались, сели за стол. Народу у них было на этот раз немного – в большинстве своем старые знакомые, много лет знаем друг друга. Но и новые лица тоже были: во-первых, Иринин сын Сережа привел свою девушку Нину; я еще поохала, как же время бежит, еще недавно Сережка с моим сыном в летний лагерь вместе ездили, а вот уже с девушками встречается. Симпатичная такая девчонка. Еще был очень импозантный мужчина моего возраста или чуть старше, который назвался Иннокентием, как потом выяснилось, это был двоюродный брат Игоря, Ирениного мужа; ну и еще один новый персонаж за столом присутствовал. Звали эту мадам Вероникой, и вот она-то мне сразу не понравилась. Во-первых, у нее прямо на лбу было написано «кручемятолькойца». А во-вторых, терпеть не могу баб, которые в присутствии живых жен кокетничают с их мужьями. Мой супруг, правда, к этим ужимкам спокойно относился, надо ему должное отдать, но все равно я внутри закипала потихоньку, когда эта Вероника налегала на него своим пятым номером и нежно просила «передать селедочку». Ну ладно, выпиваем, беседуем, все темы перебрали, об отдыхе заговорили: кто где был в этом году и кто куда собирается. Игорь с Наташей, наши друзья старинные, отдыхали в Хорватии, остались в диком восторге и всем советовали туда съездить.

Показали фотографии с отдыха, буклеты всякие – судя по ним, действительно, красота в этой Хорватии неопишуемая.

– Надо будет съездить, – сказала я, пролистывая буклет, – раз там так хорошо.

– Ты уже отдыхала в этом году, – напомнила Ирина, – в Тунисе. Или в Испании? Или это в прошлом году было, я уж и не помню.

– В этом, в этом, – подтвердила я, – и в Тунисе, и в Испании.

– Так куда ж тебе еще? – осуждающе покачала головой Ирина.

– Так, а кто сказал, что отдыхать надо только раз в году? – удивилась я. – Есть желание отдохнуть – я и отдыхаю.

– Помимо желания еще и возможность нужно иметь, – вступила в разговор Вероника, – вот у меня...

– С этим проблем нет, – небрежно отмахнулась я от нее буклетом, – слава Богу, возможностей полно.

Тут эта швабра переводит взгляд на моего мужа и вкрадчиво у него интересуется:

– А вы кем работаете, если не секрет?

– Не секрет, – говорит муж и мне хитро подмигивает, – я – домохозяйка, вернее, домохозяйин: сижу дома, стираю, глажу, готовлю, а зарабатывает у меня супруга.

У Вероники на лице появилось выражение тупого непонимания, очень ей идущее, и она перевела взгляд на меня.

– Да, – поддержала я игру, – так оно и есть. А если вас интересует моя профессия, так здесь тоже никакого секрета: я работаю в сетевой компании, которая занимается распространением добавок к пище, косметики и средств для поддержания чистоты в доме.

Сказала и в очередной раз отметила про себя, как у меня теперь уверенно получается говорить, кем я работаю. Когда я только пришла в сетевой маркетинг, то немного стеснялась рассказывать о том, чем занимаюсь, и на вопросы знакомых отвечала что-то невразумительное, типа «подрабатываю в одном месте». А потом в один прекрасный день подумала – чего стесняться-то? Работаю честно, никого не обманываю, компания известная, продукция классная. А если некоторые люди что-то не то про нашу профессию думают, так это их проблемы, а не мои. Та же Ирина поначалу очень переживала, когда узнала,

чем я занялась, а теперь ничего, привыкла, продукцию у меня часто берет, правда, контракт подписывать отказывается, а я не настаиваю – придет время, созреет.

Так вот, смотрю – Вероника губы скривила и громко так заявляет:

– А, знаю, слышала я про этот сетевой маркетинг, у нас его называют «бизнес второго сорта».

В комнате повисла тишина. Ирина отвела глаза, как бы извиняясь передо мной за бестактность, проявленную Вероникой, а Иннокентий, наоборот, посмотрел на меня с интересом, ожидая, как я отреагирую на этот явный «наезд». Ну а я даже ухом не повела. Три года назад от таких слов я в транс впадала, мол, как это так, меня заподозрили в том, что я чем-то нехорошим занимаюсь. Помню, один раз даже рыдала в туалете, когда какой-то мужчина на собеседовании у нас в офисе сказал мне, что я жульничеством занимаюсь. Потом, когда немного поработала, освоилась, поняла, какой это замечательный бизнес, – начала обижаться, когда кто-нибудь про него гадости говорил, и с жаром бросалась на защиту. А теперь к таким выпадам у меня отношение спокойно-профессиональное – сказался опыт работы на презентациях, на которых разный народ бывает и такое подчас выдает, что уши вянут. Я бы даже не стала сейчас дискутировать на эту тему с Вероникой, так как ее мнение было для меня абсолютно безразличным, я-то знаю цену и себе, и нашему бизнесу высшего сорта. Не стала бы, честное слово, если бы не ее наглое посягательство на мою законную половину. «Ну, раз ты так, – подумала я, – значит сейчас получишь по полной программе». Я сделала паузу, сосчитала до десяти, как нас на тренинге учили, улыбнулась и ласково так задала встречный вопрос:

- Простите, а «у нас» это где?
- Ну, в традиционном бизнесе, в котором я работаю, – гордо процедила Вероника и, не дожидаясь моего вопроса, уточнила:
  - Я заместитель директора в очень известной торговой фирме.
  - Здорово, – искренне восхитилась я, – вы молодец, тяжело, наверное, приходится?
  - Да уж, нелегко, – плавно въехала в расставленные сети Вероника, – ведь у меня о-о-очень ответственная работа, у нас

о-о-очень много клиентов, так что работать порой приходится с утра до позднего вечера. А бывает, что и по выходным на работу надо идти, ведь часто без меня просто не могут справиться. Так что приходится жертвовать отдыхом. Но зато и зарплата соответствующая, могу себе многое позволить в этой жизни.

– Да, – добавила я восхищенных ноток в голос, – это же надо так трудиться, я бы не смогла. И сколько же вы проработали, пока не достигли такой высокой должности?

– Семь лет, – гордо ответила Вероника, – нелегко приходилось, должность-то ответственная, на нее претендентов знаете, сколько было? Повоевать пришлось со многими. Да и сейчас желающих занять мое местечко хватает, вот только ничего у них не получится. И начальство меня ценит, я на хорошем счету, да и вообще, меня голыми руками не возьмешь.

«Да уж, – думаю, – тебя голыми руками и брать-то противно, резиновые перчатки нужно надевать». А вслух мечтательно протянула:

– Да, вот это жизнь, завидую я вам – так у вас все захватывающе и напряженно, жизнь кипит и бьет ключом, сразу чувствуется, что бизнес первосортный. А у нас все по-другому, не так интересно: работаю я два-три часа в день, чаще всего вечером, поскольку с утра хожу в фитнес-клуб. Статус у меня – директор, а работаю я всего три года, причем локтями никого не расталкивала, более того, мои коллеги по работе очень хотели, чтобы я скорее стала директором, и всячески мне в этом помогали. На место мое никто не претендует, так что прямо даже скучно. Начальника у меня нет, я сама себе руководитель, а вот в выходные я тоже, как и вы, иногда работаю: в прошлом месяце, например, поехали на Кипр проводить конференцию, пришлось потрудиться и в субботу, и в воскресенье. Ну что делать, деньги просто так с неба не сваливаются, не очень большие деньги, правда, вот в прошлом месяце я заработала... сколько же я заработала, ты не помнишь? – обратилась я за помощью к мужу.

– Помню, конечно, – откликнулся супруг, озвучил сумму моего чека и, продолжая начатую игру, придал своему лицу самое преданное выражение, на которое был способен.

Физиономию Вероники надо было видеть. Вот за что я еще люблю свою работу – так вот за это выражение лица, которое бывает у людей, когда они узнают, сколько я зарабатываю. Поначалу, конечно, никто не верит, думают, что я шучу.

– За что ж вам деньги-то такие платят, – недоверчиво поинтересовалась Вероника. – За то, что вы по офисам с сумками ходите? У нас на фирме даже объявление висит: торговым агентам вход строго воспрещен.

– Ну что вы, – одарила я ее обворожительной улыбкой, – у вас не совсем правильное представление о работе в сетевом маркетинге. А деньги мне платят за то, что я создала организацию дистрибьюторов, которые пользуются продукцией нашей компании и распространяют ее. И компания выплачивает мне комиссионное вознаграждение с общего объема закупок продукции, который делает моя структура. А ежемесячный объем закупок моей организации составляет... – и я сказала, сколько составляет. Лицо Вероники перекосилось, как дверь в старом сарае.

– Этого не может быть, – проскрипела она, – не каждая торговая фирма такой товарооборот за месяц делает. Вот наша, например...

– Не знаю, не знаю, – рассеянно сказала я, – сколько делает ваша фирма, я не в курсе, да, откровенно говоря, и о фирме-то вашей я раньше не слыхала.

Тут очень кстати раздался звонок моего мобильного – звонила Настя, спрашивала, во сколько завтра мы в сауне встречаемся. Я демонстративно достала из сумки свой ежедневник, с которым я никогда не расстаюсь (а он у меня, на секундочку, не из дермантина сваренный, а натуральная кожа с золотым тиснением, в Лондоне купленный), заглянула в него и небрежно подтвердила в трубку, что да, Совет Директоров назначен на завтра на семнадцать часов.

Пока я беседовала, краем глаза держала в поле зрения Веронику и с удовольствием отметила, как та нервно сглотнула, высокомерно хрюкнула и отправилась курить на кухню. Победа была безоговорочной, и я в чудесном настроении рассказала присутствующим дамам о новинках нашей косметической линии. А потом Ирина внесла огромный торт, я взяла чашечку ко-



фе и, усталая, но довольная, опустилась в кресло. А к другому креслу, напротив меня, подошел Иннокентий.

– Не помешаю? – галантно поинтересовался он.

– Да что вы, пожалуйста, – сделала я приглашающий жест, а сама покосилась в поисках своего благоверного. Тот сидел в привычной позе перед хозяйским компьютером и что-то в нем настраивал.

– Если позволите, – сказал Иннокентий, – то у меня к вам несколько вопросов. Я про сетевой маркетинг давно слышал, но живого дистрибьютора, а точнее сказать, дистрибьюторшу, первый раз в жизни вижу.

– Ну и как? – кокетливо поинтересовалась я.

– Очень симпатичная, – одарил меня комплиментом Иннокентий. – Я, честно говоря, сетевиков не так себе представлял.

– А как? – удивилась я.

– Ну, мне казалось, что они такие... – неопределенно покрутил он головой и развел руками.

– Говорите, говорите, – подбодрила его я, – за годы работы в сетевом я уже ко всему привыкла.

– Ну, есть такой собирательный образ, – признался Иннокентий, – дистрибьютор сетевой компании – наглая тетка, которая «достаёт» всех окружающих своей некачественной продукцией по завышенным ценам. Или второй вариант – лоцёный молодой человек, который вешает всем лапшу на уши о своих сверхъестественных заработках и заманивает в свои сети доверчивых граждан, вытрясая у них последние денежки.

– Судя по всему, я не вписываюсь ни в один из этих образов? – поинтересовалась я.

– Совершенно не вписываетесь, – признался Иннокентий. – Скажите честно, вот все, что вы рассказывали здесь, в том числе о том, сколько вы получаете, это правда?

– Честно? – переспросила я.

– Как на духу, – кивнул головой Иннокентий.

– Ну, если честно, то абсолютнейшая правда. Безусловно, вам могло показаться, что я что-то преувеличиваю, потому что слишком легко рассказала. Но все истинная правда: и заработок, и поездки за рубеж, и то, что я директор.

*Александр Синамати*

---

– Дело в том, что я тоже директор, – признался Иннокентий, – генеральный директор торговой компании и один из совладельцев, кстати. И сетевым маркетингом давно интересуюсь. Мы как раз сейчас думаем над расширением своего ассортимента и о том, чтобы использовать некоторые элементы сетевого маркетинга для продажи нашей продукции. Но, безусловно, пока мне многое неясно. А самое главное, что меня смущает, так это то, что у этого бизнеса репутация в обществе, скажем так, неоднозначная. Как вы считаете?

– Вы знаете, – сказала я, – отчасти я согласна с вами. Репутация не блестящая. Дело все в том, что этот бизнес за многие годы оброс всевозможными мифами и легендами, часть из которых создали сами сетевики, а другие появились благодаря людям, у которых был не совсем удачный опыт работы в сетевом маркетинге. Ну и, конечно, журналисты свои «пять копеек» добавили: не разобравшись, сваливают все в кучу и называют сетевым маркетингом все подряд – и финансовые пирамиды типа МММ, и бродячих торговцев в электричках, и адвентистов седьмого дня. Я как-то познакомилась с журналисткой, которой редактор дал задание – написать о сетевом маркетинге. Она позвонила по первому попавшемуся ей на заборе объявлению, и ее пригласили на презентацию. Там ей под грохот барабанов промыли мозги, всучили какой-то «левый» шампунь за двадцать баксов и велели привести в следующий раз пятерых своих подруг. Ну, естественно, на следующий день эта журналистка, оскорбленная до глубины души, публикует в своей газете большую статью с пафосным названием «Хотите, чтобы вас обманули, – спросите меня, как». И подзаголовок: «Сетевой маркетинг – опасно для вашего кошелька». А вдогонку к статье – через пару недель – добавляется несколько писем от возмущенных читателей, которые тоже побывали на таких вот «презентациях», выражают поддержку автору статьи и призывают власти принять меры и прекратить обман трудящихся. Все, тема закрыта, гонорар получен, можно писать о чем-нибудь другом. Я говорю этой журналистке: «Тань, ну ты бы хоть в другие компании сходила, пообщалась бы с людьми, сама бы поработала, ну как же так можно, на основании только одной "презентации"»

одной-единственной компании делать вывод обо всей огромной индустрии!». Но, Иннокентий, я думаю, что вы достаточно умный человек, чтобы не делать выводов о чем-либо, основываясь исключительно на газетных публикациях.

– Да нет, конечно, – отмахнулся Иннокентий, – я выводов не делаю, я собираю информацию. Просто хотелось бы узнать истинное положение вещей.

– А истинное положение заключается в том, что сетевые компании – это точно такие же компании, как и все остальные, такие же, например, как ваша. Чем занимается ваша компания?

– Ну, мы импортируем обувь.

– Отлично, – обрадовалась я. – А наша компания импортирует и производит парфюмерию, биологически активные добавки к пище, средства для уборки дома, не содержащие химии. Вы как распространяете свой товар?

– У нас своя сеть магазинов.

– Здорово. А у нас своя сеть консультантов-дистрибуторов. И если ваш товар продают десятки продавцов в магазинах, то нашу продукцию распространяют десятки тысяч консультантов, которые получают за свой труд определенное вознаграждение. То есть сетевой маркетинг, если рассматривать его только в экономической плоскости, – это один из многих методов, которые компания-производитель или экспортер использует для распространения своей продукции. Вот и все. Теперь давайте рассуждать дальше. Вот вы в бизнесе сколько лет?

– Да уж лет пятнадцать, – задумался Иннокентий.

– А скажите, за это время вам встречались недобросовестные партнеры, которые хотели вас обмануть, всучить некачественный товар, не заплатить деньги за поставки продукции?

– Да сколько угодно, – рассмеялся Иннокентий. – Помню, пришла партия мужских ботинок и все без стелек. В другой раз шнурки гнилые были, рвались моментально. Но со временем мы научились разбираться, как говорится, «ху из ху» в этом бизнесе.

– Скажите, Иннокентий, а вы после этих случаев не стали считать, что обувной бизнес имеет, скажем так, неоднозначную репутацию в обществе?

Иннокентий от души рассмеялся.

– Намек понял, сдаюсь, – замахал руками он.

– Так вот, Иннокентий, – не приняла я капитуляции, – мы же с вами умные люди и понимаем, что как среди обычных, так и среди сетевых компаний есть те, которые производят или импортируют качественную продукцию, а есть те, кто «гонят» откровенную дешевку. Так же, как есть добросовестные продавцы в ваших магазинах, а есть такие, у которых только баксы в глазах, и свою задачу они видят только в том, чтобы впарить клиенту товар неважно, каким способом. Точно так же и в сетевом бизнесе.

– Да, но все-таки в сетевом бизнесе такие нарушения чаще встречаются, чем в обычном, – продолжил попытку побороться Иннокентий.

– У вас есть статистика? – изумленно подняла я брови.

– Да нет, статистики, конечно, нет, – признался Иннокентий.

– Так вот, я думаю, что в процентном соотношении количество жуликов в сетевом бизнесе в среднем такое же, как и в любом другом. Так же, как в любой стране примерно одинаковое количество дураков, независимо от географии и климата.

– Ну, я же сдался, – притворно обиделся Иннокентий, – зачем же намеки всякие на умственную неполноценность делать.

– Упаси Господи, Иннокентий, – в свою очередь притворно испугалась я, – никаких намеков, все напрямую и откровенно.

– Ах так, ну тогда продолжим, – предложил он.

– Продолжайте, – разрешила я.

– А вот скажите мне, если у вас такой замечательный бизнес, то почему вас то с сектой сравнивают, то пирамидой называют?

– Иннокентий, давайте уточним, кто сравнивает и кто называет?

– Ну, есть такое мнение.

– Иннокентий, я не готова спорить с «мнением», которое где-то у кого-то там есть, тем более, как мы с вами знаем, это мнение часто принадлежит абсолютно некомпетентным людям, понятия не имеющим ни о сетевом бизнесе, ни о сектанстве. Кстати, что такое секта, на ваш взгляд?

– Ну-у-у, – задумался Иннокентий, – если я не ошибаюсь, секта в классическом понимании этого слова – это религиозное сообщество, отколовшееся от традиционного вероучения. Или –

другой вариант – это замкнутая группа граждан, которые отгородились от общения с другими людьми и общаются только с себе подобными. Вот на первый взгляд дистрибьюторы сетевой компании – это некая секта, цель которой – охмурить слабобольных людей и вовлечь их в так называемые сети. Во главе секты стоят гуру – так называемые лидеры. Они устраивают шумные мероприятия, на которых используют различные методы воздействия на простых людей. Во время этих сборищ люди шумят, кричат, часто хлопают в ладоши, играет громкая музыка и так далее. Известны случаи, когда простые члены секты, наслушавшись разговоров о возможном скором обогащении, даже продавали свои квартиры, чтобы выполнить так называемые квалификации, и покупали огромное количество никому не нужного товара. Что вы можете ответить на это?

– Ну что ж, придется ответить, – вздохнула я, – хотя, признаться, столь пещерного взгляда на сетевой маркетинг давно не встречала. Давайте по порядку. Только хочу сразу оговориться: я не берусь отвечать за каждую сетевую компанию и за каждого лидера, а расскажу только о том, как обстоят дела в нашей компании, замечу, одной из самых крупных в сетевой индустрии. Что касается первого определения секты: наша компания применяет способ распространения товара и систему оплаты труда, которые отличаются от традиционных, давно существующих в бизнесе. И в этом отношении считайте, что мы – «сообщество, которое "откололось" от основного учения о труде и зарплате». Мы и трудимся, и зарабатываем по-другому. Если же говорить о наших убеждениях, то они тоже отличаются от традиционных взглядов очень многих людей. Мы считаем, что наш успех и благополучие – исключительно в наших руках, что не стоит сидеть и ждать ни от кого милости, а надо самим добиваться того, чего хочешь. Согласна, что на фоне всеобщих стонов и требований граждан к государству, правительству и президенту обеспечить их счастливое будущее наша позиция выглядит явно сектантской и непонятной.

Что касается второго определения: естественно, что мы не отгораживаемся от общения с другими людьми, наоборот, наш бизнес – это бизнес общения, и сетевики, в большинстве сво-

*Александр Синамати*

---

ем, – это открытые, доброжелательные люди. Мы пользуемся великолепной продукцией, зарабатываем много денег и хотим, чтобы как можно больше людей узнали об этих возможностях и воспользовались ими. И наконец, по поводу шумных мероприятий, которые мы устраиваем. Вы знаете, когда я сама первый раз попала на празднование юбилея нашей структуры, все, что там происходило, показалось мне по меньшей мере странным: шум, песни, постоянные аплодисменты, на сцену выбегают люди и что-то эмоционально рассказывают, поют, танцуют, благодарят друг друга. У меня было такое впечатление, что они все немного ненормальные, честное слово. И у многих новых людей – я у них спрашивала – поначалу такое же впечатление возникает. А потом я поняла, в чем дело. Сейчас расскажу. Мой муж, он, конечно, не домохозяйка, а программист, работает в очень крупной компании. И у них время от времени проводятся корпоративные праздники, которые нужно обязательно посещать, иначе отношение к тебе будет предвзятое, не так поймут. Так вот, так случилось, что я один раз побывала на таком мероприятии. Это было что-то. Собралось несколько сотен людей с непроницаемыми серьезными лицами. Разбились по кучкам и что-то напряженно обсуждали. Вдруг – тишина. Что такое? Оказывается, появился их самый главный босс. Вот уж кто гуру, так гуру, другого слова не подберешь. Взгляд – как у голодного крокодила, на кого посмотрит, тот сразу под стол залезть стремится. Но иногда – по поводу праздничка, наверное, – босс улыбается – как вампир перед заходом солнца. Потом все расселись и начали награждать отличившихся сотрудников – каждому конвертик и несколько сопроводительных слов казенным канцелярским языком – типа «за высокие достижения в нашей области». И в ответ этот сотрудник тоже что-то мямлит, типа «рад стараться на благо родной фирмы». Идет он на место, а все кругом шепчутся, гадают, сколько он в конвертике унес. Тосты начались – содержание одно: мы самые крутые, все остальные конкуренты по сравнению с нами – ничто, всех задавим и передавим. Каждый второй тост – за здоровье начальства. Если кто-то что-то смешное попытается сказать, – никто не смеется, пока самый главный ртом не дер-

нет, типа сигнал для всех дает – можно смеяться. Мне просто физически стало душно от лицемерия и неискренности, которые висели в зале. А основное веселье началось только тогда, когда начальство удалилось в специально подготовленный для них банкетный зал, а простые сотрудники начали веселиться по известному принципу «наливай да пей». Через час все были в «состоянии нестояния», пьяно объяснялись друг другу в любви, парочками удалялись в пустые кабинеты, ругали руководство и ревели народные песни. Вот такой вот корпоративный праздничек.

– Я понимаю, о чем вы говорите, сам неоднократно наблюдал такое корпоративное веселье, но не везде же так, – возразил Иннокентий.

– Конечно, не везде, – согласилась я. – Я это к чему – праздник, на котором люди открыто выражают свои чувства, искренне радуются за себя и за других, может показаться диким только тому, для кого норма – вот такое вот «веселье». Да я сама такая была – зашоренная и закомплексованная. И слава Богу, что работа в нашем бизнесе меня от этого излечила.

И еще один момент: я не знаю ни одного, подчеркиваю, ни единого случая, чтобы кто-то в нашей компании продавал квартиры и залезал в долги, чтобы выполнить требования маркетинг-плана. Но я могу допустить, что есть люди, которые готовы на такие поступки. Вместе с тем, на мой взгляд, дело здесь не в сетевом маркетинге, а в самих людях. Вспомните, как люди продавали свои квартиры, чтобы сыграть в МММ?

– Многие, кстати, и не видят разницы между сетевым маркетингом и МММ.

– Да, к сожалению, – признала я, – не видят. А если быть более точными, не хотят увидеть. Но вы-то, Иннокентий, человек проницательный и понимаете разницу: дело в том, что в МММ в обмен на сданные гражданами деньги им выдавались билеты с портретом основателя этого лохотрона, а у нас в компании за деньги можно приобрести высококачественную – без дураков, я сама ею пользуюсь, – продукцию.

Так что сам по себе сетевой маркетинг не плох и не хорош, это экономический инструмент, которым разные люди пользует-

ются по-разному. Молотком можно забить гвоздь, а можно дать кому-нибудь по лбу. И в нашем бизнесе есть люди и компании, которые, прикрываясь сетевым маркетингом, обманывают потребителей, всучивают некачественный товар, раздают невыполнимые обещания и так далее. И я этого не отрицаю. И с этим нужно бороться. Так же как со строителями, использующими некачественный цемент. Так же как и с жуликами, разбавляющими бензин. Так же как и с поставщиками обуви без стелек. Ну что, Иннокентий, я ответила на ваши вопросы, или какие-то детали остались непроясненными?

– Слушайте, а где вы так научились работать с возражениями клиентов? – восхищенно поинтересовался Иннокентий. – Вот бы моим продавцам так отвечать.

– Пусть поработают с мое на презентациях, тоже научатся, – довольно улыбнувшись, ответила я. – У нас каждую среду в офисе проводятся открытые презентации, на которых мы рассказываем о продукции нашей компании и возможностях заработка. И приходят на эти презентации такие «кадры» и порой такие вопросы задают – тушите свет. И со всеми надо беседовать так, чтобы не испортить имидж компании. А вообще-то я много тренингов прошла, так что научилась.

– Ну, гости дорогие, не надоели ли вам хозяева? – как обычно пошутил Игорь, муж Нины, и оказалось, что время-то уже почти двенадцать.

– Ох ты, – опечалился Иннокентий, – уже уходить пора, а хотелось бы, конечно, более подробно узнать о том, как вы работаете.

– А вы приходите к нам в офис, – предложила я, – и посмотрите, как мы работаем.

– Обязательно приду, – пообещал Иннокентий. – Очень вы меня заинтересовали своим бизнесом.

«Ой, – думаю, – не только в бизнесе тут дело». Мужской интерес-то сразу чувствуется. Да и сама я, признаться, приятное томление в груди ощутила, уже почти забытое. А что – мужчина хоть куда. Недаром говорят «сорок пять – баба ягодка опять». И пофлиртовать лишний разок не помешает, так сказать, «не корысти ради, а чтобы не отвыкнуть».



Иннокентий распрощался, а я пошла на кухню помочь Ирине с посудой.

– Слушай, – сказала Ирина, утрамбовывая мусорное ведро, – по-моему, тебе твой сетевой маркетинг здорово прибавил стервозности – с тобой скоро прямо страшно будет мнение свое высказывать.

– Ну, во-первых, стервозность никогда женщине не мешала, в разумных дозах, конечно, – сказала я. – А если ты имеешь в виду беседу с этой Вероникой, то с моей стороны это было проявлением не стервозности, а более отчетливой жизненной позиции. Я готова выслушать любое корректно высказанное мнение, но с некоторых пор я перестала позволять другим людям бес тактно с ногами залезать на мою территорию. Иногда, конечно, я бываю резковата, но такой я себе нравлюсь больше, чем та снулая рыбина, которой я когда-то была.

Когда мы одевались в прихожей, ко мне подошла Нина, девушка Сергея, и тихонько так спрашивает:

– А это все правда, ну, то, что вы рассказывали про свою работу?

– Конечно, правда, – отвечаю я.

– А можно я вам позвоню? Я тоже хочу, как вы, работать.

– Конечно, – улыбнулась я, – звони, приходи, вот моя визитка.

В машине было холодно, и я побыстрее включила печку. От Ирины до нашего дома мы теперь добираемся всего за пятнадцать минут – а раньше на метро тащились с двумя пересадками. Кстати, среди всего прочего, что я про себя узнала с тех пор как начала работать в нашем бизнесе, – это то, что, оказывается, я могу неплохо водить машину. Раньше я приходила в священный ужас при одной только мысли о том, что я когда-нибудь могу сесть за руль. А когда купила свой автомобиль – поняла, что я и эту науку могу освоить, и езжу я лучше многих мужчин. Во всяком случае аккуратнее.

По дороге домой муж долго веселился, вспоминая перекошенную Веронику.

– Сурово ты по ней проехала, особенно когда сказала, что об их фирме не слышала, ведь у них реклама по всему городу развешана.

Александр Синамати

---

– Нет, ну что, скажешь, я не права? – поинтересовалась я. – Какое она имела право рассуждать о том, о чем не имеет ни малейшего представления? Бизнес второго сорта, видите ли. Да она бы в нашем бизнесе с таким выражением лица и двух минут не продержалась. Надо было эту Веронику на место поставить, как ты думаешь?

– Обязательно, – поддержал меня муж. – Будет теперь знать, как чужим мужьям глазки строить.

– И это тоже, – призналась я. – Нам чужого не надо, но и своего мы не отдадим.

– А, кстати, о чем это вы с этим Иннокентием беседовали так долго? – ревниво поинтересовался супруг. – Я хоть и за компьютером сидел, но все видел.

– Да так, – небрежно сказала я, – заинтересовался он нашим бизнесом, я ему объясняла, что к чему. Кстати, об отдыхе, – быстро сменила я тему. – Может быть, вместе поедем в Хорватию?

– Нет, – отказался муж, – мы же с тобой об этом говорили. Я, в отличие от тебя, столько не зарабатываю, чтобы отдыхать по три раза в год. Один раз съездили, и хватит. Так что езжай со своими дистрибьюторами.

– Эх, нет в жизни полного счастья, – вздохнула я. – Кстати, я тебе еще не говорила, что в следующем месяце к Ираиде в Смоленск еду, она трехлетие структуры отмечает.

– Привет передавай, – отозвался муж и погрузился в свои мысли. А я – в свои. Так незаметно до дому и доехали.

## Глава вторая

---

Первая половина понедельника у меня в ежедневнике раскрашена в легкомысленно разноцветные тона. Время с одиннадцати до шестнадцати часов я провожу в фитнес-центре с потрясающим названием «Для себя, любимой» и получаю там удовольствие по полной программе. А от того, что все это происходит именно в понедельник, я испытываю, как раньше говорили, еще и чувство глубочайшего удовлетворения.

Сколько себя помню – всегда ненавидела этот день, а любимая песня моя была «вот бы понедельник взять и отменить». От одной только мысли, что в понедельник надо идти на работу, у меня в воскресенье портилось настроение. Дело осложнялось еще и тем, что наш начальник отдела, который и в другие-то дни не отличался доброжелательностью и любовью к ближним, по понедельникам бывал особенно злобен и обожал с утра «строить» своих сотрудников. Сами понимаете, приятного в этом было мало. И вот теперь я испытываю особый кайф, как выражается мой сын, именно по понедельникам. Встаю я, конечно, рано, потому что надо приготовить завтрак для всей семьи, затем провожаю мужа на работу, сына – в институт, а сама, завернувшись в халат, не торопясь, прохаживаюсь по квартире, кладу на место разбросанные ими впопыхах вещи, затем иду на кухню, наливаю себе чай в любимую чашку, подхожу к окну и выглядываю на улицу. А перед домом у нас пустырь, по которому протоптана тропинка к автобусной остановке, и по тропинке безостановочным ручейком течет человеческий поток – на работу народ торопится. И вот я представляю себе, что в это самое время мои бывшие сослуживцы заглатывают на ходу бутерброды, потом в жуткой толчее трясутся в автобусе, затем, гонимые страхом опоздать, зайчиками проскакивают через проходную института и затишают за своими рабочими столами в ожидании взбучки от руководства... А я в это время заваливаюсь обратно в постель, включаю магнитофон с утренними аффирмациями и приятной жизнерадостной музыкой и попиваю чай с лимоном. А куда торопиться, сейчас поваляюсь еще полчаса и отправлюсь в бассейн. Какое счастье, что есть на свете возможность работать тогда, когда тебе хочется и удобно...

Обычно мы ходим в фитнес-центр целой компанией: Варвара и Наташа, Алевтина, Вика и Настя – все из моей структуры, но из разных поколений. И сами мы тоже очень разные, я даже сначала удивлялась, как это мы вместе общаемся, а потом поняла, что именно поэтому нам и интересно друг с другом.

Вика – это ураган страстей. Ее любимая фраза – «я не избегаю трудностей, я их создаю». Она часто поступает под влияни-

*Александр Синамати*

---

ем внезапных побуждений и потом не может объяснить ни себе, ни окружающим, почему она поступила именно так, а не иначе. Во всяком случае, все, что она делает, у нее получается ярко и интересно. Для нее главное – быть в центре внимания: она обожает выступать со сцены, организует все наши мероприятия, поет, танцует, в общем, душа компании. Двое детей от трех браков, сейчас опять находится в режиме поиска. Я ей немного завидую – не трем бракам, конечно, а той легкости, с которой она принимает решения.

Настя – подруга Вики – прямая ее противоположность. Про таких говорят «спокойная, как танк». Мне кажется, она никогда в жизни голос не повысила. Прирожденная оптимистка, всегда улыбается, причем так, что понятно, что она искренне рада тебя видеть. По образованию Настя психолог, читает в нашей структуре лекции по популярной психологии.

Варвара – «юная пенсионерка с активной жизненной позицией», как она сама себя называет. Она влюблена в нашу продукцию и может часами о ней рассказывать. И, кстати, она не только рассказывает, но и продает ежемесячно на совершенно фантастические суммы – постоянный победитель конкурсов на самый большой личный объем. К тому же Варвара – единственная среди нас бабушка, правда, по ее внешнему виду ни за что не догадаешься, она утверждает, что это благодаря нашей продукции и собственной жизнерадостности.

Алевтина – подруга Варвары, только недавно пришла к нам в компанию. Очень приятная женщина. Раньше работала в какой-то крупной производственной фирме и занимала солидный пост. В нашем бизнесе для нее пока все в новинку, и мы охотно делимся с ней своим опытом.

Ну а Наташа – это моя давнишняя подруга, мы вместе работали в институте. Долго она не решалась заняться сетевым маркетингом. Сколько я с ней бесед проводила, объясняла, доказывала, что у нас можно заработать, и все ни в какую. «Не могу, – говорит, – уйти из института, все-таки какая-то стабильность и пусть маленькая, но постоянная зарплата». Знаете, чем все закончилось? Тем, что в нашем институте затеяли реорганизацию, и Наташа попала под сокращение шта-

тов. Вот тебе и стабильность с надежностью. Тут-то я ей опять предложила попробовать силы в нашем бизнесе, и сейчас у нее уже здорово получается.

Когда я зашла в сауну, наши дамы уже были там – расслабленные и умиротворенные. Мы попарились и приступили к чаепитию, а я рассказала о своей вчерашней «презентации» и о Веронике. Девчонки посмеялись, а Варвара вздохнула и говорит:

– Вот и моя дочь такая же фома неверующая. Только дотянула Сережку до детского сада и сразу же на работу устраиваться. Я ей говорю – давай к нам в компанию иди: и заработок хороший, и работать сможешь, когда время будет свободное, чтобы с ребенком побольше побыть. Но разве ж мать кто слушает? «Да ну, – говорит, – мам, я хочу карьеру делать, хочу стать бизнес-леди». Начиталась глянцевого журналов. Ну-ну, думаю, попробуй, в журналах-то все просто. Начала она ходить по собеседованиям. А ведь сейчас нелегко на работу устроиться. Образование у нее педагогическое, а стажа нет, она ведь после института сразу замуж вышла, родила, маленький ребенок – кому такой работник-то нужен? Наконец, взяли ее в одну компанию – через месяц начальник начал недвусмысленные намеки делать, мол, неплохо бы остаться после работы, побеседовать насчет ее дальнейшего продвижения по службе. Ну, я ее не так воспитывала, так что пришлось ей с той работы уволиться. Опять началась эпопея с собеседованиями, три месяца бегала по разным компаниям, и вот, наконец, – ура – приняли на испытательный срок менеджером в торговую компанию. И началось. Сказать, что она работает как проклятая, – значит ничего не сказать. Каждое утро ровно в 8.30 ей уже надо сидеть в офисе – и не дай Бог на минуту опоздать. Нет, никто на нее кричать не будет, даже выговор не сделают, а только сразу же из зарплаты денежки вычитают – штраф – такие у них на работе порядки: все должны в определенное время сидеть на своих рабочих местах. И вот с утра у них в квартире дурдом: ребенка поднять, накормить, одеть, себя в порядок привести, и все бегом, бегом, с криками и нервами. Из сада, конечно, я Сережку забираю, а ей, чтобы на пятнадцать минут пораньше уйти с работы – ну, если там к зубному или еще куда, – надо писать заявление не-

Александр Синамати

---

посредственному начальнику. Домой она приходит – язык через плечо, с ребенком поговорить нет сил, не говоря уж о чем-то другом. Какие-то полуфабрикаты на сковородку кинула, мужа наспех покормила, бух в кресло перед телевизором и все – нет ее. И так каждый божий день. Болеть у них не то чтобы нельзя, но не приветствуется. Максимум два дня можешь отлежаться, потом будь любезна на работу. В отделе их, таких менеджеров – пятнадцать человек, все сидят в одном помещении, за низкими перегородочками, как она мне объяснила, это такая специальная система, чтобы их старший менеджер всегда мог проконтролировать, что каждый из них делает. Я ее спрашиваю: вы хоть дружите промеж собой, друг дружке помогаете? Она смеется: «Да ты что, мама, у нас на работе капитализм, человек человеку – волк, каждый только и ждет, пока кто-нибудь проколется, мы видеть друг друга не можем, каждый день у кого-то с кем-то "пятиминутка ненависти"». И спрашивается, ради чего все это? Ну, зарплата у нее, конечно, неплохая, но ведь такие деньги наши консультанты уже через полгода начинают зарабатывать, не надрываясь, а потом у них чек-то растет. А я у своей спрашиваю: вам зарплату-то повышают? Она отвечает, да, конечно, раз в год, тем, кто проходит специальную аттестацию. Собирается комиссия – генеральный директор, начальник отдела продаж и начальник отдела персонала, и решают, кому повысить зарплату, кому нет, а кого и уволить за то, что не справляется со своими обязанностями. И все перед этой аттестацией трясутся – боятся с работы вылететь. Я ее слушаю и думаю: вот уж правду говорят, нет пророка в своем отечестве. Ну почему же она меня не хочет послушать и к нам не идет работать? Да с ее энергией она у нас через год зарабатывала бы больше, чем все их менеджеры вместе взятые. Нет, не хочет. Вы представляете?

– Чего ж тут не представлять, – налила себе чай Алевтина, – я сама десять лет так промучилась, сейчас уже даже дико все это слушать. Я заместителем коммерческого директора работала. И была у меня мысль, что когда мой шеф на пенсию выйдет, то меня на его место назначат. Собственно говоря, последние три года я всю его работу на себе тащила. Вкалывала, как лошадь, я по-другому и не умею. И вот наступает долго-

жданый момент, провожаем мы шефа на пенсию, а через неделю я узнаю, что на место, которое я уже своим считала, взяли другого человека. А когда я заикнулась, мол, как же так, то мне учредители напрямую сказали: «Алевтина Николаевна, мы, безусловно, ценим ваши заслуги и вклад в развитие фирмы, но вы же понимаете, у нас мужской коллектив и мужчина лучше справится с руководством». Вот так вот. Как работать – так я наравне с мужиками, с утра до вечера, детей видела только спящими, без отпусков, без выходных. А как речь о повышении зашла – стоп, женщина, знай свое место. Плюнула я им в их мужской коллектив и ушла. Мне, конечно же, сразу интересные предложения с других мест начали поступать, а я в такую депрессию впала – кошмар, ведь везде одно и то же – женщину за человека не считают. Слава Богу, Варя ко мне приехала, поговорила со мной и к вам пригласила. И теперь я до каждой женщины хочу донести, что есть возможность не гробиться, а жить и работать в свое удовольствие. Удивляюсь только, почему, когда начинаешь рассказывать о нашем бизнесе, у многих такое недоверие на лице написано. Как будто я про экспедицию на Марс рассказываю.

– Да все очень просто, – пояснила Настя. – У многих людей в этот момент включается механизм сопротивления.

– Это точно, сопротивляются они сильно, – согласилась Алевтина. – Непонятно только, зачем, ведь этот механизм, как ты выражаешься, мешает им узнать что-то новое.

– Вот этому новому они и сопротивляются, – продолжила Настя. – В представлении многих людей работа – это такое место, где обязательно идет межвидовая и внутривидовая борьба за выживание, где есть начальники и подчиненные, где нужно биться за место под солнцем. И в этой борьбе люди тратят много сил, времени, энергии, нервов. И когда ты говоришь этим людям, что они могут добиться своих целей, затрачивая гораздо меньше усилий и времени, при этом работая не по принуждению с девяти до шести с дураком начальником и ненавистными сослуживцами, а в свое удовольствие и с приятными людьми, то ты тем самым обесцениваешь все их прежние достижения. Ну, представь себе альпиниста, который забирается на гору. Он

долго готовился к восхождению, с огромным трудом лез, рискуя сорваться и упасть, наконец, взобрался на вершину и стоит там, уставший, замерзший, но гордый собой. И в этот момент ты к нему сзади подходишь и радостно сообщаем, что вообще-то на эту гору можно подняться за полчаса, так как с другой стороны к ней ведет эскалатор. Как ты думаешь, что он с тобой сделает, получив это «новое ценное знание».

– Да он меня просто вниз скинет, – засмеялась Алевтина.

– Вот-вот. То же самое происходит со многими людьми, которым мы рассказываем о нашем бизнесе. Защищая свой образ жизни, они говорят, что сетевой маркетинг – это бизнес второго сорта, что это обман и жульничество, и вообще хотят, чтобы мы исчезли и не подвергали сомнению их картину мира.

– Я вчера на дне рождения познакомилась с генеральным директором одной компании, – вспомнила я. – Разговаривали про наш бизнес, и когда он выяснил, сколько я зарабатываю и как это делаю, то долго не мог поверить. И я сейчас поняла, почему. У него как раз этот механизм сопротивления и заработал. Солидный взрослый человек, создал свой бизнес, у него свой офис, сотрудники, секретарши, он пашет с утра до вечера, в поте лица зарабатывает свои денежки и заслуженно гордится собой. И вдруг он узнает, что женщина, которая у него на работе в лучшем случае зарабатывала бы несколько сотен долларов в месяц и беспрекословно выполняла его руководящие указания, работает абсолютно самостоятельно и зарабатывает примерно столько же, сколько и он, причем особенно не надрываясь. Это сложно понять – хорошо, мужик умный попался.

– Ну и что, ты его «подписала»? – поинтересовалась Вика.

– Нет, у нас с ним другие планы, – таинственно сказала я.

– Так как же все-таки рассказывать про наш бизнес, чтобы шока у людей не было? – вернулась к теме разговора Алевтина.

– Ну, рассказывать нужно так, чтобы не обесценивать их прошлые достижения, – предположила Настя, – а объяснить, как они могут пригодиться в нашем бизнесе. Нужно показать, что сетевой маркетинг – это следующая, более высокая ступенька в их жизни. Что все, что они знают и умеют, поможет им добиться успеха в нашей профессии.



– Да не всем нужно рассказывать, вот в чем дело, – сказала Вика. – Я давно поняла, что сетевой бизнес не для всех, и не надо каждого встречного к себе приглашать. И вообще, такую работу, как у нас, надо еще заслужить.

– В каком смысле заслужить? – не поняла я.

– В прямом. Смотрите: мы работаем в свободном режиме, общаемся с приятными людьми, много зарабатываем, короче говоря, стали независимыми обеспеченными женщинами. Но сколько до этого каждая из нас хлебнула. У меня, знаете, какой период в жизни был? Вон Настя в курсе, когда я после развода одна с детьми осталась – ни гроша в кармане, заходила в продуктовый магазин, смотрела на колбасу и думала: а ведь есть же люди, которые ее каждый день кушают. И ничего, выжила, и теперь мне в этой жизни ничего не страшно. Я как курица из анекдота, которая попала под танк, поднялась, перья отряхнула и говорит: «Эх, нас и не такие топтали». А взять любую из наших лидеров – у каждой своя история преодолений. И мы не сдались, не смирились, продолжали бороться и, наконец, получили классную возможность жить и работать так, как хотим. Это награда за испытания, которые выпали нам в жизни.

А сколько людей вокруг, которые, я считаю, просто не заслуживают того, чтобы жить и работать так, как мы. Ленивые, не любопытные, лишний раз с дивана подняться не готовы, зато потребности – как у султана Брунея – все хотят золотой унитаз иметь. Я, например, когда в нашу компанию пришла, решила: начну работать со своими друзьями и знакомыми, соберу их, расскажу про нашу продукцию и возможность зарабатывать и предложу присоединиться. Давайте, говорю, девчонки, все вместе, дружно. И что вы думаете? Все как один начали носом крутить – фи, Вика, уж от кого, а от тебя мы не ожидали, какой-то сетевой маркетинг. Да ты зачем, да ты брось и так далее. Кстати, до сих пор не могу понять, почему у меня с подругами облом получился – чужих людей подписываю только так, пять минут разговора и контракт в кармане. А с этими клушами ну никак. Ладно, я их «фи» мимо ушей пропустила, начала работать на холодных контактах, объемы пошли, чек попер вверх, я в шоколаде, все нормально. Так теперь они все ноют: тебе хорошо, тебе

*Александр Синамати*

---

легко говорить, ты вон сколько получаешь. Я им говорю: я не получаю, я зарабатываю. И вам, между прочим, предлагала. Не захотели – сидите по своим конторам, получайте свою нищенскую зарплату и найдите, что у вас все плохо. А у меня все хорошо. Потому что я в какой-то момент не захотела жить, как вы, и у меня хватило смелости свою жизнь поменять. А вы не захотели.

– Да, сурово ты с ними, – сказала Наташа, – а я вот такая же была, как твои подруги. Многие люди не могут, как ты, Вика, сразу же принимать решения, им нужно время, чтобы созреть. Я, например, тоже сразу отказалась, когда услышала, чем мне предлагают заниматься. И если бы не мой любимый спонсор, – кивнула она в мою сторону, – который не оставлял попыток вытащить меня из этого болота, так бы я в нем и сидела. И спасибо ей огромное, что она все-таки это сделала.

Я расплылась в улыбке. Вот за что я еще обожаю свою работу – за то, что есть возможность слушать такое в свой адрес. Потрясающие ощущения – когда понимаешь, что реально, не на словах, а на деле можешь помочь другим людям. Это такое удовольствие – осознавать, что благодаря тебе жизнь человека меняется к лучшему.

– Вика права, что народ двигаться не хочет, – сказала Алевтина – У меня племянница есть, работает в салоне элитной сантехники – кстати, о золотом унитазае. Я, когда ремонт у себя делала, к ней заехала, чтобы она меня проконсультировала, что почем в мире фаянса. Магазин у них, конечно, роскошный, цены – заоблачные, покупателей – ноль. Потому как не сезон. И вот сидит моя Валька за столом и целыми днями играет в какую-то компьютерную игрушку. Зевает так, что скулы выворачивает, скучно ей. Я спрашиваю, сколько она за такое просиживание получает. Выяснилось, что немного. Я ей говорю, ну и что ты торчишь в своем магазине, ты же молодая женщина, сейчас так интересно жить, столько возможностей в жизни, как в лесу летом – и грибы, и ягоды – глаза разбегаются, только наклонись и собирай. Она так внимательно выслушала, а потом и говорит: «Ну-у, тетя Аля, это ж наклоняться надо...». Я опешила – конечно, говорю, а ты как хотела? Деньги просто так с неба не падают. Она заявляет: «Нет, лучше уж меньше денег, но и работать тоже

меньше. Как говорится, пусть ксерокс работает, он железный. К тому же к нам в магазин иногда такие интересные мужчины заглядывают, может, познакомлюсь с кем, замуж выйду, тогда вообще работать не надо будет». Ну что с ней делать?

– Ничего не делать – оставить в покое, – посоветовала Настя, – и смириться с тем, что не все окружающие мыслят так же, как ты, что есть люди, которых вполне устраивает их жизнь, и они вполне довольны и счастливы. До тех пор, пока мы к ним не приходим. И говорим: «Вы думаете, что у вас все хорошо? Ха-ха, ну так мы вам откроем глаза». И начинаем им объяснять, почему они несчастны, – с нашей точки зрения, разумеется. Мы вытаскиваем этих людей из их комфортного места в жизни и внушаем, что надо жить по-другому, что мы знаем, как, что мы им поможем и так далее. Эти люди, поддавшись на наши настойчивые речи (а ведь против нас устоять-то сложно), идут к нам в бизнес и даже начинают что-то делать. Но потом все равно бросают, так как большинство преимуществ нашего бизнеса, которыми мы все гордимся, – свободный график работы, отсутствие начальника и так далее, для них преимуществами не являются. Многие люди просто не в состоянии существовать вне жестких рамок, таких, например, как ограничение времени работы с девяти до шести. А сколько таких, кто не может работать без руководящих указаний. И есть люди, которым не нужно много денег, потому что деньги, по их убеждению, приносят только одни проблемы. Есть люди, которым обязательно нужно свое постоянное рабочее место – будь то кабинет или стол. Вот у нас в региональном отделе Ира работает – симпатичная, общительная, доброжелательная, я с ней как-то разговор завела, мол, что ты здесь сидишь, давай нашим бизнесом займись, гораздо больше зарабатывать будешь. Она мне отвечает, ну не мое это, мне нравится каждый день приходить в эту комнату и садиться за свой рабочий стол. Мне здесь комфортно. Так что каждому свое.

– А я, знаете, какой случай всегда вспоминаю, – сказала Вика. – В девяносто втором году, когда у нас тут полная «труба» была с перестройкой и денежными реформами, решила я рвануть в Америку – у меня там знакомые были, приглашали к себе. Ну, понятное дело, на работе мы отметили мой отъезд, сидим, как сейчас помню, спирт пьем – у нас в лаборатории его для протир-

Александр Синамати

---

ки оптики выдавали. У меня слезы на глазах, оглядываю родной коллектив, свидимся ли еще. Короче, прожила я в Штатах четыре года, чего там было со мной – это, как говорится, тема для отдельного рассказа, не это главное. Так обстоятельства сложились, что пришлось возвратиться обратно домой. И первым делом решила я навестить своих бывших сослуживцев. Иду по старому адресу, думаю, надо было позвонить вначале, небось уже нет там никого. Захожу в нашу комнату и застываю, как это сейчас модно говорить, по колено в шоке. Сидит мой родной коллектив в полном составе на тех же местах и что делает? Правильно, пьет спирт. «О-о-о, – кричат, – Вика пришла, садись, бери рюмку». Как будто я из недельной командировки вернулась. Я посидела, выпила. «Ну что, – говорю, – как жизнь? Что у вас нового и хорошего?» – «Да так, – отвечают, – все хреново, зарплата маленькая, начальник – козел, и вообще что тут может быть хорошего – вот оптики прибавилось в лаборатории и спирту больше стали выдавать, ну, мы, соответственно, и выпиваем чаще». Я думаю, мать честная, четыре года прошло, я за это время побывала на другом краю света, сменила шесть городов и десять профессий, богатели и разорялась, а они со своего места не сходили.

– Ну, значит, их устраивает такая жизнь, – пожалала плечами Настя, – и потом, Вика, если бы все люди с такой легкостью, как ты, меняли города и страны, то жизнь стала бы невозможной. Поэтому и существуют люди, которые годами живут на одном месте, – в качестве противовеса таким, как ты. Но я согласна с тобой в том плане, что не всем нужен наш бизнес, и людей, которых вполне устраивает то, как они живут, что делают и сколько зарабатывают, не стоит насильно затаскивать к нам. Я после разговора с Ириной подумала, вот начнет она сетевым заниматься, уволится из регионального отдела и вместо нее какая-нибудь мымра придет. И кому будет лучше от этого? И подумай, – обратилась она к Алевтине, – если ты свою племянницу притащишь в наш бизнес, кто тебе про сантехнику-то рассказывать будет? Если все будут здесь, кто тебя в ресторанах обслуживать будет? Прическу в парикмахерской делать?

– А я как-то слышала или читала, – сказала Наташа, – что нужно предлагать продукт или возможность заработать всем,

кто тебя окружает. Мол, сетевик, как охотник, должен из дома всегда выходить с ружьем, то бишь с бланком контракта.

– Да, – вздохнула я, вспомнив вчерашний разговор с Иннокентием, – поэтому, стоит нам только где-нибудь появиться, как народ тут же в страхе разбегается – бояться, что мы их пристрелим. За это сетевиков и не любят – потому что некоторые из них навязывают себя, свой продукт и бизнес всем без исключения, независимо от того, готов ли человек их слушать. Меня самую жутко раздражает эта манера приставать в транспорте к незнакомым людям с вопросами «вас интересует ваше здоровье?» Вспомните главное правило сетевого маркетинга: дистрибьютор должен делать нужное предложение нужному человеку в нужное время. А не всем без разбора.

– Вот именно, – поддержала Настя, – контракт, конечно, в сумке носить стоит, да и каталог не помешает, но самое главное – избегать ненужного фанатизма. Многих людей отталкивает наше стремление доказать всем, что наша точка зрения является единственно верной. Каждый человек имеет право на свою модель поведения, и мы должны уважать его выбор. У меня подруга недавно диссертацию защищала, что-то там про особенности использования предлогов в русском и английском языках. Ну, попросила меня помочь с банкетом. Защита проходила в академическом институте, и народ там специфический, я таких людей давно не встречала – все буквально помешаны на языкознании, даже тосты произносят особенные – типа «за развитие изучения романо-германских языков». Я такое уважение к ним испытала: надо же, думаю, в наше время остались люди, которые занимаются чистой наукой, да еще с таким энтузиазмом. Так вот, к чему это я? К тому, что было бы с моей стороны очень глупо предлагать этим людям «изменить свою жизнь» и заняться распространением салфеток из микроволокна.

– Ну, хорошо, – продолжила Алевтина, – я поняла, что не надо предлагать наш бизнес тем, кому и так хорошо. Значит, надо приглашать тех, кому плохо?

– Тут тоже надо разбираться, – сказала Настя. – Есть люди, которые недовольны тем, как они живут. Но при этом они счи-

тают, что живут плохо потому, что так несправедливо устроен мир. Кому-то (соседям, например) досталось все, а им, бедным, ничего. И мысль у них движется в одном направлении: надо все отобрать и поделить, чтобы было по справедливости. Их гложет постоянное чувство зависти ко всем, кто живет лучше них. У них прямо на лице написано, что им недоплатили по жизни.

– И вот таких-то людей ни в коем случае нельзя приглашать в наш бизнес, – сказала Вика. – Потому что ты и будешь тем человеком, которому придется доплачивать. А если не будешь, то станешь очередной виноватой в их задрипанной жизни.

– Была у меня такая подруга, – сказала Варвара, – раньше мы с ней – не разлей вода, с института дружили. А в первый раз поссорились из-за нашего бизнеса. Очень ей не понравилось, что я сетевым маркетингом занялась. Причем заиклило ее на одном, мол, мы, сетевики, обманываем людей, зомбируем их, а вот она этим заниматься не может. И уж сколько я ей рассказывала, что это не так, что никого я не зомбирую, все бесполезно. Ругались мы с ней ужасно, потом поняли, что под угрозой наша многолетняя дружба, и на разговоры о том, чем я занимаюсь, наложили табу. Просто об этом не говорим и все, встречаемся просто так, чтобы пообщаться. Но и это у нас не получилось. Потому что говорить нам практически не о чем, общих тем для разговора не осталось. Я уже рванула вперед, у меня новые интересы, новые знакомства, поездки, учеба, а у нее все то же самое, что и десять лет назад, она как будто застыла в своем развитии. Я ей про поездку в Испанию рассказываю, смотрю, у нее в глазах зависть неприкрытая, сейчас, думаю, скажет, вот, зазомбировавала людей и на их денюжки развлекаться ездешь. Так что дружба наша многолетняя заглохла, даже не знаю, с одной стороны, жалко, все-таки давняя подруга, а с другой – я же не виновата, что она двигаться не хочет, ни в физическом, ни в психологическом смысле. Только всем завидует.

– Зависть – это налог на счастье, без этого никуда, – философски сказала я. – Есть такая притча: приходит один человек к мудрецу и говорит: «Я молод, умен, богат и счастлив. Одно только печалит меня: многие люди завидуют мне. Возможно ли изменить это?» – «А чего ж, – говорит мудрец, – конечно, воз-

можно. Для этого тебе нужно стать старым, больным, бедным и несчастным. И тебе сразу перестанут завидовать».

– А я где-то читала, – вспомнила Варвара, – что китайцы называют зависть болезнью красных глаз. Глаза завистника всегда красные, потому что он не спит ночами, завидуя всему миру.

– Вообще-то зависть – это хорошее чувство, если, конечно, она белая, – высказалась Настя. – Это когда человек хочет то же, что у тебя, но при этом не хочет, чтобы ты этого лишился. Например, ты стала много зарабатывать, а твоя соседка думает: пойду-ка я тоже в сетевой маркетинг и тоже буду хорошо зарабатывать. А черная зависть – это когда она думает: сама не буду работать и тебя грязью оболую. У меня нет ничего, пусть и у тебя не будет.

– Господи, ну откуда такие люди берутся, – всплеснула руками Варвара. – Почему у одних белая зависть, а у других – черная?

– Души у них такие – черные, – замогильным голосом провыла в пустой заварочный чайник Вика.

– Ну откуда, откуда, – продолжила Настя, – дело в том, что все люди хотят быть умными, богатыми, счастливыми, но не у всех это получается. По разным причинам – способностей маловато, трудолюбия не хватает и так далее. Некоторые ищут причины неудач в себе, но это сложно и неприятно. Гораздо проще искать виноватых вокруг себя, среди тех, кто занял их «законное» место под солнцем. И вот взгляд такого человека падает на тебя: ты проезжаешь мимо него на своей иномарке, а его только что из автобуса выпихнули, на тебе одежда из бутика, а на нем – с вещевого рынка, ты отдыхаешь в Испании, а он – на огороде в шесть соток. По сути дела ты со своей иномаркой и отдыхом за границей – для него живой упрек в его собственной неспособности. Но кто ж захочет это признать? Гораздо проще объявить тебя жуликом, а твой бизнес – пирамидой. На самом деле большинство людей стремятся работать меньше, а получать больше. И я этих людей не осуждаю, потому что у каждого человека есть право выбора – иметь или не иметь. Для того чтобы иметь, надо что-то делать. Но если ты выбрал ничего не иметь – лежи спокойно, делай минимум телодвижений, это твое право. Только не завидуй другим при этом.

– Пусть завидуют, но белой завистью, – сказала Вика. – И понимают, что если у меня есть то, чего нет у них, то это потому, что я раньше приподнялась с дивана и начала действовать. Мы недавно с младшим сыном читали рассказы Джека Лондона про золотоискателей на Аляске. Очень хорошая иллюстрация к тому, как устроен мир. Смотрите – прошел слух о том, что на Аляске обнаружили запасы золота. И сразу же нашлись люди, которые моментально собрались и рванули туда. Это были первопроходцы – те, кто первыми шли по бездорожью и прокладывали путь, первыми разжигали костры и оборудовали места для стоянок. Они замерзали, голодали, погибали, но те, кто выжил, в награду получили право застолбить лучшие золотоносные участки. А уж потом за ними потянулись другие люди, которые поехали на Аляску, так сказать, вторым эшелонем, когда там уже и тропы были протоптаны, и салуны построены, и продовольствие завезено. Но все лучшие участки уже были застолблены, и им пришлось довольствоваться меньшим. Но это справедливо – ведь они и пришли позже, – слишком долго думали.

– Ну, в нашем бизнесе, – сказала Варвара, – слава Богу, даже тем, кто позже пришел, никто не мешает застолбить свой золотоносный участок, причем не хуже, чем у человека, который уже давно работает. Просто новичок должен понимать, что лидер, который многого добился и имеет то, чего ты еще не имеешь, действительно это заслужил. Многие видят только внешнюю сторону: вот у лидера большой чек, иномарка, за границей отдыхает. Да, это действительно так, но за всем этим стоит напряженный труд. Работай, и у тебя это все будет.

– Мне другое обидно, – сказала Настя. – Ни в газетах, ни по телевизору не ведется целенаправленной пропаганды того, чтобы люди самостоятельно решали свои проблемы. У нас большинство людей сидят и ждут, пока кто-то за них устроит их жизнь. Недавно рекламу по телевизору видела, очень показательно: сидят во дворе три здоровых мужика, играют в домино. Один говорит: «Эх, жена запилила, стиральную машину хочет». Второй поддакивает: «Да, а моей супруге новый телевизор понадобился». Третий отдуплился со вкусом и резюмирует: «Да, мужики, деньги всем нужны». Казалось бы, в чем проблема?



Три здоровых лба – отложите домино и заработайте на машину, телевизор и на все, что хотите. Но нет, не царское это дело – работать, есть другой выход. И тут с небес раздается громовой голос: «Лотерея "Золотая Фига" (или что-то в этом роде) – вот решение всех ваших проблем. С нами играет вся Россия». И вот эту рекламу крутят по сто раз на дню. Ну и, естественно, народу вдалбливается простая мысль: зачем работать? Нужно просто купить лотерейный билет и забивать «козла», ожидая, когда привалит тебе счастье.

– Ага, – добавила Варвара, – я вот недавно читала результаты социологического опроса населения – очень большое количество людей в нашей стране (сколько процентов, точно не помню) возлагают ответственность за свое жизненное благополучие на президента страны – представляете?

– А я, знаете, еще какую рекламу видела, – поделилась я, – в газете на целый разворот напечатана. Фотография какой-то крашеной блондинки и пояснение: потомственная фея бесплатно исполнит любые ваши желания, но не больше семи. Типа восемь желаний – это уже слишком много. Все, что требуется от читателей, – написать этой фее письмо и перечислить, чего они хотят в этой жизни, а затем положиться на влияние ее удивительных сил. А чтобы читатель лишний раз не напрягал свою слабую голову, размышляя, чего же ему хочется, ниже приводился список желаний, которые эта фея берется выполнить: выиграть в казино, получить новую машину, получать ежемесячный доход и больше не работать, купить яхту и отправиться в кругосветное путешествие.

– Ну, ты написала? – с интересом спросила Настя.

– Я хотела написать, что хочу в казино миллион выиграть, – призналась я, – да некогда было – к презентации готовилась.

– Эх ты, упустила свое счастье, – продолжала «подкалывать» Настя.

– А в чем тут фокус-то? – не поняла Наташа.

– В чем фокус, ты не поймешь, пока не напишешь, – сказала Вика, – но одно я тебе точно могу сказать: на каком-то этапе эта «фея» денежки с доверчивых «буратин» обязательно состригает. Ну и, по-моему, правильно делает, дураков надо учить. У ме-

ня в челябинской структуре такой случай был: мой лидер, Галка Истомина, решила устроить семинар для своей структуры. Ну, ее дистрибьюторы, как всегда, заныли, мол, билеты дорогие, денег у нас еще не очень много. Она говорит, ладно, билеты за мой счет, но чтобы все пришли. Собрался полный зал, вышла какая-то тетка непонятная, пересказала своими словами популярную книжку по психологии общения, ну ладно, начинающим и это полезно. Но самое интересное началось потом. «Кто из вас, – спрашивает тетка, – хочет иметь заработок в тысячу долларов в месяц, поднимите руки». Ну, все, конечно, руки вверх тянут. «Тогда, – продолжает она, – вам надо купить мои специальные амулеты, заряженные на рост структуры. Положите их под подушку, и через месяц ваша структура начнет расти». Галка говорит: «У меня просто челюсть отвисла, я поначалу думала, что это, как говорится, шутка юмора, типа народ повеселить». Оказалось – не шутка. И что вы думаете? Консультанты ее структуры, за которых она проплатила эту лекцию и у которых, видите ли, денег мало, достают свои кошельки и каждая затоваривается двумя-тремя этими амулетами. А стоят они, на минуточку, как три билета на лекцию. Она им потом такой «бенц» устроила! «Это что значит, – кричит, – я вас учу, как с клиентами работать, презентации проводить, а вы теперь будете валяться с амулетом под подушкой и ждать, пока структура вырастет?»

– Да, – вздохнула Алевтина, – это наша вековая национальная мечта: лежать на печи, а все наши желания чтобы по щучьему велению исполнялись. Я помню, нам кто-то из наших лидеров на учебе рассказывал: если ты приглашаешь людей в бизнес и при этом говоришь, что надо много работать, чтобы добиться успеха, то соглашаются 10–15 %. А если сказать «давай быстрее, есть возможность на халяву получить деньги, достаточно просто подписаться и пригласить двух своих знакомых», то на это предложение положительно реагирует почти половина собеседников. Так все-таки, кого приглашать-то в структуру? Кому хорошо – того не звать, кому плохо – тоже.

– У меня такой критерий при отборе, – поделилась Варвара, – мне в структуре нужны люди, которым жизнь не в тягость, а в радость. У которых есть мечта, и они хотят чего-то добиться в жизни.

– И главное, чтобы они были готовы для осуществления этой мечты постоянно совершать определенные действия, – сказала Вика. – А то желать-то многие консультанты умеют, а вот реализацией их желаний часто приходится заниматься спонсору. И обучаемыми люди должны быть, а то есть у меня одна «дэвушка» в третьем поколении – хорошая, старательная, но постоянно одни и те же ошибки делает – и в жизни, и на работе. Мы ее зовем «бегущая по граблям».

– А общая идея такая, – подвела итог Настя, – есть люди, для которых жизнь – это некое времяпрепровождение, они просто плывут по течению. Ну и пусть себе плывут. Таким людям надо предлагать нашу продукцию и делать их своими клиентами. А есть люди, для которых жизнь – целедостижение, это когда человек постоянно ставит себе цели, добивается намеченного и ставит новые цели. По этому принципу живут успешные люди, и вот их-то и надо приглашать в наш бизнес.

– А вообще, – сказала Вика, – я предлагаю такой девиз: сетевой маркетинг – бизнес для женщин, которые знают себе цену.

– Почему только для женщин? – не согласилась я. – И для мужчин тоже.

– Мужчин у нас, к сожалению, немного, – грустно констатировала Вика. – Кстати, предлагаю тему для обсуждения на Совете Директоров: почему у нас мало мужиков в структуре и как сделать так, чтобы их стало больше.

– Кстати о Совете Директоров, – посмотрела на часы Настя, – пора в офис, а нам еще пообедать надо.

– Ох, – вздохнула я, – сейчас все килограммы, что я в сауне оставила, на место вернутся. Может, не обедать?

– Лучше сейчас как следует поешь, а после шести не кушай, – посоветовала Вика.

– Я после шести и не кушаю, – сказала я, – зато после девяти как наброшусь на холодильник... Тебе хорошо, у тебя конституция такая, можешь есть, сколько хочешь, и не поправляешься.

– Я тоже боюсь поправиться, – призналась Вика, – но я нашла верное средство: выпиваю за обедом пятьдесят грамм и чувство страха притупляется. Попробуй – помогает.

Александр Синамати

---

– Я за рулем, – отказалась я, покидала вещи в сумку и мы вышли на улицу.

## Глава третья

---

В офис мы приехали в пяти часам, а в шесть собрался наш Совет Директоров. Сегодня мы обсуждали, какой объявлять промоушн на следующие три месяца. Заседали часа два, потом народ разошелся по домам, а мы, несколько человек, остались в Директорской комнате, чтобы окончательно утрясти график проведения презентаций. Да еще Нина Петровна из параллельной ветки изучала распечатку своей структуры.

– Ты когда в Смоленск едешь? – поинтересовалась Настя.

– В следующем месяце. Давай вместе поедем, – предложила я, – Ираида, знаешь, как обрадуется.

– Пожалуй, можно, – согласилась Настя, – а потом давай ты со мной в Новосибирск слетаешь, мне надо там со структурой поработать, а ты как вышестоящий спонсор на них посмотришь, и они на тебя. А потом неделька свободная будет, думаю, может быть, нам съездить отдохнуть куда-нибудь?

– Давайте в Турцию поедем, – предложила Варвара.

– Опять в Турцию, – поморщилась Вика, – столько мест интересных в мире, а эту Турцию я уже вдоль и поперек знаю.

– Да тебя в Турцию вообще пускать нельзя, – поддела я Вика, – продавцы на рынке до сих пор придти в себя не могут.

– А что там с тобой было? – заинтересовалась Алевтина, которая в Турцию с нами не ездила.

– А было вот что, – вспомнила Варвара. – Мы там отдыхали и учились, ну и, конечно, выезжали на «шоппинг», короче говоря, за покупками. А в Турции – всем известно – принято торговаться. У них там сплошной частный сектор, и цены каждый продавец «от балды» устанавливает. И вот подходишь ты и спрашиваешь, сколько стоит, например, юбка. Продавец говорит – тридцать долларов. И вы начинаете торговаться: он тебе доказывает, что вообще-то юбка стоит пятьдесят и только ради твоих красивых глаз

он готов продать ее за тридцать, а ты выпучиваешь свои красивые глаза и отвечаешь, что готова взять ее за десять, иначе уйдешь; он хватается за голову, ты разворачиваешься и делаешь вид, что уходишь, в результате сходитесь на пятнадцати баксах. То есть цену можно сбить почти на половину, если хорошо поторговаться, а то и побольше. А мне удавалось и три четверти цены сбить, люблю я это дело – торговаться на рынке.

– А для меня, например, это совершенно новый опыт был, – вспомнила я турецкий рынок. – Я раньше торговаться не умела и стеснялась. А в Турции попробовала и поняла, что я и это могу.

– А я вообще этот процесс рассматривала не как возможность выгадать несколько долларов, а как шанс побороться с чужим влиянием, – сказала Настя. – Очень интересный психологический тренинг в реальных условиях.

– Ну так вот, представляешь, – продолжила Варвара, – нас троих уже на рынке хорошо знали, мы туда почти каждый день наведывались, а Вика с нами не ходила. И вот в предпоследний день решает она посетить рынок. Подходит к прилавку нашего знакомого мальчика, Азыром его звали, меряет какой-то платочек, смотрит на себя в зеркало и говорит: я беру это, сколько стоит? Азыр называет цену и становится в стойку, типа сейчас торговаться начнет. И тут Вика царственным жестом извлекает из кошелька баксы и, не говоря ни единого слова, платит. Азыр в шоке – ничего понять не может, ему все удовольствие испортили, а наша красавица, не удостоив знойного турка даже взглядом, королевской походкой двигается дальше. И у каждого прилавка повторяется та же сцена. Сколько она денег там переплатила – уму непостижимо.

– А зачем ты так делала? – спросила Алевтина у Вики.

– Да я им уже объясняла, – лениво потягивая чай, ответила Вика. – Для меня торговаться на рынке с продавцом означает выйти из своего образа. Я женщина обеспеченная, одеваюсь обычно не на вещевом рынке, а в фирменных бутиках, расплачиваясь при этом кредитной карточкой. Посещение турецкого рынка для меня – это экзотика. Если мне что-то понравится, я могу, конечно, купить, но при этом не хочу играть по правилам,

которые приняты на рынке. Спорить с продавцом из-за нескольких долларов и радоваться, что выбила из него скидку, означает встать с ним на один уровень. Оно мне надо? Я просто плачу и забираю понравившуюся мне вещь.

– А продавец думает: вот дура попалась, – прокомментировала Варвара.

– А вот то, что думает обо мне продавец на турецком рынке, волнует меня меньше всего, – парировала Вика. – Главное, что я о себе думаю. А насчет поездки, я предлагаю Хорватию, там, говорят, такая красота...

– Точно-точно, – поддержала я Вику, – мне мои друзья тоже рассказывали, что там замечательно.

– И, кстати, великолепные условия для семейного отдыха, можно с мужьями и детьми поехать, – предложила Алевтина.

– Ну, вот еще, – опять не согласилась Вика, – в Тулу со своим самоваром ехать. На месте найдем.

– Ты в Испании, помнится, нашла, – напомнила Вике Настя и многозначительно на нее посмотрела.

Эта история тоже характерна для Вики: мы в прошлом году отдыхали в Коста дель Соль, и Вика в первый же день закадрила одного знойного испанца. Они мило поворковали, испанец угостил Вику коктейлем, и они исчезли. В следующий раз мы увидели Вику дня через три с темными кругами под глазами, и на вопрос, пойдет ли она купаться, Вика с юмором спросила: а что здесь есть море? Утешало только одно – что испанец выглядел еще хуже. Но главное было в том, что Вика, увлекшись амуром, забыла про свою лекцию, которую должна была читать на учебе, за что мы ее дружно подвергли осуждению. Вика же вяло отбивалась от наших упреков и в свое оправдание ссылалась на то, что последние полгода спала исключительно с каталогом по продукции и что «завидовать надо молча».

– Я со своим мужем не поеду, – сказала Варвара, – я от него дома устала, так еще он и в отпуске будет бурчать и глаза мне мозолить.

– А я хочу с мужем поехать, но он отказывается, – пожаловалась я, – говорит, мне неудобно за твой счет ездить, а сам я столько не зарабатываю.

– Ну, ты даешь, подруга, – отозвалась Варвара, – и ты еще жалуешься. Тебе, считай, крупно повезло с мужиком.

– Это я знаю, – с достоинством ответила я и тут же поспешила уточнить, – а в чем именно мне повезло?

– Да в том, что он спокойно относится к тому, что ты больше него зарабатываешь. Я со своим, мне кажется, скоро разводиться пойду, так он меня достал.

– А чем он тебя достал? – поинтересовалась Алевтина.

– Да никак не может пережить, что я столько денег домой приношу.

– А что ему не нравится?

– Вот это и не нравится. Он привык, что всю жизнь я у него с ладони ела, основным-то добытчиком муж был. И жили мы не скажу, чтобы в особом достатке, не шикавали, короче, как все – от зарплаты до зарплаты. Но деньгами у нас в семье муж распоряжался, я без его разрешения лишнюю копейку потратить не могла. И вот попадаю я в нашу компанию и очень скоро начинаю зарабатывать денежки, и чем дальше, тем больше. Ну, и, соответственно, появляется возможность тратить эти деньги, причем на себя, любимую. У нас ведь как: если появились деньги – думаешь, прежде всего детям нужно что-нибудь купить, потом – мужу, ну, а уж если что останется, то можно и себе. До сих пор помню, как туфли себе с первого чека покупала. У меня долгое время вообще было только две пары туфель – на каждый день и выходные. Как у Тома Сойера два костюма – «этот» и «тот, другой». И пока одна пара туфель окончательно в негодность не придет, я себе другую купить не решалась. А тут пришла в обувной магазин и купила себе три пары, просто так, потому что понравились. И десять пар колготок купила, а все свои старые выкинула. И поклялась страшной клятвой, что никогда больше штопаные колготки не надену, даже под брюки. С этого поступка у меня, считайте, новая жизнь и началась.

– Ну, а муж что? – поинтересовалась Алевтина.

– Что, что, поначалу ничего не говорил. Только хмыкал недовольно, мол, ерундой занялась, кому все это нужно, опять вечером тебя не будет и так далее. Через год я уже не просто больше него зарабатывала, а на порядок больше. Я радуюсь, говорю

ему, мол, теперь у нас есть возможность купить то, что раньше не могли, а муж, наоборот, недоволен. И чем больше я зарабатываю, тем больше он недоволен.

– Так чем он недоволен-то? – не поняла Наташа.

– Это у него комплекс слесаря Гоши, – сказала Настя, – помните, фильм «Москва слезам не верит» – недавно опять по телевизору крутили. Как он там выражался: «если жена получает больше мужа, то это уже не семья». Дело в том, что, когда жена сама зарабатывает деньги, она получает возможность выйти из-под влияния мужа и самостоятельно принимать решения. А мужчина, как правило, этого не хочет допускать. Ему приятно чувствовать, что женщина от него зависит.

– Ну, девчонки, с другой стороны, мужчин тоже можно понять, – выступила я в защиту обижаемой половины человечества. – Они привыкли, что во все времена были добытчиками. Представьте себе, как в какой-нибудь доисторический период питекантроп возвращается к себе в пещеру и видит – на стене записка нацарапана: милый, я теперь бивни мамонта распространяю и у меня презентация в соседнем племени.

– Конечно, – согласилась Настя, – так веками складывалось, что женщина сидела дома и грела семейный очаг. Но времена-то меняются, и мы, слава Богу, не в пещерах живем.

– Зато менталитет у многих мужиков остался такой же, как у питекантропов, – сказала Варвара. – Вот я этим Гошей в молодости восторгалась, потом только поняла – ведь несчастный он и закомплексованный мужик, и психология у него примитивная. Знаете, что меня больше всего убивает? Сам-то живет в соответствии со своей философией: он слесарь, доволен своей жизнью и считает, что находится на своем месте. С одной стороны, такая позиция вызывает уважение. Но при этом будь последователен: позволь своей жене тоже жить и работать так, как она этого хочет. Сам не хочешь расти – твое дело, но жену насильно ниже себя не держи. Катя – социально адаптированная и успешная женщина, руководитель комбината, казалось бы, гордиться такой женой надо и радоваться за нее. А что он делает, когда узнает об этом? Да то же, что и большинство мужиков, – хватается за бутылку, с которой привык решать все проблемы.



– Ну, вы прямо на святое покусились, – с возмущением сказала я, – как вы можете так говорить о воплощении мечты миллионов советских женщин? Если хотите знать, Гоша и моим идеалом был – очень хорошо помню, как слезы глотала – вот бы и мне такого.

– Ага, а теперь представь себе, – предложила Вика, – что ты его получила и стали вы жить вместе. И ты на все свои жизненные инициативы получаешь в ответ его коронную фразочку: «Я все и всегда буду решать сам на том простом основании, что я мужчина». Ты готова к этому?

– Честно говоря, нет, – покачала я головой.

– Ну, то-то же. Недаром в сказках все заканчивается свадьбой главных героев, а что потом происходит – покрыто мраком тайны. И в этой оscarовской сказке у них ни черта не получится с семейной жизнью. Катя не сможет смириться с тем местом в семье, которое для нее отводит этот Гоша, а его идеал женщины – босая, беременная и на кухне.

– А вот мне кажется, что все у них было бы хорошо, – сказала Наташа. – Ведь женщине, кроме свободы и независимости, любовь нужна. И чтобы ее любили, нужно. А иначе вся эта свобода и независимость и не нужны совсем. Вот у меня в структуре Вера работает. И умница, и работающая. Так она со своим первым мужем десять лет прожила, двоих детей вырастила, а потом вдруг поняла, что практически с чужим человеком живет. То ли быт заел, то ли обиды накопились, но разлюбила она его и все тут. А с нелюбимым, пусть даже успешным и зарабатывающим, не каждая может жить. Ну, разошлись они, время прошло. Встретила она человека. Говорит, от счастья первое время с ума сходила, и ее, и детей ее любит, заботится. Вот только как работал он в своем НИИ, так и работает. Инженер он, технарь, но работу свою после Верки больше всего на свете любит. Даже в выходные какие-то формулы пишет, рисует что-то. Денег, конечно, не хватает – какая в НИИ зарплата! Вот Верка к нам и пришла – подработать. Стало у нее получаться, деньги появились. Видит она, что неуютно ему, оттого что не может он семью содержать. Он ей говорит: «Хочешь, давай брошу свой НИИ, найду себе работу поденжнее». А в глазах тоска такая, что у Верки рука не

поднимается согласиться. Какая, говорит, разница, у кого именно зарабатывать получается. Все заработанное-то наше, общее. Но главное-то не в этом. Просто Вера на своем печальном опыте с первым мужем поняла, что для нее самое необходимое условие счастья – не недостаток в семье, а ее любовь. Вот она свою любовь и бережет. А вы вспомните, как мы, женщины, влюбляемся. Нам сначала все в человеке нравится, привычки его милыми кажутся. Это уж потом они раздражать начинают... Вот и получается: хочешь быть счастливой, принимай его таким как есть, интересы его уважай. А не можешь, – лучше сразу другого искать, а то только время потеряешь.

– Можно, кстати, иногда и порадовать его, подыграть мужскому самолюбию, – продолжила Алевтина. – Мой муж, например, до сих пор не подозревает, что я в компьютере хорошо разбираюсь. Я все время прошу его электронную почту отправить. Это как игра такая. Он побурчит, что десять раз объяснял, дурехой назовет, поцелует. Приятно ему, что я без него обойтись не могу.

– Да, это как в анекдоте, – вспомнила я. – Сидят две женщины, выпускницы мехмата, доктора наук, лауреаты госпремии и обсуждают теорию относительности Эйнштейна. Вдруг одна другую толкает и говорит: «Тише, наши мужья идут, давай про "Санта-Барбару"».

– Кстати, я где-то вычитала, – сказала Наташа, – что женщина после тридцати должна обязательно или быть дурой, или грамотно прикидываться. Тогда муж будет больше денег зарабатывать.

– В этом что-то есть, – задумалась Алевтина, – умной женщине вообще тяжело жить на свете, а дурочкам жить проще: уровень притязаний невысок, им всегда все прощают, мол, что с дуры возьмешь, им все помогают, а умная всегда сама тянет.

– Это, конечно, так, – возразила Варвара, – но зато умной всегда хватит мозгов, чтобы прикинуться дурочкой. А вот дура умную никогда не изобразит.

– Да не хочу я дурочку изображать, – вдруг возмутилась Вика. – Зачем мне это надо? Женщина должна знать себе цену.

– Ага, и еще хорошо бы, чтобы на тебя спрос был, – вздохнула Наташа.

– Вот у тебя, Варя, муж недоволен, что ты больше его зарабатываешь, – оторвалась от изучения распечатки Нина Петровна, – а вот мой бывший, наоборот, очень даже доволен был, что я его содержу. Как перестройка началась, их контора развалилась и с работы его поперли. И я тогда не работала, с детьми сидела. Ну, конечно, неприятно все это, но я-то как думала – здоровый мужик, найдет себе работу. Поначалу он и правда куда-то ходил устраиваться, знакомые и друзья ему что-то предлагали, но ему все не подходило. Я, говорит, ценный специалист, а то, что мне предлагают, не соответствует моему уровню. Я переживаю, что у мужа трудный период в жизни, надо с ним по деликатней, обращаюсь с ним, как с хрустальной вазой. Потом у него болячки какие-то обнаружились, а когда мужик болеет, это все, тушите свет. Начал по поликлиникам ходить, рентгены, флюорографии, группа здоровья. Ну, время идет, деньги, какие у нас в заначке были, заканчиваются, и я начинаю понимать, что единственное место, которое его уровню соответствует, – это наш диван. Вот он с утра банку трехлитровую пива берет, перед телевизором устраивается и начинает ругать все, что на экране показывают. Типа загубили страну, людей по миру пустили, науку развалили, искусство распустили, здравоохранение разворовали, ну и так далее. Я поначалу-то ему сочувствовала даже, но особенно сочувствовать некогда было – у нас, между прочим, двое детей, которым папины душевные метания по барабану – они кушать хотят, причем несколько раз в день, и одевать их надо, тетрадки и игрушки покупать. Устроилась я на работу, причем долго не выбирала, потому что денег-то совсем уже не было. Потом на вторую работу пошла. А мой все лежит, здоровье поправляет. Кстати, благодаря его здоровью я добавками-то и заинтересовалась – чтобы ему как-то помочь. Подписала контракт, сначала для мужа брала добавки, потом знакомым предложила, ну и сама не заметила, как начала неплохие деньги зарабатывать. Мой мужик поздоровел, добавки-то ему на пользу пошли, сердечно-сосудистая система как часы работает, желудочно-кишечный тракт пивко перерабатывает, причем не отечественное, а импортное, благо денег-то я стала больше получать. По дому он как ничего не делал никогда, так и не начал делать.

Александр Синамати

---

Привык, что, когда он с работы приходил, все уже шкворчало, кипело, кругом чистота, и жена на пороге с тапочками в зубах. Короче, в один прекрасный момент я вдруг себя спросила – а на фига мне такой муж? Только для того, чтобы он был? Подумала я, поразмышляла и подала на развод.

– Ну и правильно сделала, – одобрила Вика. – А то мы вечно думаем, что лучше иметь хоть никудышного, но своего мужика. Надо себя сначала любить, а мужчину уже потом, иначе он начнет воспринимать тебя как собственность, как приложение к себе.

– Ты у нас, Вика, прямо знамя феминизма, – иронично заметила Настя.

– У Катьки Ершовой аналогичный случай был, – сказала Варвара. – У нее муж из армии ушел по выслуге, пенсия маленькая, а ничего больше он делать не умеет. Привык всю жизнь – равняйся, смирно, вольно. А тут – бац – и отбой. Вот и припал он к стакану, выпьет и начинает пьяные истерики: я – советский офицер, я командир, мне стыдно, что меня жена содержит. Но это ему после стакана стыдно, а протрезвеет – стыд как рукой снимает. А Катька тем временем полы в поликлинике драит – по три часа в день после основной работы, и ей не стыдно. Я ему как-то выдала – говорю, если ты офицер, как ты можешь допустить, чтобы твои дети голодали? Порядочный офицер или найдет способ зарабатывать деньги или застрелится от стыда. Но вот такие истерики закатывать не будет. Слава Богу, он пить бросил, а потом Катька его приспособила – продукцию из Москвы возить, теперь он складом занимается.

– Ну, женщины вообще быстрее приспосабливаются к переменам, – сообщила Настя, – а у мужиков психика ригидная.

– Какая-какая? – заинтересовалась Вика.

– Ригидная, то есть негибкая. Женщина – как моторная лодка, руль чуть-чуть повернул, и она уже в другую сторону потахтела. А мужики, как авианосцы, – тяжелые и неповоротливые. Конечно, им непросто приходится, кто спорит. Действительно, как должен реагировать муж на то, что его жена нигде официально не трудится, на работу не ходит, вечерами красится, делает прическу, надевает нарядное платье и заявляет, что пошла на презентацию. Часами болтает по телефону с подругами,

время от времени ездит в другие города якобы на семинары по продукции и за все это получает в десять раз больше, чем мужик, который с утра до вечера корячится на своей работе.

– Если мужик умный, то должен понять, что твоя высокая зарплата – не недостаток, а достоинство, и твои успехи должны, в свою очередь, вдохновлять его на трудовые подвиги, – заявила Вика.

– Фантастика – в соседнем отделе нашего книжного магазина, – ехидно прокомментировала я. – У меня, например, такая ситуация: мой муж абсолютно спокойно воспринял мою новую работу, более того, даже поддержал меня морально на первых порах; по-моему, он не комплексует, что я больше, чем он, зарабатываю, даже радуется, что у меня есть возможность не считать деньги и тратить как мне заблагорассудится. С другой стороны, на подвиги его тоже не тянет. И вроде бы у нас с ним все нормально, тьфу, чтоб не сглазить: мы, например, редко ругаемся, он не устраивает мне сцен, когда я уезжаю куда-то. Но дело в том, что мы с ним живем разной жизнью и все больше отдаляемся друг от друга. Когда я начала работать в нашей компании, то вдруг поняла, что мне очень много надо в жизни, причем я не только материальные блага имею в виду. Я хочу путешествовать, ходить по театрам, в рестораны, ну и так далее. И хочу это делать не одна, а с мужем. А моему мужу вполне хватает того, что у него есть. Он зарабатывает несколько тысяч рублей в месяц, я – несколько тысяч долларов. По ресторанам я хожу с подружками, потому что на его зарплату в ресторан не сходишь, а на мои деньги он идти не хочет. Он занял свою нишу в жизни и не стремится ничего менять, а я все время меняюсь, и мне хочется, чтобы он занимал более активную жизненную позицию, что ли, короче не знаю, чего, но чего-то хочется.

– Ну да, то ли музыки и цветов хочется, то ли зарезать кого-нибудь, – процитировала Настя известный фильм. – Беда в том, что мы, женщины, по своей природе очень противоречивые создания. Вот взять нас с вами: с одной стороны, мы сильные волевые бизнес-леди, мы добились успеха, в том числе материального, мы можем не зависеть от мужчин и нам это нравится, правильно?

– Конечно, – хором подтвердили мы.

– Но при этом мы не прочь побыть мягкими и пушистыми, а от мужчин ждем проявления силы и мужественности. Мне, например, с детства внушали, что женщины должны быть слабыми и нежными, а мужчины – сильными, уверенными, принимающими решения. И с этой установкой я выросла. Как в песне поется: «Если бы ты знал женскую тоску по сильному плечу». И вот в моей жизни появился обладатель этого сильного плеча. И сказал то же самое, что этот Гоша своей Кате: я все буду решать сам на том простом основании, что я мужчина. А твое дело, женщина, рожать детей, готовить, убирать и стирать. Так что вы думали? Несколько лет я прилежно рожала, готовила, стирала и убирала, а потом мне это все надоело, и я начала бухтеть, мол, я тоже личность, я не хочу запира́ть себя в четырех стенах, чего это он мне будет указывать, что и когда делать, и так далее. Оказалось, что я тоже имею собственное мнение, которое не всегда совпадало с мнением моего супруга, но права голоса у меня в семье не было. Итог: разругались, развелись и стала я сильной женщиной. И все вопросы начала решать сама. И оказалось, что у меня неплохо получается, я многое могу и умею. Вышла замуж во второй раз. Ну, вы моего мужа видели – спокойный, нормальный мужик, но круг его жизненных интересов ограничен одной маленькой научной проблемой, которую он, я полагаю, будет решать всю свою жизнь. До всего остального ему абсолютно нет дела, поэтому все жизненные проблемы продолжаю решать я. С одной стороны, казалось бы, радуйся, тебе все карты в руки, а вот иногда я ловлю себя на мысли, что надоело мне быть сильной женщиной, а хочется, чтобы рядом было твердое плечо, мужчина, который решал бы за тебя все вопросы. Потом думаю: стоп – ведь был же у тебя такой, ты же сама от него сбежала. Спрашивается, какого рожна мне надо?

– Ой, Насть, извини, что я тебя прерываю, – вмешалась Ни́на Петровна, – ты прямо в точку попала. У меня подруга есть Зинка Тютчева – с института мы с ней дружим, я у нее и свидетельницей была на свадьбе. Господи, сколько ж лет назад это было, ладно, суть не в этом. Жених у нее был, Жора – парень с нашего факультета – красавец писанный, гордость курса, на гитаре играет, песни поет, кудри вьются, в общем, все девчонки

Зинке завидовали и я, чего уж греха таить, тоже. Короче, поженились они, Зинка родила, я тоже замуж вышла, но мы с ней время от времени встречались, новостями обменивались. Спрашиваю, как вы живете-то? Она говорит, с одной стороны, хорошо живем. Все в доме есть, Жора зарабатывает много, сына любит, правда, здорово за воротник закладывает. Причем он не алкоголик, который напьется и под забор, а, как он про себя говорит, «гедонист».

– Кто? – переспросила Наташа.

– Гедонист. Жизнь, короче, любит во всех ее проявлениях. Пьет чаще всего на работе, с друзьями-бизнесменами, и, когда выпьет, не буйный, не дерется, а, наоборот, веселый и щедрый становится, приезжает с цветами и подарками, любви требует. А иногда не требует, потому что уже кого-то на стороне полюбил. И вот такая жизнь Зинке активно не нравилась. Начала она его пилить, мол, хватит пить, хватит гулять. И в какой-то момент допилила и уговорила закодироваться. Хотя, повторяю, алкоголиком он не был. И что вы думаете? Перестал мужик пить, то есть совсем, даже рюмку на празднике не пригубит. Зинка радуется, мол, жизнь сейчас резко переменится в лучшую сторону. И жизнь у нее действительно переменялась. Только не в ту сторону, в какую ей хотелось. Из щедрого, готового к широким жестам мужчины Жора превратился в отчаянного скупердя, экономящего каждую копейку. И если раньше он приезжал домой навеселе и веером раскидывал деньги на ковре в гостиной, то сейчас запирается в туалете и по несколько раз их пересчитывает. А потом прячет куда-то. Естественно, никаких подарков он ей больше не делает, типа экономить надо, у тебя и так все есть. Цветы теперь только строго по расписанию: три тюльпана на восьмое марта и три гвоздики на день рождения. Правда, сбылась ее главная мечта – он перестал ходить по бабам. Раньше просто беда с этим была, ни одной юбки не пропускал. А с другой стороны, он и на нее внимания никакого не обращает, и теперь они Новый год чаще встречают, чем сексом занимаются. В общем, рассказала она мне все это, а потом задумчиво так говорит: хоть бы он пить начал, что ли. Представляете? Вот, думаю, надо ее к себе в структуру пригласить, пусть нашим бизнесом займется.

*Александр Синамати*

---

– Ага, и тогда они точно разведутся, – предположила Варвара.  
– Да, сетевой маркетинг, оказывается, – это угроза для семейной жизни, – задумчиво сказала Наташа.

– Сетевой маркетинг – это лишь катализатор, который ускоряет любые жизненные процессы, в том числе и отношения в семье, – сказала Настя. – Я знаю много семейных пар, которым наш бизнес помог вывести их отношения на новый, более высокий уровень. А есть семьи, которые не выдержали испытаний и развалились. Но сетевой маркетинг – лишь лакмусовая бумажка, которая проявляет все скрытые противоречия в семье. Дело в том, что наш бизнес дает женщине возможность ощутить себя самостоятельной личностью и понять, что у нее есть свои интересы в жизни – не только семейные – мужа и детей, а еще и свои собственные. И если ее близкие и муж в первую очередь не готовы увидеть и признать эти перемены, тогда возникают конфликты. А вообще, если отношения в семье основаны на любви и уважении, то никакие изменения в жизни одного из супругов не могут повлиять на эти отношения. Ведь они как бы одно целое, поэтому и радость, и беда – общие. А вот если этого нет, – возможны варианты, о которых мы тут говорили. Но все они ведут к одному – к разрушению семьи.

– Ну и что делать, если вот такие противоречия обнаруживаются? – спросила я.

– Ну, если противоречия, как говорится, несовместимы с жизнью, то есть ты понимаешь, что у тебя и твоего партнера диаметрально противоположные взгляды на то, как надо жить вместе, и мужчина абсолютно не соответствует твоим ожиданиям, то стоит, наверное, расстаться и искать другого. При этом помнить, что другой человек не обязан соответствовать чьим-то идеалам, и если он не соответствует, то это проблема того, кто себе идеалы создает. И надо сказать себе, что идеального мужчины в природе не существует. Да и ты, в общем-то, не идеальная женщина. И если ты живешь с этим мужчиной, значит это тебе зачем-то надо. Попробуй подумать – зачем, а когда поймешь, принимай его таким, какой он есть. Но, к сожалению, большинство семейных пар выбирает третий вариант – годами бодаются, пытаются переделать друг друга. А это бесполезно.



– Короче говоря, – вздохнула Нина Петровна, – как в анекдоте: женщина публикует объявление в газете: «умного, нежного, внимательного, работающего, щедрого, непьющего мужчину хотелось бы хоть раз просто увидеть».

– Да, по отдельности все это присутствует, но чтобы все в одном флаконе, так, конечно, не бывает, – сказала я. – Настя права – с иллюзиями надо расставаться. Последнее мое расставание связано с подарками на всевозможные праздники. Все двадцать лет нашей семейной жизни, когда муж интересовался, что я желаю получить на день рождения, восьмое марта или годовщину свадьбы, я делала загадочное лицо, надувала губки и говорила «догадайся сам» или «я хочу, чтобы это был сюрприз». Наконец я подумала: ну что я хочу от бедного мужика? Я и сама-то не знаю, чего мне надо, когда в магазин захожу. А уж у мужчины тем более мозги плавятся. И зачем его мучить? И я стала поступать иначе: говорю ему приблизительный набор того, что я хочу получить, и называю магазины, в которых это можно найти. И все счастливы. Теперь еще осталось приучить чек не выкидывать, чтобы вещь обменять можно было, если не подойдет.

– Да, ты права, мужиков надо хотя бы иногда жалеть. Я вообще недавно прочитала, что у мужчин тоже бывают критические дни, – поделилась информацией Наташа.

– Да ну? – обрадовалась Вика. – Ты смотри, есть все-таки на свете справедливость.

– Да, – подтвердила Настя, – когда уровень тестостерона в организме понижается, то мужчина становится раздражительным, у него бывают перепады настроения, он начинает ко всему придирааться – то ему рубашки не так погладила, то суп невкусный, а то плюхается на диван и засыпает под телевизор.

– Ну, если так, то у моего весь месяц критические дни, – сказала Варвара, – его постоянно что-то не устраивает.

– Кормить их лучше надо, – посоветовала Алевтина, – побольше клетчатки и белка давать – природные антидепрессанты.

– Слушай, а как бы этих фригидных мужиков к нам в бизнес затащить, да побольше, – мечтательно произнесла Вика.

– Не фригидных, а ригидных, – поправила Настя.

*Александр Синамати*

---

– Да какая разница, – отмахнулась Вика. – Слушайте, а давайте делать презентации специально для мужчин.

– А что, хорошая идея, – сказала я, – только надо как следует продумать, как и что говорить на этих презентациях. Может быть, проведем специальное занятие: позовем какого-нибудь знакомого мужчину и будем на нем отрабатывать приглашение в бизнес.

– А кого позовем-то?

– Есть такой мужчина, – говорю, – и как раз он хочет побольше узнать о нашем бизнесе.

– Ну и отлично, звони ему и приглашай, – постановили все присутствующие.

– Так мы все-таки не решили – куда же отдыхать поедем? – напомнила Алевтина.

– Едем в Хорватию, – решительно сказала я, – а если муж не поедет, то я найду с кем отдохнуть.

– Вот это правильно, – поддержала меня Вика.

---

## **Глава четвертая**

Через месяц я отправилась к Ираиде в Смоленск, а перед этим всю неделю бегала по магазинам, покупала подарки ей и другим знакомым лидерам ее структуры. В результате на вокзале я выглядела как дама, которая «сдавала в багаж», – вся обвешанная сумками и свертками. Хорошо хоть, что я с Настей поехала, а еще вместе со мной отправились Коля с Олей. Это семейная пара, мы с ними три года назад почти одновременно подписали контракт, вместе учились и делали первые шаги в бизнесе. Сейчас они активно развивают регионы и к Ираиде поехали посмотреть, как проводить большие мероприятия. А Ираида двадцать лет в профсоюзной организации отработала, так что у нее есть чему поучиться.

Ираида с мужем Сергеем уже встречала нас на вокзале, мы схватили сумки и пошли к машине. Вернее, поскользили, потому что, несмотря на весеннее солнце, асфальт весь был покрыт льдом.

– Ты бы нас с коньками встречала, – посоветовала я Ираиде.  
– Коньков у меня нет, – ответила Ираида, – а вообще у нас, когда гололед, знаешь, что старушки делают? Берут жестяные крышки, которыми банки с компотом закручивают, проделывают в них две дырки, продевают веревочку и на подошву сапог надевают. Очень удобно, идешь и не скользишь, как на подковах.

– Ну и принесла бы мне, я бы тоже надела, – проворчала я. – И на праздник к тебе так пришла. Ты объявляешь: слово представляется моему спонсору из Москвы, суперпуперлидеру... И я выплываю на сцену, цокая крышечками.

– Да пришли уже, – распахнул двери новенького «минивэна» Сергей. – Смотрите, специально к вашему приезду я микроавтобус купил, а то гостей столько, что в обычную машину не помещаются.

– Ладно, какой у нас распорядок дня? – поинтересовалась я.

– Распорядок такой: сейчас мчимся к нам домой, вы быстро завтракаете, переодеваетесь и едем во Дворец Культуры на праздник. Там сначала «торжественная часть» – я выступаю, ты, наши лидеры, вручаем награды победителям промоушна, потом КВН между структурами из разных городов. Вы, между прочим, в жюри, так что приготовьтесь. Потом перерыв – чай, кофе, а затем семинар у нас будет – Игорь Сидоров из Москвы приехал. Ну, и наконец вечером банкет в ресторане. Короче, программа насыщенная, мало не покажется.

В квартире у Ираиды уже было полно народу – приехали лидеры ее структуры из Киева и Новосибирска – все наши знакомые, так что еще полчаса мы обнимались, целовались и обменивались новостями, на ходу уминая бутерброды с чаем. Я вот думаю – сколько новых интересных людей я повстречала за три года работы в сетевом маркетинге – за всю жизнь у меня столько знакомых не набралось бы.

Когда мы подъехали к Дворцу Культуры, в фойе уже толпился нарядный народ – дистрибьюторы Ираидиной структуры. Зал был роскошно украшен, на сцене разноцветными шарами было написано «Нам – 3 года», и по бокам висели две огромные грозди шариков.

Александр Синамати

---

– Слушай, а куда тебе столько шаров-то? – поинтересовалась я у Ираиды.

– А это Игорь Сидоров просил. Я его спрашиваю: «Что вам для семинара нужно?» Он и говорит: «Пусть шариков воздушных будет побольше». С этими шарами вообще жуткая история получилась. Вот эту надпись на сцене я заказала сделать в специальной фирме. Они вчера вечером приехали, все надули, укрепили и уехали. А где-то уже под вечер я вдруг думаю: а интересно, что Сидоров с этими шариками делать будет? Может быть, они ему отдельно нужны? Короче я бегом в магазин и покупаю еще штук двести шаров. Но купить мало, надо же их надуть.

– Ну и как же вы? – заинтересовался Коля.

– Звоню двум своим директорам – Юльке и Светлане, они у нас просто фанатки Сидорова. Его книжку «Трамплин успеха» до дыр зачитали. Говорю им: так и так, завтра ваш любимый Сидоров приезжает, будет семинар проводить, просил, чтобы шарики на сцене были. Так вот, шары я купила, осталось их надуть и повесить. И вот они, бедняги, полночи эти шары и надували. Да вон они стоят, – и Ираида указала на двух девушек с синеватым оттенком на лицах, которые, покачиваясь, прикрепляли к сцене последние шарики. – Ну ладно, – взглянула Ираида на часы, – пора начинать мероприятие. Иди, садись в первый ряд, там для тебя место оставили.

Через пять минут свет в зале погас, раздались звуки фанфар, с левой стороны на сцену торжественной поступью зашагала Ираида, а с правой – Сергей. Наконец они сошлись прямо в центре и взяли в руки микрофоны. Вдвоем они смотрелись очень гармонично, такая типичных пропорций российская пара – монументальная Ираида пятьдесят четвертого размера в длинном темно-сиреновом платье и невысокий, суховатый Сережа в безупречном черном смокинге.

– Ну что, Ираида Кузьминична, – поинтересовался Сережа у супруги, когда аплодисменты стихли. – Думала ли ты три года назад, сидючи в профкоме швейной фабрики, что будешь не профсоюзные собрания проводить, а праздновать трехлетие собственной организации?

– Ой, не говори, Сергей Иванович, – подхватила Ираида, – конечно, не думала. А ты, когда механиком на автобазе работал, часто в смокинге ходил?

Сережа сокрушенно покачал головой, как бы признавая, что да, смокинг, к сожалению, в то время приходилось надевать редко.

– Казалось бы, – продолжила Ираида, – и времени-то прошло всего ничего – каких-то три года. Но я могу точно сказать: за это время у нас изменилось очень многое, и прежде всего мы с тобой. У нас появилось множество новых друзей и знакомых, и не только в Смоленске, но и в других городах, мы открыли в себе множество новых качеств, нас окружают прекрасные, свободные люди, которые стремятся к успеху. Сетевой маркетинг оказался, не побоюсь этого слова, нашей судьбой. И я хочу пригласить на сцену человека, благодаря которому и произошли все эти изменения. Моего любимого спонсора, у которой три года назад я купила первый косметический набор, которая рассказала мне о нашем бизнесе и помогала все это время.

Я встала и под бурные аплодисменты вышла на сцену.

– Смотрите, какая интересная вещь получается, – начала я. – Сейчас Ираида сказала, что их жизнь изменилась благодаря мне. А я вам скажу, что если бы не Ираида, то неизвестно, какой бы сейчас была моя жизнь. Наверняка никто из присутствующих в этом зале не знает, что Ираида – мой самый первый дистрибьютор. И «подписала» я ее тогда, когда сама только месяц работала в компании. Да даже и не работала – а сидела и сомневалась, получится у меня или нет. Как сейчас помню – прихожу домой с двумя косметическими наборами и вся в мыслях: что делать? Куда идти, кому предлагать и так далее. И в этот счастливый момент к нам приезжает Ираида и, недолго думая, покупает эти наборы, а потом и контракт подписывает. И тем самым она дала мощный толчок моему развитию, вселила уверенность, что у меня все получится. К чему это я? К тому, что у нас с вами удивительный бизнес. Доброе дело, которое мы делаем другим людям, обязательно возвращается к нам в десятикратном размере. Ираида, сегодня день рождения твоей структуры, которую ты создала, и я хочу сделать тебе подарок. Мы с нашими московскими лидерами собираемся в конце мая

Александр Синамати

---

в Хорватию, и я очень хочу, чтобы ты поехала с нами. Я дарю тебе путевку – вот она, – и я протянула Ираиде фирменный конверт с логотипом турфирмы.

Народ зааплодировал, а Ираида аж прослезилась.

– Ну, мать, уважила, – проговорила она в промежутке между троекратным целованием, – не ожидала, честное слово.

Я вернулась на свое место, а Ираида начала приглашать на сцену своих лидеров и дарить им подарки, потом выступали гости, в том числе и Коля, который, к моему величайшему изумлению, не стал рассказывать анекдоты, а произнес прекрасную речь, изобиловавшую тонкими сравнениями и неожиданными метафорами.

– Господи, а ведь был-то обалдуй-обалдуем, – наклонилась ко мне Оля, с нежностью глядя на выступавшего мужа. – Я иногда думаю, кем бы он стал, если бы мы тогда случайно не попали на презентацию в наш Клуб. А сейчас – Директор, солидный человек. А сколько он узнал за это время, с какими умными людьми общается. По-моему, он даже стихи начал писать.

В этот момент Коля, как бы услышав свою супругу, произнес:

– А теперь маленький подарок, который будет сопровождаться стихами, посвященными виновнице торжества.

Коля протянул руку к Ираиде и торжественно произнес:

Есть женщина в русском селенье,  
Ей песни слагает народ,  
Слона на скаку остановит  
И хобот ему оторвет.

Оля в ужасе сползла с кресла, народ в зале взорвался смехом и аплодисментами, а Коля с треском распечатал большой пакет и вручил Ираиде огромного мягкого слона с яркой надписью «Лидер» на боку.

А потом был КВН, и полтора часа мы безостановочно смеялись, у меня даже живот заболел.

Наконец объявили перерыв, и мы смогли передохнуть и попить кофе.

В это время к нам подошел Игорь Сидоров.

– Шарик готов, Игорь Юрьевич, – с гордостью сказала Ираида.

– Замечательно, – похвалил Сидоров. – А зачем они?  
– Как зачем, – опешила Ираида, – вы же сами просили.  
– Я просил? – удивился Сидоров. – Очень хорошо. Пригодятся.

– Игорь Юрьевич, – понизила голос Ираида, – я вас очень прошу, используйте их как-нибудь. Видите, вон две девушки сидят во втором ряду, такие... э-э-э... бледненькие. Это Юля и Светлана, директора из моей структуры, они всю ночь эти шарики надували, очень они вас любят.

– Интересный способ выражения любви, – прокомментировал Сидоров. – Ну хорошо, не волнуйтесь, Ираида, все будет в порядке, давайте начинать.

Семинар был очень интересный, зал то и дело смеялся и аплодировал, а я время от времени поглядывала на Юлю и Свету, которые, затаив дыхание, наблюдали за своим кумиром и ждали, когда же Мастер воспользуется результатами их ночного труда. Сидоров время от времени ловил их взгляды, ласково улыбался в ответ, но при этом чувствовалось, что он пока еще не придумал двум сотням шариков достойного применения. А шарики, надо сказать, жили своей собственной жизнью: время от времени один или несколько из них отрывались от связки и плавно опускались на сцену, другие просто лопались, издавая негромкий хлопок. Ираида уже стала волноваться – вспомнит ли Игорь про шарики? И, незаметно для зала, начала жестами напоминать ему про них, описывая двумя руками круги. Сидоров же, судя по всему, воспринял эти жесты как сигнал, что время семинара подходит к концу и «пора закругляться».

И вот, когда Игорь завершал свой рассказ, вдруг лопнул самый большой шар, к которому, очевидно, была привязана вся гирлянда, и связка медленно опала на сцену. Народ замер, а Сидоров, протянув руку в сторону рассыпающихся шариков, сделал многозначительную паузу. В зале воцарилась тишина, на фоне которой шелест трущихся друг о друга воздушных шариков был довольно зловещим. Игорь обвел взглядом весь зал и продолжил:

– Эта гроздь шариков хорошо символизирует дистрибуторскую структуру. Смотрите, сколько в ней людей и какие они

все разные: красные, зеленые, синие, одни хорошо мотивированные, видите, какие они надутые, а другие уже сдулись, потому что не верят в свои возможности. И время от времени кто-то из дистрибьюторов структуры уходит из бизнеса – видите, шарики отлетели от связки, а некоторые даже лопнули от напряжения. Но структура продолжает работать и без них. А вот когда лопнул самый большой и главный шар – лидер структуры, то распалась и вся организация. Запомните этот символический момент с шариками. Все вы или уже состоялись как лидеры, или стремитесь ими стать. Цените, уважайте и помогайте своим структурам, чтобы они не сдувались и не лопались. И при этом не забывайте про своих спонсоров. Поддерживайте их и помогайте им тоже, чтобы они всегда были вот такими яркими, упругими и мотивированными. Ведь со сдутым спонсором не очень уютно работать, а с лопнутым – вообще кошмар.

Зал заплодировал, и громче всех хлопали счастливые Юля и Света.

– Да, – наклонилась ко мне Ираида, – что значит Мастер – из любого положения найдет эффективный выход.

Потом был банкет в ресторане, который я уже помню с трудом: пили, пели, плясали, потом поехали к Ираиде и полночи трепались, короче говоря, заснула я только под утро.

\* \* \*

Утром я сквозь сон слышала, как уезжали киевские лидеры, даже кому-то до свиданья сказала и пообещала приехать в Киев, потом опять заснула, а когда окончательно проснулась, оставшийся народ – Ираида, Коля с Олей и Настя уже пили чай на кухне.

– Так, – сказала Ираида, – сегодня у нас продолжение банкета, так сказать, для тех, кто выжил после вчерашнего, отдельная программа, расслабляющая. Одевайтесь, поехали.

– А где Сережа?

– Сережка сейчас подъедет, он уже два раза с утра на вокзал смотался, пока вы спали, девчонок к поезду отвез и продукцию получил.

– Золотой у тебя мужик, Ираида, – похвалила я.

– А то, – гордо повела плечами она, – для себя выбирала.



Через полчаса мы уже были в боулинге, а если по-русски выразиться, в кегельбане. Я люблю ходить в боулинг, мне очень нравится, как там все устроено: при входе тебе дают сменную обувь плюс одноразовые белые носочки в придачу, внутри все красиво, длинные блестящие дорожки, разноцветные шары, под потолком мониторы, на которых фиксируются результаты бросков, бар с коктейлями.

– Я сюда начинающих дистрибьюторов привожу, – сказал Сережа, – выбирая шар, – даже промоушн объявил: кто месячный объем выполняет, тому я оплачиваю час игры. А во время игры еще и занятия провожу, по целям.

– Как это? – заинтересовался Коля.

– Вот мы все время говорим дистрибьюторам: для того чтобы добиться успеха, нужно прежде всего поставить себе цель. И представить ее в деталях – какая она. И вот тебе пример – боулинг. Вот цель – десять кеглей, вот инструмент для ее достижения – шары, причем все разного веса – от семи до четырнадцати килограмм каждый. За две попытки ты должен сбить все кегли. Но если правильно прицелишься, может получиться и за один раз. Вроде все просто: бери шар и кидай. А на самом деле есть масса тонкостей. Например, когда бросаешь шар, на кегли смотреть не надо. Нужно смотреть на стрелы прицеливания – вон они на дорожке нарисованы. То есть целей на самом деле две: ближняя и дальняя. И если промахнешься по ближней цели, то не попадешь и по дальней. Или, например, если ты шар выбрал не того веса, тоже можешь промахнуться из-за этого. Вот так вот мы занятия и проводим, совмещаем, так сказать, полезное с приятным.

– Слушай, Сереж, – сказала я, – мы тут в Москве с девчонками недавно разговаривали, у кого как мужья реагируют, когда их жены сетевым бизнесом начинают заниматься. Вот скажи мне такую вещь: вчера, во время праздника, только и слышно было: структура Ираиды, поздравляем Ираиду, если бы не Ираида, ну и так далее. А ты вроде как в тени, все лавры жене достаются. Ты как к этому относишься, тебе не обидно?

Сережа отрицательно помотал головой:

– Нет, не обидно, я же для семьи работаю, а не для лавров. И потом у нас все общее и один кошелек. Не так, как в других се-

мьях, когда муж выделяет деньги жене или жена мужу. Мы работаем тандемом: жена занимается всем, что связано с продуктом, структурой, ездит на школы, конференции. А я материальную часть поддерживаю, на мне офис и склад, так что работы хватает. И пусть народ говорит, что это структура Ираиды, но все же знают, что мы вдвоем работаем. Да и на сцене я всегда рядом с ней.

– Конечно, – поддержала мужа Ираида, – все видят, что Сережа реально делает. Ты вспомни, как мы начинали работать, когда я только контракт подписала. Школы проводили в квартире, в большой комнате. Набивалось к нам человек тридцать, и я им лекции читала, помнишь, Сереж? А сегодня у нас офис в центре города: там склад, зал для занятий, кабинет диагностики. Сейчас думаем тренажерный зал соорудить, в подвале сауну сделать. И все прекрасно понимают, что это стало возможным только благодаря Сереже.

– То есть вы с самого начала распределили между собой функции, так? – поинтересовался Коля. – И что, неужели у вас даже вопроса не возникает, кто главный?

– Насчет главного – иногда я бываю, иногда жена, это не принципиально. А функции как-то автоматически распределились, – пожал плечами Сергей, – просто никто не пытается взять на себя не свойственную ему работу, а делает то, на что способен.

– О, вот это правильно, – воскликнула Оля и торжествуяще взглянула на Колю. – Ты видишь, в чем залог мирного сосуществования дистрибьюторской семейной пары?

– Сереж, – вступила в разговор Настя, – а вот раньше, когда Ираида на обычной работе работала, она, наверное, хозяйством больше занималась? Борщи, наверное, варила, пироги пекла? А как только стала «бизнесвумен», то наверняка времени на дом почти не остается. Ты как на это реагируешь?

Сергея облизнулся, очевидно, вспоминая те времена, когда Ираида не была «бизнесвумен»:

– Это точно, раньше Ирка и пекла, и консервировала, даже вязала – и на руках, и на вязальной машине, была у нас такая. Как бизнес пошел – все, почти ничего по дому не успеваешь. Мы

еще смеялись как-то: прочитали в одной американской книжке по сетевому маркетингу, что, мол, этот бизнес для домохозяек, и любая женщина в перерывах между стиркой и готовкой может зарабатывать большие деньги. Я говорю – сколько у нас в компании женщин, которые много зарабатывают, но что-то я среди них ни одной домохозяйки не видел. Их дома-то почти не бывает – то в офисе, то на презентации, то на учебу уехала, то на конференцию собралась. Со структурой больше времени проводят, чем с семьей. Но дело в том, что с самого начала семейной жизни у нас не было разделения, мол, ты готовишь, а я убираю, или наоборот. Я и сам могу все делать: и котлеты пожарить, и борщ сварить. Я знаю, что жена здорово устает, поэтому если я пришел домой раньше, то быстренько ужин сготовлю.

– Ну, вы прямо образцово-показательная семья, – покачала головой Настя. – А у вас в структуре есть еще семейные пары?

– Ты знаешь, потихоньку появляются, – ответила Ираида. – В этом плане помогает то, что мужья наших женщин-дистрибьюторов видят, как мы с Сережей работаем вместе, и они тоже начинают помогать своим женам. И необязательно им подписывать контракт, главное – иметь желание поддержать свою половину в этих начинаниях. А когда мы собираемся вместе на какие-то мероприятия, то, естественно, с мужьями, и я всем женщинам советую: хотите избегать конфликтов – привлекайте своих мужей к бизнесу.

– Обычно знаете какая ситуация бывает, – поделился опытом Сережа, – вот, предположим, идет у нас школа, женщины сидят в аудитории, учатся, а я вижу – под окном машина стоит – чей-то муж ждет свою супругу. Я спускаюсь к нему, знакомлюсь и говорю: «А вам не интересно послушать и посмотреть, чем ваша супруга занимается? И ей будет приятно, что вы интересуетесь ее делами, и вам спокойнее будет». Смотрю – на следующий раз они уже оба сидят, лекции слушают. Я считаю, если муж приходит на школу с женой, ей это очень помогает, она просто расцветает, и результат у нее будет гораздо лучше. И еще муж начинает верить, что жена делом занимается, ведь он видит, какое уважение к ней испытывают другие люди. Конечно, не все мужья, как я, например, бросят свои работы, чтобы работать вместе

с женой, да это и не нужно, но, по крайней мере, муж поймет, какой это сложный и интересный труд, и не будет препятствовать.

– А некоторые мужья в конце концов и в работу включают, – продолжила Ираида. – Вот у Ольги Паршиной муж Вова поначалу жутко недоволен был, что она бизнесом занялась. Помню, как я ее долго не могла уговорить на конференцию в Новосибирск съездить, она все сомневалась, мол, как Вова меня отпустит, да что он скажет. Ну, Вова, естественно, бухтит недоволено, мол, знаем мы ваши конференции, нечего из дома уезжать, я без супа долго не могу прожить. А потом мы его пригласили на День отдыха, который мы ежемесячно проводим, он посмотрел и говорит: «Слушайте, я и не знал, что у вас так интересно. Я теперь к вам ходить буду». А Ольга ему отвечает: «Давай вместе работать, тогда и ездить вместе будем». И сейчас у них полная гармония в семье.

– Слушай, Сереж, – сказал Коля, – а вы с Ираидой никогда не ссоритесь?

– Ну почему же, ссоримся, просто до скандалов никогда не доходит. Спорим, приводим аргументы. Вот, например, есть тема, на которую мы постоянно спорим. Я считаю, что у нас в структуре среди лидеров очень много иждивенцев, и Ирка слишком с ними возится.

– О, это у него любимая тема, – махнула рукой Ираида.

– Нет, ну пусть ребята нас рассудят, – обратился к нам Сережа. – Вот послушайте – у нас в Смоленске в первой линии человек сорок, если я не ошибаюсь. И все уже в ранге директоров и выше. Но при этом вся организация работы структуры лежит на нас с Ираидой. Презентации проводим только мы, учебу устраиваем только в нашем офисе, все крупные мероприятия, которые проводятся в структуре, лежат на нас. Взять хотя бы вчерашний праздник. Сколько лидеров помогало нам готовить и проводить все это? – обратился он к Ираиде.

– Четверо, – сказала Ираида.

– Вот, из сорока. А остальные плавно подплыли прямо к началу. Более того, я вам могу сказать, что людей на празднике было почти вдвое меньше, чем мы с Ираидой ожидали. А знаете почему? Потому что лидеры не потрудились и не обеспечили

приход консультантов из своих структур. Мы за месяц до праздника провели структурное собрание и договорились, что каждый директор должен обеспечить присутствие на мероприятии по крайней мере двадцати дистрибьюторов из своей сети. Но, судя по регистрационному листу, почти никто своих обязательств не выполнил, хорошо хоть сами пришли. И это у нас считается в порядке вещей.

– Ну, мы с ними об этом еще поговорим, – пообещала Ираида, – у нас в понедельник будет разбор полетов.

– А, им эти твои разборы полетов по барабану, – махнул рукой Сережа. – Знаете, как это обычно происходит? Время от времени, когда Ираида видит, что активность структуры падает, ей в голову приходит мысль: а не пора ли отмотивировать наших лидеров?

– Что сделать? – не поняла Настя.

– Отмотивировать, – повторил Сережа, – ну, привести их в рабочее состояние.

– Специфический термин, – прокомментировал Коля, – я бы даже сказал с физиологическим оттенком.

– В общем, да, – согласился Сережа, – наши директора эту мотивацию называют «трехлитровая клизма с патефонными иглками». И выглядит это так: заявляются они все в офис, рассаживаются в лекционном зале, и Ираида начинает допрос с пристрастием: «Я для вас учебу устраиваю?» – «Ну, устраиваешь», – отвечает кто-нибудь из директоров. – «Я вас в Москву на праздник компании возила?» – «Ну, возила», – отвечает другой. – «Я вам промоушны объявляла?» – «Ну, объявляла», – соглашается третий. – «Это что – только мой бизнес или ваш тоже?» – «Наш, наш», – бубнят они хором. – «Так почему же вы все то же самое не делаете со своими дистрибьюторами? – гневно вопрошает Ираида. – Почему не обучаете, не возите, не объявляете, не награждаете?» – «Ну, бу-у-удем», – соглашаются все.

Как говорится, дистрибьютор – птица гордая, пока не пнешь, не полетит, и после этого на какое-то время наше «болото» начинает шевелиться, лидеры проявляют активность, а потом все опять постепенно затихает, особенно когда Ираида уезжает в другие города, у нас ведь структура не только в Смоленске.

И вот пока ее нет, наши лидеры блаженствуют – никто их не подгоняет, не тормошит, работать не заставляет. Я однажды случайно разговор в нашем офисе услышал – два лидера беседовали, не буду фамилий называть. Одна спрашивает: «Ираида сейчас в городе?» – «Нет, в Москву поехала, месяц закрывать». – «А когда вернется?» – «Через два дня». – «А, ну, хорошо, надо подсуетиться к ее приезду, чтобы она не ругалась». Детский сад какой-то, ей-богу. Чек у большинства директоров небольшой, но у меня такое впечатление, что им больше и не надо. Директора они только потому, что в нашем маркетинг-плане ранг нельзя потерять, как в других компаниях. А внимания они к себе требуют по полной программе, и чуть что не так – обижаются. Так что настоящих лидеров – я имею в виду по духу, а не по маркетинг-плану, – у нас в структуре раз-два и обчелся.

– Да ладно, ты не сгущай краски, – возмутилась Ираида.

– Спокойно, мы дискутируем, – ответил Сергей, – и я с твоего позволения продолжу свою мысль. Так вот, я Ираиде и говорю: хватит нянчиться с ними. Причем что интересно – она так с нашими родными пацанами не возилась, как со своими лидерами так называемыми. Когда Ираида контракт подписала, мы всей семьей ходили и расклеивали объявления – приглашали на презентации. Так оба наших сына, а им было тогда соответственно тринадцать и девять, получали по сто штук объявлений и десятку на мороженое. И ходили, и работали. А наших директоров с места трактором не сдвинешь – оживляются только тогда, когда чек надо получать. Вот хотя бы и наши Дни отдыха взять: вся подготовка на нас, а лидеры являются к самому началу мероприятия и на лицах у них написано примерно следующее: «Ну, посмотрим, что там наш спонсор приготовил». А после мероприятия они гордо покидают помещение с выражением: «Ну ничего, ничего, может наш спонсор, когда захочет, вот только с ее-то чеком подарки могла бы и подороже сделать – не просто чайники "тефаль", а "тефаль-голд"». Так что получается, что мы с Ираидой пашем практически в одиночку.

– Да я всю жизнь пашу, привыкла уже, – отмахнулась Ираида, – семья, дети, работа, профсоюзная организация – всегда все на мне было. Как бурлак на Волге.

– Во-во, – подхватил Сережа, – а наши директора на барже уселись, ножки в воду свесили и плывут. И переговариваются: как там наш спонсор – жив еще? Не, ну а что, пусть тащит, у нее же такие чеки, она же на нас зарабатывает.

– Сереж, ну, может быть, ваши директора со временем вырастут и станут самостоятельными? – предположила Оля.

– Да сколько ж можно расти-то? – возмутился Сергей. – У нас дети уже выросли почти, а эти взрослые дяди и тети все растут.

– Дело в том, что очень многие взрослые люди – на самом деле не взрослые, – вступила в разговор Настя.

– Как это? – удивился Коля.

– А вот так. То есть по возрасту – они взрослые, но отношения с миром и другими людьми они строят по детско-родительской модели: максимум требований и минимум личной ответственности. И таким людям очень комфортно работать в организации, руководитель которой заменяет им папу с мамой. Спонсор-мать говорит им, что надо делать, хвалит, ругает и так далее. А дистрибьюторы ведут себя как дети – стремятся поменьше делать по дому, борются за место поближе к матери, ссорятся между собой и таскают варенье из буфета. И очень многих такое положение вещей устраивает. Но дело в том, что такие структуры без постоянного присутствия своего лидера не способны развиваться. Для того чтобы организация эффективно работала, усилий одного человека, пусть даже очень сильного, недостаточно. Вот Ираида всю свою энергию тратит на то, чтобы регулярно взбадривать своих лидеров. Но всех все равно не «отмотивируешь», и большая часть твоей структуры отрезана от твоей энергии и сидит на голодном пайке. Мы хотим, чтобы у нас были сильные лидеры, а на деле структура состоит из иждивенцев, которые без нас не в силах шагу ступить. Но самое главное, что такой стиль руководства очень энергозатратный, и лидер, который с самого начала с огромным энтузиазмом берется за работу, через какое-то время выдыхается и теряет вкус к своей деятельности. Вот как мы борщ варим? Сначала кастрюлю с бульоном на большом огне доводим до кипения, а потом уменьшаем огонь, и борщ потихоньку варится. Так вот кастрюля с борщом – это структура, а лидер – это конфорка.

И лидер не может все время гореть на полную мощность и всех обогревать. И складывается парадоксальная ситуация – человек приходит в этот бизнес, чтобы обрести свободу, но чем больше он работает, тем меньше ощущает себя свободным. Потому что все больше и больше людей претендуют на его время, силы и нервы.

– Причем взамен-то ничего не дают, – добавил Сережа. – Сколько у Ираиды лидеров, которые просто-напросто ее используют в своих личных целях. Взять хотя бы твою Татьяну, – обратился он к жене. – Редкостная прилипала – сосет из Ираиды все соки, у нее куча проблем по жизни и она почему-то думает, что Ирка обязана ей помогать все эти проблемы решать. Объемов она не делает, со структурой не работает, но постоянно торчит в офисе и времени на нее уходит уйма.

– Ну, жалко мне ее, – призналась Ираида, – несчастная баба, вечно у нее не понос, так золотуха.

– Да дело в том, – перебил Сережа, – что из-за нее у тебя на других дистрибьюторов времени не хватает, на тех, кто хочет и готов работать и нуждается в твоей помощи как спонсора, а не использует тебя в качестве «жилетки». А ты им внимания не уделяешь, потому что твои пивяки-лидеры высасывают все твои силы.

– Ну и что я должна теперь делать – сказать им, что больше не буду с ними работать? – возмутилась Ираида. – Так они обидятся смертельно. И так уже, стоит мне только одним больше времени уделить, как другие начинают ревновать, мол, раньше ты нас любила, а теперь мы вроде как и не нужны. А потом я же взяла на себя ответственность за них, когда приглашала их в бизнес, поэтому я должна им помогать и заботиться о них, правильно?

– Правильно, – подтвердила Настя, – но не полную ответственность за всю их жизнь и не навсегда. Нужно определить приоритеты – кому в первую очередь стоит уделять внимание.

– Ну и кому?

– А вот это ты реши сама, в зависимости от того, кем ты себя считаешь – руководителем бизнес-структуры или мамой многодетной семьи. Если ты – мама, то продолжай с ними обращаться как с детьми и старайся уделять внимание всем поровну, чтоб никто не обижался. Если ты руководитель – прежде всего работай с теми, кто вносит вклад в успех твоей организации, с людьми,



которые точно так же, как ты, ставят высокие цели, хотят много зарабатывать, активно участвуют в бизнесе. Эти люди – твои партнеры по бизнесу, и с ними нужно выстраивать партнерские взаимоотношения. А такие отношения подразумевают равную ответственность сторон за результаты вашего совместного труда.

– Я не против таких отношений, – задумчиво сказала Ираида, – мне самой надоело уже возиться с моими лидерами как с детьми малыми. Ведь действительно я в последнее время как лошадь – впряглась и тащу за собой всю структуру.

– Причем не просто лошадь, а говорящая, – уточнил Коля. – Анекдот такой есть: в цирке объявили новый номер «Говорящая лошадь». Народ битком набился, смотрит: выводят на арену лошадь, привязывают к канатам и на лебедке поднимают под купол цирка. Раздается грохот барабанов, и служитель топором перерубает канат. Лошадь со всей дури падает с высоты в опилки, некоторое время лежит и не шевелится, потом поднимает морду и, печально глядя на зрителей, говорит: «Господи, когда ж я сдохну-то?».

Мы все, не сговариваясь, посмотрели на Ираиду, представляя ее на месте бедной лошади.

– Все, – решительно замотала головой Ираида, – не хочу так больше работать. А что делать-то?

– Слушай, Ираида, – сказала я, – а помнишь, мы с тобой давным-давно говорили о том, что нужно заключать индивидуальные соглашения между спонсором и дистрибьюторами? Я тебе еще давала образец соглашения, который мы используем у себя в структуре?

– Ну, было такое, – вспомнила Ираида, – да у меня все как-то руки не доходят.

– А я давно хотел эти соглашения ввести, – вмешался Сергей, – да только ты мне не даешь. Я всегда говорил, что у лидера должна быть команда. Вот есть структура, сеть – в нее входят все наши дистрибьюторы, а есть команда – люди, с которыми мы ежедневно вместе занимаемся бизнесом. И в команде должны быть свои правила.

– Да я не против правил, – согласилась Ираида, – а какими должны быть эти правила?

– Да любимы, – сказала Настя, – то есть лидер может предложить такие правила, выполнение которых увеличивает эффективность работы команды. И самое главное, чтобы члены команды были готовы следовать этим правилам.

– Ну, приведи хоть какой-нибудь пример, – попросил Сережа.

– Пожалуйста, – сказала я, – вот у нас есть лидер – Виктор Петрович, так он ввел такое правило в своей команде: те, кто хочет с ним работать и зарабатывать деньги, обязаны учиться. Он так говорит: «Для меня очевидно, что успех дистрибьютора напрямую зависит от его профессиональной квалификации и личностного развития. И если мой новый консультант заявляет, что хочет зарабатывать тысячу долларов в месяц и при этом не посещает учебу, то мне понятно, что целей своих он не достигнет. Тогда зачем мне тратить на него свое время и силы?». Виктор Петрович составляет расписание лекций, семинаров и тренингов на квартал, и его консультанты должны «набрать» за это время определенное количество учебных часов. С теми, кто посещает учебу, он активно работает. Кроме того, он требует от своих консультантов, чтобы они в обязательном порядке участвовали в организации всех мероприятий. Это тоже правило. И вот такие правила определяют стиль взаимоотношений в команде. Если ты вошел в команду, то выстраиваешь свое поведение уже не только в соответствии со своими интересами, но и учишься учитывать интересы всей команды. Знаете, чем это еще хорошо? Тем, что люди, которые приходят в его структуру, видят, что здесь существует некая система, которая регламентирует их поведение. Когда я раньше проводила презентации и говорила о преимуществах сетевого бизнеса, то особенно упирала на свободу. Я пафосно восклицала: «Друзья, теперь у вас появилась возможность ни от кого не зависеть. Вы можете работать, когда захотите, у вас не будет начальников, вам никто не будет говорить, что и когда нужно делать». И вот как-то на мою презентацию пришла Ленка – мой спонсор, она время от времени ко всем своим лидерам на презентации ходит. После презентации она мне говорит, мол, все прекрасно, единственное к тебе пожелание – убери этот кусочек про свободу. Я так удивленно спрашиваю, как же так, ведь свобода – это прекрасно. А она отвечает, да, это пре-

красно, но не все готовы сразу оценить это преимущество. Поим, огромное количество людей привыкли работать в жестких рамках – им всю жизнь говорили, когда приходиться на работу и когда уходить, что делать и что не делать, их контролировали, поощряли и наказывали. Для этих людей свобода – огромный стресс, должно пройти время, чтобы они адаптировались в новых условиях. И сделать это проще, вписавшись в уже существующую команду, которая работает по определенным правилам.

– А кто не хочет вписываться? – поинтересовалась Ираида.

– Кто не хочет – работает самостоятельно, никто никого не принуждает. Это право каждого – участвовать в работе команды или нет. Но тогда эти люди не вправе рассчитывать на постоянное внимание и заботу со стороны своего спонсора. Не хочешь делать так, как спонсор тебе рекомендует, – работай, как считаешь нужным. Но и не требуй от спонсора, чтобы он решал твои проблемы.

– А вы знаете, что мне только что в голову пришло, – сказала Оля, – мы с самого начала новым дистрибьюторам говорим: в сетевом маркетинге существует принцип дублирования: «делай как я и не изобретай велосипед». Консультанты привыкают к такому стилю отношений, а потом удивляются, когда мы хотим от них инициативы.

– Так роли же менять надо, – сказала я, – сначала ты для своего консультанта – учитель, а потом партнер. На каждом этапе ты уделяешь ему разное количество времени, и меняется стиль ваших отношений. Вот мой спонсор – Лена, сначала возилась со мной почти ежедневно – звонила, учила, подбадривала. И я привыкла по каждому поводу к ней обращаться. А потом у нее появились новые консультанты, и мы стали меньше общаться. Я поначалу даже обижалась, а потом поняла, что она, как ракетаноситель, вывела меня на орбиту и отделилась, и это правильно, иначе я бы никогда не стала летать самостоятельно. Сейчас мы с ней поддерживаем нормальные дружеские отношения, я к ней обращаюсь за помощью только тогда, когда понимаю, что одна не справлюсь.

– А насчет дублирования, кстати, меня, например, большие сомнения гложут, – сказал Сережа. – Или я чего-то не так

Александр Синамати

---

понимаю, но, по-моему, не работает этот принцип «делай как я и добьешься успеха». Вот смотрите, в любой структуре есть лидеры, которые добились больших успехов за относительно короткое время, а их консультанты добились значительно меньшего, хотя они честно пытаются следовать принципу «делай как я». Но делать так, как делает их лидер, у них не получается. Вопрос к лидерам: почему вы не дублируете себе подобных?

– Ну, по разным причинам, – сказала Настя. – Меня тоже интересовал этот вопрос, и я поняла, что многие лидеры, когда говорят своим консультантам «делай как я», не в состоянии объяснить, как они «это» делают. У меня есть знакомый, он прекрасный пианист-импровизатор, при этом он едва знает ноты и никогда не учился игре на фортепьяно. Просто у него абсолютный музыкальный слух. Но он не может никого научить «делать как он», потому что так делать могут только люди, тоже обладающие абсолютным музыкальным слухом. Вот так же и многие лидеры – делают все интуитивно и не в состоянии написать ноты своей песни, потому что нотной грамотой они не владеют. А харизму не сдублируешь, она или есть, или нет. Вот взять хотя бы нашу Вику. Она очень любит выступать перед своей структурой. Соберет всех и начинает их мотивировать, мол, делайте как я и все у вас получится. Личность она яркая и неординарная, народ завести умеет, и ее консультанты, получив мощный мотивационный пинок, выскакивают, возбужденные, на улицу с мыслью – будем делать как она. Но, пробежав по инерции несколько шагов, останавливаются с недоуменным вопросом: а как делать? Технологию-то не объяснили. И на этом их кураж пропадает до следующего мотивационного мероприятия. Поэтому, на мой взгляд, когда харизматический лидер говорит своим людям «делайте как я», имеется в виду, что им нужно воспроизвести общую канву его действий – ставить цели, встречаться с людьми, проводить информационные встречи, иными словами, встать с дивана и начать хоть что-то делать. А что касается конкретных технологий, то ими нужно овладевать в другом месте и у другого человека.

– Но ведь есть лидеры, которые не только умеют что-то делать, но и могут научить своих дистрибьюторов? – спросил Сережа.

– Есть, конечно. И они это делают. Но и в этом случае не все так просто. Дело в том, что у многих лидеров существует, как правило, только одна модель успешного поведения – та, с помощью которой они сами добились успеха. Вот эту модель они и предлагают своим людям как единственно возможную. И говорят – не изобретайте велосипед, делайте как я.

– О, это про Колю, – сказала Оля, – у него есть отлаженная система действий начинающего дистрибьютора, и Коля предлагает всем новичкам работать только по этой системе.

– Нет, ну а что, разве плохо, когда начинающий дистрибьютор получают четкую модель поведения? – спросил Коля.

– Это отлично, – сказала Оля, – но ты не учишь, что люди-то все разные, кому-то эта модель подходит, кому-то нет. И вот те, кому она не подходит, пытаются найти другую модель поведения, а ты им заявляешь: когда у вас будет такой чек, как у меня, будете что-то свое изобретать, а сейчас спонсор сказал «прыгай» – спроси, сколько раз. И в результате наши консультанты либо прекращают работать, либо долго «тормозят» в поисках своего пути.

– Ну, а что делать прикажете с такими консультантами? – поинтересовался Коля.

– Есть такая хорошая фраза, обращенная к родителям, – сказала Настя, – «не стремитесь сделать своего ребенка таким же, как вы, помогите ему стать самим собой». Я думаю, что этому принципу стоит следовать и спонсору в работе с новичками. Спонсор не должен навязывать свою модель поведения всем без исключения, его задача – помочь каждому новичку найти свой путь в бизнесе. Это, безусловно, сложная задача, которая требует от лидера знания различных подходов к бизнесу и психологии людей.

– Есть еще одна причина, по которой не срабатывает принцип дублирования, – сказала Оля, – это когда спонсор сам только недавно пришел в бизнес и толком ничего не знает и не умеет. А ему уже нужно обучать своих консультантов.

– А еще бывает дистрибьютор-сиротка, – добавила я, – подписали его в купе поезда, спонсор «на дальней станции сошел» и все, дальше новичок мыкается в одиночку и ему ничего не остается, как изобретать велосипед. И, кстати, таких дистрибьюто-

ров, которые с самого начала не имели рядом спонсора и тем не менее поднялись наверх, очень много.

– Ну, хорошо, что в итоге делать-то с этим дублированием? – вернулся к теме Сережа.

– Вот мы в своей команде собрались и решили подкорректировать этот принцип таким образом: учиться нужно у того, у кого можно чему-то научиться, и учить должен тот, кто умеет учить. И ввели у себя такое правило: наши лидеры проводят обучение не только консультантов своей «ветки», но и всех желающих из параллельных структур. Составили расписание занятий, каждый лидер взял себе любимую тему и проводит по ней обучение. И консультант может выбрать, к какому лидеру пойти учиться. Причем, прежде чем лидер получит право проводить обучение с консультантами, он сначала должен провести «показательное» занятие с другими лидерами.

– Ну, вы молодцы, – сказал Сережа, – я давным-давно пытаюсь такой порядок завести в нашей структуре. Хватит, говорю я нашим лидерам, по своим «веткам» отсиживаться. Ты знаешь, как они сопротивляться начали? Во-первых, говорят, нам никакого резону нет обучать людей из других структур, так как они не приносят нам прямого дохода, во-вторых, у нас свои секреты мастерства, которыми мы хотим делиться только с нашими консультантами, а в-третьих, мы своих консультантов не хотим пускать на занятия к другим лидерам, пусть у нас учатся.

– Знакомая песня, – кивнула Настя, – у нас тоже поначалу лидеры сопротивлялись, но потом мы посидели, подумали и пришли к выводу, что «всеобщее» обучение гораздо эффективнее. Когда консультант все время видит и слышит исключительно своего спонсора, это задерживает его развитие. А по поводу того, почему некоторые лидеры не хотят учить «чужих» дистрибьюторов и своих не пускают к чужим, я вам так скажу: многие спонсоры заинтересованы в том, чтобы сделать своего дистрибьютора как можно более зависимым от себя, поэтому они просто боятся, что их дистрибьюторы, побывав на обучении других лидеров, выйдут из-под их влияния.

– Ну правильно, – сказал Коля, – они боятся потерять своих людей.

– При таком подходе они рано или поздно все равно их потереют, – сказала я, – невозможно вокруг своих людей создать каменную стену. Мы в своей структуре используем каждую возможность, чтобы поучиться друг у друга, плюс еще тренеров разных приглашаем к себе.

– У нас тоже такая идея была, – сказала Ираида, – тренера пригласить какого-нибудь, да только я засомневалась, будет ли польза? Ведь человек со стороны не знает специфики работы в сетевом маркетинге.

– А это от него и не требуется, – сказала Настя. – В задачу бизнес-тренера не входит научить твоих лидеров, как строить, например, региональные структуры, это ты сама можешь им рассказать. Тренер может не быть специалистом в сетевом маркетинге, но зато он специалист по проведению эффективного обучения. Я считаю, что непосредственный спонсор должен научить своего консультанта делать первые шаги в бизнесе плюс постоянно поддерживать с ним контакт, мотивировать, подбадривать и так далее. А профессиональным навыкам работы должен обучать профессионал. Мне всегда казалось странным, когда лидер пытается абсолютно все делать сам – сам учит, сам мотивирует, сам организывает. Задача лидера – создать команду из своих дистрибьюторов, каждый из которых делал бы то, что умеет лучше всего.

– Ну ладно, я уже морально готова к этому, только как мне моих лидеров перестроить на другие рельсы? Это же такое брожение умов начнется, – высказала опасение Ираида.

– Вот сейчас как раз у тебя подходящий момент для изменения ситуации, – сказала Настя. – Собери своих директоров и скажи: так и так, прошедший юбилей структуры – это промежуточный итог нашей с вами деятельности. Мне как лидеру структуры очень нравится в нашей работе то-то и то-то и совершенно не устраивает вот это и это. Поэтому давайте обсудим план нашего дальнейшего развития. И расскажешь им, что и как ты собираешься делать, про команду, которую ты планируешь создать, про правила, которые ты считаешь необходимым иметь в команде, ну и так далее. А сухой остаток должен быть такой: те, кто хочет войти в твою команду, работать в соответствии с выра-

Александр Синамати

---

ботанными всеми вместе правилами и взять на себя определенные обязательства, – пожалуйста, а кто не хочет – тоже ничего страшного, они не переходят в категорию «врагов народа», просто для них ты становишься информационным спонсором, не более того.

– А есть еще и другой вариант, – посоветовал Коля, – оставь своих лидеров в покое и активно привлекай новых людей. Начиная с ними работать «с чистого листа», уже по новым правилам. Это как в анекдоте: мальчик приходит домой с прогулки, стоит в коридоре весь грязный с головы до ног. Родители на него смотрят, и муж жене говорит: «Ну что, этого отмывать будем или нового сделаем?». По-моему, лучше новых делать, мне лично этот процесс больше нравится.

– Ладно, – решительно сказала Ираида, – с завтрашнего дня начинаем новую жизнь. И когда вы приедете ко мне на следующую годовщину – только попробуйте не приехать, я вас уже сейчас приглашаю, – вы мою структуру не узнаете. У меня все лидеры будут... как бы это сказать...

– Отмотивированные, – подсказал Коля, и все дружно засмеялись.

---

## Глава пятая

Сразу же после возвращения из Смоленска я позвонила Иннокентию и с удовольствием отметила радостные интонации в его голосе.

– Как хорошо, что вы позвонили, я уже начал беспокоиться, не забыли ли вы о своем обещании.

– Ну что вы, – успокоила я его. – Вот звоню, чтобы пригласить вас в наш Клуб. К тому же у меня к вам просьба: мы хотим небольшую учебу провести с нашими лидерами на тему, как приглашать мужчин в бизнес, и было бы здорово, если бы вы нам помогли.

– Без проблем, – легко согласился Иннокентий, – обязательно приеду в любое удобное для вас время.



Желающих поучиться приглашать мужчин в бизнес набралось человек двадцать. В назначенное время приехал Иннокентий, мы познакомили его с нашими консультантами, показали офис, угостили чаем, а потом я объяснила ему, что мы хотим сделать.

– Иннокентий, представьте себе, что вы пришли к нам в офис по объявлению. Вас встречает дежурный консультант и рассказывает вам о нашей компании, продукции и бизнесе. Вы внимательно слушайте, задавайте вопросы, если что-то будет непонятно, а потом нам скажете, что вас заинтересовало в наших рассказах, что было удачным, а что не очень. И вообще, возникло ли у вас желание сотрудничать с нашей компанией.

– Идет, – согласился Иннокентий. – А что в объявлении-то написано, по которому я прихож?

– Что там написано? – задумалась я. – Что мы обычно пишем? Ну, например: выгодная работа для энергичных людей. Гибкий график. Без финансовых вложений. Высокие заработки. Возможность карьерного роста и создания собственного бизнеса. Частичная занятость – заработок такой-то, полная – такой-то. Вот вы с этим объявлением в руках приходите к нам. Давайте поставим сюда стол и два стула, один для консультанта, другой для вас.

– Все понятно, – сказал Иннокентий, – я готов. Кто со мной будет беседовать?

В комнате воцарилась тишина.

– Ну, давайте я, – вызвалась Надя Камышева. – Я, как юная пионерка, всегда готова. Как говорится, лучше уж сразу отлучиться. Куда садиться-то?

Надя поудобнее устроилась на стуле и раскрыла свой ежедневник. Иннокентий подошел к двери и постучал.

– Да, пожалуйста, – приветливо отозвалась Надя, – вы ко мне?

– Да вот, – Иннокентий помахал листочком бумаги. – Это ваше объявление?

– Наше-наше, – охотно подтвердила Надя. – Заходите, садитесь. Как вас зовут?

– Иннокентий.

– Очень приятно, а я – Надежда. Скажите, Иннокентий, что вас заинтересовало в нашем объявлении?

*Александр Синамати*

---

– Возможность зарабатывать деньги, – решительно ответил Иннокентий.

– Прекрасно, а сколько вы хотите зарабатывать?

– Ну, не меньше тысячи долларов. Это возможно в вашей компании?

– В нашей компании возможно все, – гордо заявила Надя, – было бы желание. А какой у вас опыт предыдущей работы?

– Ну, у меня большой опыт работы в разных организациях, – туманно отреагировал Иннокентий.

– Прекрасно, а вас интересует дополнительный или основной заработок?

– В зависимости от того, что вы мне предложите, я решу – буду ли я работать постоянно или подрабатывать, – сказал Иннокентий.

– А что вы слышали о нашей компании и о продукции? У нас, кстати, очень интересная продукция.

– Что-то слышал, но, честно говоря, продукция меня не очень интересует, меня интересует возможность создать свой бизнес.

– У нас в компании есть несколько видов заработка, – начала рассказывать Надя. – Во-первых, мы получаем возможность экономить деньги, мы же сами себе клиенты.

– Не понял, что значит сами себе клиенты? – удивился Иннокентий.

– Ну, фирма у нас является продавцом, мы все у нее клиенты. То есть мы покупаем у фирмы продукцию.

– Вы меня, наверное, не очень правильно поняли, – решил внести ясность Иннокентий. – Я не хочу ничего у вас покупать.

– А придется, – строгим голосом сказала Надя.

– Зачем? – удивился Иннокентий.

– Ну, как же, – ответно удивилась Надя, – вот вы, например, голову моете?

Было видно, что этот вопрос застал Иннокентия врасплох, и он задумался.

– Ну-у, в общем-то да, конечно, – наконец, признался он, – а какое это имеет отношение к бизнесу? В вашем объявлении не написано «приглашаем мыть голову». Написано «карьера и возможность заработка».

– Вот я и говорю, – продолжала гнуть свое Надя, – у нас несколько возможностей заработка. Первое – это мы сами моемся, правильно?

– Я как-то никогда не считал это работой, – покачал головой Иннокентий.

– Вот, – торжественно сказала Надя, – а теперь компания будет платить вам за это деньги.

– За что «за это»? – опять не понял Иннокентий.

– Сейчас объясню. Какими средствами для мытья головы и ухода за телом пользуется ваша семья?

– Понятия не имею, – пожал плечами Иннокентий. – Супруга что-то покупает, в ванной огромное количество каких-то банок, тюбиков, я не очень хорошо в этом разбираюсь.

– То есть вам лично все равно, чем пользоваться? – с осуждающими нотками в голосе поинтересовалась Надя.

– Ну, в общем-то, да, – виновато признался Иннокентий.

– А если бы вам предложили пользоваться каким-либо косметическим средством и еще за это платили? Вы бы согласились?

– Что значит, если бы мне платили?

– Ну, дело в том, что наша компания платит своим консультантам за то, что они пользуются ее продукцией.

– А-а, я понял, – догадался Иннокентий, – вы тестируете на себе продукцию компании. Типа дегустаторов, да?

– Не совсем, – с ноткой раздражения сказала Надя. – Просто наш бизнес так устроен, что мы пользуемся продукцией, да еще получаем за это деньги. Вы поняли?

– Из того, что вы сказали, я понял, что продукция вашей компании не пользуется большим спросом у покупателей, поэтому, чтобы хоть как-то оживить сбыт, компания придумала нестандартный маркетинговый ход: смельчакам, которые все-таки решаются помыться вашими моющими средствами, за это приплачивают. Ну что ж, неплохо. Я согласен. Сколько вы мне заплатите за то, что я буду мыть голову вашим шампунем?

– Да нет, не так вы меня поняли, – замахала руками Надя. – Пользуясь продукцией, вы помогаете компании организовать

определенный товарооборот, и компания возвращает вам часть денег, которые вы заплатили за продукцию.

– А зачем она забирает? – поинтересовался Иннокентий. – Если потом все равно возвращает?

– Для того, чтобы отдать, – убедительно произнесла Надя. – Вот скажите, какую сумму ваша семья тратит на средства по уходу за телом?

– Никогда не задумывался над этим вопросом, – опять пожал плечами Иннокентий, – я в такие тонкости не вдаюсь.

– Наверняка вы много тратите, – покачала головой Надя, – да и покупаете, наверное, что попало. Но теперь у вас появится возможность мыться качественной продукцией и дешевле.

– Ну, спасибо, что бы я без вас делал, – пробурчал Иннокентий. – А скажите, для того чтобы зарабатывать тысячу долларов, мне обязательно нужно мыться вашими средствами?

– А как же – ведь иначе вы не сможете продвигать нашу продукцию.

– Куда продвигать?

Надежда сделала широкий взмах рукой:

– На российский рынок. Ведь у нас есть другой вид заработка: вы показываете каталог, собираете заказы, раздаете заказы и получаете сразу же тридцать процентов немедленной торговой прибыли.

– Кому я показываю каталог? – не понял Иннокентий.

– Ну, своим знакомым, соседям, случайным попутчикам. И вы должны не просто рассказать о продукции, а дать рекомендацию, чтобы человек пришел к нам и приобрел это мыло.

– Как у вас строго, – удивился Иннокентий, – для того чтобы помыться, нужна рекомендация от другого человека. Ну, а дальше что?

– А дальше мы приносим клиенту его заказ и получаем свои тридцать процентов. Это понятно?

– Это понятно, – подтвердил Иннокентий, – покупаю по одной цене, продаю – по другой. И сколько мне нужно продать?

– За месяц нужно сделать двести баллов, – сказала Надя. – Иными словами, нужно продать восемь туалетных вод, они у нас по двадцать пять баллов. Это понятно?

- Понятно, – с кислым видом сказал Иннокентий.
- Но может быть, вас это не устраивает – ходить с каталогами? – спросила Надя.
- Совершенно не устраивает, – подтвердил Иннокентий.
- Я так и думала, – радостно сказала Надя.
- А зачем же вы тогда мне это рассказываете? – удивился Иннокентий.
- Да, в самом деле, зачем я это вам рассказываю? – задумчиво спросила себя Надя. – Да потому что я это всем рассказываю. Ну ладно, мыться вы не хотите, с каталогом ходить вас не устраивает, хорошо, у нас есть еще один вид дохода – это проценты от группы. Вот я, например, с чего начинала. Я сделала двести баллов, фирма заплатила мне три процента, потом я пригласила двух своих подруг. Говорю им, девчонки, чего сидим, нужны деньги-то? Они говорят, конечно, нужны. Я говорю – пошли со мной. И я их тоже научила, как делать двести баллов.
- То есть тоже продать восемь туалетных вод, так?
- Ну, необязательно, у нас большой ассортимент. Вот, одна подруга мне, например, сказала: «Я не могу подойти к людям и отдать им каталог». Я ей сказала – пошли со мной. Я пошла, показала, как это делается. Так мы сделали эти двести баллов. Я и две мои подруги. И втроем получилось сколько?
- Шестьсот, – сосчитал Иннокентий.
- И вот мы вышли уже на нужный объемчик, и скидочка у нас уже какая? Так, смотрим табличку в маркетинг-плане, вам пока этого не понять.
- Я в состоянии разобраться в скидочках от объемчиков, – обиделся Иннокентий.
- Ага, я получаю премию уже не три процента, а шесть. Пошли дальше. Короче, смотрите, нам нужно подойти вот к этому двадцати одному проценту от товарооборота. Но одна я не в состоянии сделать такой товарооборот, вы согласны?
- Ну, не знаю... Судя по всему, вы в состоянии и больше сделать, – польстил Иннокентий. – Я только не пойму, что мне-то делать?
- Вот начинайте с того, с чего я начинала.

*Александр Синамати*

---

– Стоп, вы начинали с того, что пошли к двум своим подружкам. Мне тоже к вашим подружкам идти?

– Зачем к моим? – ревниво покосилась Надя. – К своим идите. У вас друзья есть?

– Есть, – признался Иннокентий.

– Вы для них авторитетный человек?

– Я надеюсь, – кивнул головой Иннокентий.

– Тогда смотрите, – Надя взяла ручку и нарисовала в своем ежедневнике кружок, – вот это вы. Вы приобретаете у нас замечательный неаллергенный шампунь, от которого у вас не будет раздражения на коже и исчезнет перхоть.

– У меня нет перхоти, – сердито отмахнулся Иннокентий.

– Ой, вы знаете, перхоть – как деньги – сегодня нет, завтра есть, – успокоила Надя. – Но теперь вы можете ее не бояться, потому что наша продукция...

– Так я все-таки купил продукцию? – обреченно спросил Иннокентий.

– Купили-купили, – заверила его Надя, – и рассказали о ней своим друзьям, для которых вы являетесь авторитетом. У ваших друзей тоже наверняка есть перхоть, они помыли голову и рассказали об этом своим друзьям. И у вас организовалась группа. Понятно?

– Понятно, – устал спорить Иннокентий. – Такое тайное общество борцов с перхотью. Надя, вы знаете, честно говоря, я с трудом себе представляю, что я приду к своим друзьям и спрошу: «Мужики, хотите помыться качественно и подешевле?». Они решат, что у меня что-то не то с головой. Не в том смысле, что я ее не мою, а в том, что внутри что-то расстроилось.

– А вы тогда спросите у них, хотят ли они иметь основной или дополнительный доход, – предложила Надя.

– Предположим, хотят.

– А вот тогда-то, – победоносно заявила Надя, – вы им и расскажете, что для этого надо обязательно мыться, тьфу, надо обязательно пользоваться нашей продукцией.

– Зачем?

– Как зачем? Потому что иначе вы не сможете о ней рассказывать.

– Меня вот что смущает, – сказал Иннокентий, – смотрите, я пришел к вам зарабатывать деньги, а вы мне предлагаете сразу же их потратить, купив вашу продукцию. А потом говорите, что я якобы могу заработать какие-то деньги. У меня такое впечатление создалось, что вы таким образом прежде всего хотите продать мне свой товар. А я не хочу покупать, пока не пойму, зачем мне это нужно – не в том смысле, зачем голову мыть, а зачем мне это для бизнеса? Вот вы можете мне в двух словах рассказать, в чем суть вашего бизнеса? У вас в объявлении написано: «Возможность создать свой собственный бизнес». В чем он заключается?

– Вы хотите узнать, в чем бизнес? – переспросила Надя.

– Да, – твердо заявил Иннокентий.

– Что-то я не соображу никак, – растерянно произнесла Надя. – Короче, Иннокентий, подписывайте контракт, и я вас всему научу на практике. Или давайте так сделаем: у нас по средам проходят презентации – приходите, мы вам все подробно расскажем.

– А сейчас не можете? – не терял надежды Иннокентий.

– Да вот, оказалось, что не могу, – расстроилась Надя. – Странно, я всем так рассказываю, и все меня понимают.

– Ну, не переживайте, – успокоил ее Иннокентий, – встречаются и тупые клиенты. Я тогда пойду в другой офис. До свидания.

\* \* \*

– Приглашение в бизнес, дубль два, – прокомментировал со своего места Коля. – Место консультанта свободно.

– Давайте я попробую, – сказала Нина Петровна. – Присаживайтесь, Иннокентий. Скажите, вас не смущает, что наша компания работает с косметикой, все-таки мужчина и косметика?

– Да нет, – покачал головой Иннокентий, – почему меня это должно смущать? Я думаю, что компания производит косметику, а в компании есть какие-то должности, на которые вы меня приглашаете. Так что пусть женщины занимаются косметикой, а я буду бизнесом заниматься.

– Прекрасно, – задумчиво сказала Нина Петровна. – Как вы совершенно справедливо заметили, наша компания занимается производством и продажей косметических средств. На нашем

рынке она уже более десяти лет. Для меня это очень важно, что компания стабильная. Потому что страшно идти неизвестно куда. Как вы думаете?

– Да мне не страшно, – пожал плечами Иннокентий, – чего бояться-то? Так что вы предлагаете?

– Мы предлагаем людям создать свой бизнес без вложения начального капитала. Прежде всего, нужно заключить договор с компанией. Он недорогой, всего сто двадцать рублей.

– Не проблема, – пожал плечами Иннокентий, – хоть сто тридцать.

– Компания вам предлагает за сто двадцать рублей стать ее клиентом или партнером в бизнесе. Во-первых, у вас будет возможность приобретать себе продукцию со скидкой. А второй момент – то, что вы можете дополнительно заработать. Вам нужно только донести информацию о нашей продукции до своих друзей. Продавать вам самому не нужно. Вы же не хотите продавать, правда?

– Почему не хочу? – удивился Иннокентий.

– Ну, известно, что большинство людей не любят продавать.

– Большинство людей просто не знают, что такое настоящая продажа, – возразил Иннокентий.

– Ну ладно, – свернула тему Нина Петровна. – Значит вы не продаете, а просто показываете другим людям наш каталог, а они вас просят для них что-то приобрести.

– А что они сами не могут придти, что ли? – поинтересовался Иннокентий, – зачем им меня просить?

– А потому что для вас это выгодно, – хитро улыбнулась Нина Петровна.

– А для них?

– А для них тоже, потому что вы оказываете им такую услугу.

– А они спросят меня – ты где это купил? Пойдут и сами купят, – засомневался Иннокентий.

– Ну и отлично, если они так скажут, это как раз возможность для вас заработать деньги – стать партнером компании.

– Вот с этого места поподробнее, – оживился Иннокентий. – Что это за партнер такой?

– Дело в том, – продолжила Нина Петровна, – что помимо того, что все люди моются, всем нужны деньги. В разном коли-



честве, конечно. И здесь мы можем предложить эту возможность другим людям.

– Какую возможность? – уточнил Иннокентий.

– Прийти к нам и воспользоваться этими возможностями. То есть покупать дешевле и иметь свой собственный бизнес.

– Я хочу иметь свой собственный бизнес. Что мне делать?

– Нужно донести информацию об этом до своих знакомых. Вот смотрите: я могу рассказать об этом бизнесе так, чтобы человек заинтересовался, но я не знаю ваших знакомых. А среди ваших знакомых обязательно найдутся люди, которым нужны дополнительные деньги. Ваша задача заключается в том, чтобы познакомить меня со своими знакомыми, а я им расскажу про наш бизнес. А вы в это время будете просто смотреть и слушать, как я провожу информационную встречу с вашими знакомыми.

– А зачем мне своих знакомых к вам вести? – удивился Иннокентий. – Я разве сам не смогу им рассказать?

– Нет, не сможете, – покачала головой Нина Петровна. – Дело в том, что ваши друзья вас знают на бытовом уровне и не воспримут как бизнесмена.

На Иннокентия было жалко смотреть. Он закатил глаза к потолку и судорожно пытался осмыслить услышанное.

– Честно говоря, я в шоке, – наконец признался он. – Что значит «они меня не воспримут как бизнесмена»? А кто я такой? Ничего себе. Это я приду к своим друзьям и скажу: «Ребята, я, к сожалению, не могу внятно рассказать вам о том, чем я теперь занимаюсь, а вот есть такая женщина, Нина Петровна, так вот она сможет. Она мне велела вас к ней привести».

– Нет, ну, постепенно, когда вы научитесь, то и сами сможете своим друзьям рассказывать, – смилостивилась Нина Петровна, поверх очков оглядывая Иннокентия. – Но первые шаги мы с вами сделаем вместе. Я с вами везде за руку ходить буду.

– Да не хочу я с вами за руку ходить, – решительно сказал Иннокентий. – Я сам в состоянии рассказать своим друзьям все, что нужно. Если, конечно, сам пойму, чем вы занимаетесь. Но пока не понимаю. Я вас спросил, в чем заключается ваш бизнес, вы мне сказали – в том, чтобы я приводил к вам своих знакомых. Вы очаровательная женщина, конечно, но...

*Александр Синамати*

---

– Вы меня дослушайте до конца и не перебивайте, – вдруг рассердилась Нина Петровна.

– А вы меня не обижайте, – полез в бутылку Иннокентий. – Что значит мои друзья меня не воспримут как бизнесмена? А вас они, конечно, сразу же воспримут, да?

– По крайней мере, они меня дослушают до конца, – парировала Нина Петровна.

– Вы моих знакомых не знаете, – отшутился Иннокентий. – Ну ладно, слушаю до конца и не перебиваю.

– Так вот, – продолжила Нина Петровна, – вы приглашаете своих знакомых, а я с ними провожу информационные встречи. Вы получаете компьютерный номер, и всех людей, которых вы приглашаете, компьютер отмечает, что они пришли по вашей рекомендации. Все эти люди пользуются нашей продукцией, таким образом, за сто двадцать рублей вы покупаете себе компанию, в которую не надо вкладывать деньги.

Иннокентий выпучил глаза и с изумлением уставился на Нину Петровну.

– В чем дело? – спросила она.

– Я молчу, – подавленно прошептал Иннокентий. – Я обещал молчать, и я молчу.

– Так вот, всю бухгалтерию ведет компания, товар завозит компания, хранит его на своих складах. Нам только остается воспользоваться этим инструментом.

– Каким инструментом? – завопил Иннокентий.

– Каким инструментом? – переспросила Нина Петровна и задумалась. – В самом деле, каким инструментом? Ну, вот этим самым.

– Вы только вдумайтесь, что вы говорите, – призвал ее потерявший терпение Иннокентий. – Вы мне предлагаете за сто двадцать рублей купить всю вашу компанию вместе с ее бухгалтерией, и мне остается только воспользоваться этим инструментом. И вы хотите, чтоб я к вам своих друзей приводил? Да они мне психиатра на дом вызовут, если такое послушают.

– Ну и не приводите, – вконец обиделась Нина Петровна. – Мое дело предложить, у нас бизнес сортировки, нам все не нужны, не нравится, я других найду.

– Ну, я пошел тогда, – сказал Иннокентий, – в другой офис к другому консультанту. Кто следующий?

\* \* \*

– Приглашение в бизнес, дубль три, – объявил Коля.  
– Ты вместо того, чтобы объявлять, сам бы пошел и показал, как надо делать, – сказала Вика.

– Чуть попозже, – пообещал Коля.

– Так, – решительно поднялась с места Вика, – настал мой час. Садитесь, Иннокентий. Я рада, что вы пришли, нам очень не хватает мужчин в нашем бизнесе. И мне бы хотелось узнать о вас побольше.

– С какой целью? – удивился Иннокентий.

– Потом поймете, – пообещала Вика. – Прежде всего, ответьте мне на такой вопрос: вы хотите изменить свою жизнь?

– С утра во всяком случае не собирался, – пожал плечами Иннокентий.

– Да-а? – разочаровано протянула Вика. – А почему?

– Ну, потому что меня устраивает то, как я живу.

– А зачем же вы тогда сюда пришли? – удивилась Вика.

– Да вот, по объявлению, – напомнил Иннокентий и процитировал:

– Вы тут пишете «возможность создать свой собственный бизнес, высокие заработки и быстрый карьерный рост». Про изменение жизни здесь ничего не говорится.

– Не говорится, но подразумевается, – не сдавалась Вика. – Дело в том, что в нашем удивительном бизнесе не каждый человек может добиться успеха. Нам нужны люди целеустремленные, которые хотят многого добиться, которые не боятся трудностей, которые...

– Ну, вот я такой и есть, – подтвердил Иннокентий, – целеустремленный и желающий много зарабатывать. Вы мне объясните, что делать-то?

– Сейчас объясню, – опять пообещала Вика. – Вам что-нибудь говорят слова «сетевой маркетинг»?

– Что-то говорят, – пожал плечами Иннокентий, – но вы расскажите поподробнее. В чем смысл этого бизнеса?

Вика задумалась и в глазах у нее появилась растерянность.

– В чем смысл? – повторила она, – а-а, смысл в том, чтобы создать команду единомышленников, людей, которых не устраивает то, как они живут, которые стремятся к высоким целям.

– Хорошо, а моя какая задача?

– Вот вы и должны найти таких людей.

– Ну, предположим, я их нашел, и что я им скажу?

– Вы их спросите: люди, вы хотите жить иначе, много зарабатывать, путешествовать, получать удовольствие от жизни?

– Хотим, скажут эти люди, а дальше-то что? – не отставал Иннокентий.

– А дальше приводите их сюда, к нам, и мы расскажем, как этого добиться.

– Да вы мне сначала расскажите, – взмолился Иннокентий. – Я хочу прямо сейчас узнать, как здесь у вас можно заработать деньги. Вот как вы сами зарабатываете? Что вы делаете?

– Что я делаю? – гордо спросила Вика. – Я даю людям надежду. Надежду на лучшую жизнь. А вместе мы создаем мир гармонии – физического, социального и духовного развития.

– Хорошо, а что вы конкретно делаете? Я имею в виду изо дня в день?

Вика опять задумалась.

– Н-у-у, мы собираемся, общаемся, сами учимся, других обучаем, в сауну ходим, в боулинг, путешествуем. Недавно вот в Испании были, скоро в Хорватию собираемся.

– Так, замечательно, а деньги-то откуда берутся?

– Деньги? – переспросила Вика. – А деньги в конце месяца как-то сами образуются.

– Понятно, – многозначительно сказал Иннокентий. – Ну что ж, спасибо, очень было приятно с вами побеседовать. Кто следующий?

\* \* \*

За стол на место консультанта села Варвара.

– А вы знаете, что сейчас в мире здоровых людей практически нет? – с места в карьер спросила она Иннокентия.

– Вы это к чему? – вопросом на вопрос ответил он.

– А к тому, что наша компания решает одну из важнейших и благороднейших задач – мы оздоравливаем нацию.

– Прекрасно, – кивнул головой Иннокентий, – очень рад за вашу компанию, а я тут при чем?

– А при том, что наша компания производит и продвигает на рынок России биологически активные добавки к пище, применение которых способствует профилактике и лечению различных заболеваний. Среди этих добавок есть и такие, которые обязательно помогут и вам.

– В чем помогут? – поинтересовался Иннокентий.

– А вот в этом мы будем разбираться, – с горящим взглядом пообещала Варвара. – У нас существует специальная диагностика, с помощью которой опытный специалист определит ваши проблемы со здоровьем и порекомендует вам ту или иную добавку из нашего ассортимента, используя которую, вы эту проблему обязательно решите. А ассортимент у нас, смею заверить, широчайший – у нас есть добавки для улучшения работы желудочно-кишечного тракта, костно-суставной системы, укрепления иммунитета и другая высококачественная продукция – травяные сборы, отвары, чаи, кисели. Кроме того, наши добавки отличает высокая эффективность, а наша компания является членом Всемирной Экологической Академии и имеет семьдесят два сертификата. К тому же...

– Стоп, стоп, стоп – замотал головой Иннокентий. – Кто вам сказал, что я пришел сюда решать свои проблемы со здоровьем? Мне не нужны ваши чаи, кисели, компоты, я это все дома пью. Я деньги пришел зарабатывать. Это возможно у вас в компании?

– Безусловно, – успокоила Варвара. – Вот вы курите?

– Курю, – сознался Иннокентий.

– Вот, – торжествуя произнесла Варвара, – а вы знаете, что у курильщиков катастрофически не хватает в организме витамина С? И вообще, с возрастом в вашем организме замедляется обмен веществ, ослабевает иммунная система, прекращается выработка пищеварительных ферментов. Организм все больше нуждается в незаменимых факторах питания – витаминах, минералах, аминокислотах, которые помогают работать ослабленным органам и системам.

Александр Синамати

---

– Варвара, – прервал Иннокентий, – если мне понадобится витамин С, я пойду в аптеку. Вы мне объясните, как вы деньги зарабатываете? С чего нужно начать?

– Начать нужно с очищения организма и нормализации микрофлоры кишечника, – решительно заявила Варвара. – Мы все живем в жутких экологических условиях – воздух загрязнен, в почве не хватает йода, нарушена структура питания населения. Как следствие этого – многочисленные заболевания. И вот тут на помощь приходят наши продукты высочайшего качества. Взять хотя бы наш кисель – плодово-ягодный, гранулированный, моментального приготовления – потрясающая вещь. Один-два стакана в день – и вы получаете полный набор микроэлементов.

Иннокентий обреченно вздохнул.

– Варвара, голубушка, – жалобно произнес он, – я не хочу киселя, я деньги хочу зарабатывать. Как вы это делаете?

– Да очень просто, – пожала плечами Варвара. – Вы регистрируетесь в компании и, естественно, первым делом приобретаете нашу продукцию и начинаете ею пользоваться, потому что без этого вы не сможете о ней рассказывать.

– Да почему естественно? – возмутился Иннокентий. – У меня есть приятель, он менеджер в одной крупной торговой компании и продает сельскохозяйственную технику. И заметьте, когда он устраивался на работу, его никто не заставлял купить трактор и перепахать на нем свой дачный участок. У него есть описание технических характеристик товара, который он продает, и этого ему вполне хватает. А вам, как я понял, важно прежде всего, чтобы новый человек отдал энную сумму за вашу продукцию. Один придет, второй, третий, каждому вы лапшу на уши вешаете про мифические тысячи долларов, а на самом деле все, что вы хотите, – вытрясти из него несколько сотен рублей. Поймите, я не хочу пользоваться вашей продукцией, по крайней мере, пока. Я денег хочу заработать.

– Да не волнуйтесь вы, – Варвара успокаивающе погладила Иннокентия по рукаву пиджака, – ведь мы так деньги и зарабатываем. Пропьете вы наш коктейль с пищевыми волокнами, желудочно-кишечный тракт начнет нормально функционировать, цвет лица улучшится, сразу станете себя лучше чувствовать,

другими словами, вы получите РЕЗУЛЬТАТ. И об этом результате вы расскажете другим, они тоже захотят получить такой же результат, а вы получите деньги, это понятно?

– Честно говоря, не очень, – вздохнул Иннокентий. – Боюсь, мне это не подходит.

– Да почему? – изумилась Варвара. – Ведь это так просто.

– Да совсем это не просто. Ну, вот представьте себе, сейчас чемпионат Европы по футболу показывают по телевизору, приходит наш финансист Петрович на работу и спрашивает меня: «Кеша, ты смотрел вчера, как англичане с португальцами сыграли?». А я отвечаю: «Петрович, это все фигня, ты посмотри, как после вчерашнего киселя у меня цвет лица изменился. Рекомендую тебе тоже». Бред какой-то. Я не готов конкурировать с аптеками и поликлиниками и к тому же я не понял, где здесь моя тысяча долларов зарыта. Так что, извините, я пошел дальше.

\* \* \*

– Располагайтесь, Иннокентий, – на место консультанта сел Анатолий, – что вас заинтересовало?

– Деньги, – решительно сказал Иннокентий. – Мне нужно много денег. Не меньше тысячи долларов.

– Есть в компании такие деньги, – многозначительно сказал Анатолий, – тысяча долларов – это уровень директора.

– Что нужно делать, чтобы достигнуть этого уровня?

– У вас друзья имеются? – таинственно наклонился поближе Анатолий.

– Меня уже здесь спрашивали про моих друзей, – раздраженно ответил Иннокентий. – А если у меня нет друзей, мне что – уходить?

– Ну что вы, – успокоил его Анатолий, – если у вас нет друзей, не переживайте, здесь они у вас появятся.

– Ну, хорошо, есть у меня немного друзей, – признался Иннокентий.

– Тоже хотят зарабатывать?

– Ну, как все.

– Тогда представьте себе такую картинку. Наша компания предлагает вам вагон косметики. Ее не интересует, сами вы будете

продавать или пригласите своих друзей, чтобы они вам помогли. Она вам говорит: если вы продадите этот вагон косметики, вы получите комиссионное вознаграждение. И вот что происходит дальше. Один человек погрузит косметику в тележку и будет ездить и продавать, другой будет стоять на рынке, а третий обзвонит своих знакомых и скажет: ребята, если хотите приобретать косметику дешевле на тридцать процентов, приходите и покупайте. Такой вариант бизнеса может заинтересовать вас и ваших знакомых?

– Почему бы и нет, – сказал Иннокентий. – Я готов приобрести вагон косметики. На каких условиях, с какой скидкой, какова форма оплаты и с кем можно заключить договор?

– Нет, наверное, я не так выразился, – смутился Анатолий. – Компания не продает вагон косметики. Я вам просто нарисовал картинку. Ну, значит, вы должны пригласить своих друзей к нам, а дальше мы им будем рассказывать, как зарабатывать деньги. В компании существует такой маркетинг-план, по которому на определенной ступени выплачиваются определенные деньги. Выплачиваются они за создание товарооборота.

– Как мы создаем товарооборот? Каковы мои функциональные обязанности?

– Вы будете приглашать своих друзей, они – своих, и мы все вместе продвигаем продукцию.

– Куда?

– На рынок – друзьям, знакомым, незнакомым.

– Каким образом? Что значит продвигаем?

– Ну, мы сами потребляем, друзья пользуются.

– И сколько мне нужно потребить продукции, чтобы заработать тысячу долларов?

– Вам лично? Ну, директорский уровень это примерно на шесть тысяч рублей.

– И мне обязательно все это нужно потребить?

– Ну, можете потреблять, а можете просто... э-э-э...

– Выкинуть, – подсказал Иннокентий.

– Можете и выкинуть, – великодушно разрешил Анатолий. – А можете и продать кому-нибудь.

– А если я не хочу продавать?

– Найдите тех, кто хочет, и научите их.



– А кем вы вообще предлагаете мне работать? – поинтересовался Иннокентий.

– Директором, – гордо ответил Анатолий.

– Прямо так сразу? – присвистнул Иннокентий.

– Нет не сразу, прежде чем стать директором, нужно наработать опыт.

– Ага, так все-таки вы мне предлагаете работать не директором, а кем?

– Ну, директором вы сможете стать, когда наберете свою команду.

– Послушайте, Анатолий, рядом с вашим объявлением висели другие объявления о приеме на работу. И там написано: приглашаются слесари, токари, печатники и так далее. Кто такой слесарь, я знаю, что входит в обязанности печатника, тоже представляю. А что делать у вас – ума не приложу. Вот вы пишете: предлагаем работу, карьерный рост, высокие заработки. Кем вы меня приглашаете на работу? Я кто?

– Ну, на первом этапе мы все являемся консультантами.

– Отлично. Консультант – это кто?

– В каком смысле?

– Ну, дайте определение профессии. Учитель – тот, кто учит, доктор – это тот, кто лечит.

– А консультант – это создатель товарооборота для компании.

– Я создатель товарооборота, – задумчиво произнес Иннокентий.

– Давайте по-другому, вы – носитель информации. То есть вы рекомендуете своим знакомым, близким, родственникам приобрести нашу продукцию, иными словами, рекламируете ее. И все, что в течение месяца было продано по вашей рекомендации, компьютер подсчитывает, и компания оплачивает ваши услуги.

– А как оплачивает?

– В соответствии с маркетинг-планом. Кстати, он у нас самый лучший, потому что простой и удобный. Вот, смотрите, – и Анатолий быстро набросал на листе бумаги множество кружочков, – вот это наше дерево, вот моя ветка, это мой спонсор, я под ним, вы подо мной, а всего у меня четыре ноги: две в нашем городе, одна в Самаре и еще одна в Кагалыме. Но эта нога, правда, почти засох-

шая, надо туда ехать и реанимировать дистриков. Так вот, вы в отрезной месяц делаете прокупочку на пятьдесят «пиви», ну, баллы по-нашему, – это внутренняя валюта у компании такая. Причем если вы сделаете прокупочку на семьдесят пиви, то пятьдесят оставляете на этот месяц, а двадцать можете оттрансферить на следующий. Ваша задача – спонсировать как можно больше людей в первом поколении. Их пиви плюс ваши пиви – все это складывается в кумулятивный объем, с которого вы и получаете свой бонус. С первого уровня десять процентов, со второго – семь, с третьего – пять и так далее. Самое главное – вырастить побольше веток, потому что наш маркетинг устроен так, что с одной ноги сосать не получится. К тому же, после завершения процедуры «компрессии» по статусу и вознаграждению, лидер под вами полностью отрезает ваш бонус со своего пятого уровня. Но зато когда вы квалифицируетесь дважды малахитовым президентом, то будете получать инфинити-бонус с седьмого уровня до бесконечности. Все очень просто, не правда ли?

– Элементарно, Ватсон, – подтвердил ошарашенный Иннокентий, – спасибо, я подумаю.

\* \* \*

– А ну, дайте я попробую, – вызвалась Ира. – Я прямо-таки в азарт вошла, как сложно-то с мужиками, оказывается. Ну-ка, снимите очки, – решительно сказала она Иннокентию.

– Зачем? – удивился Иннокентий.

– Снимайте-снимайте, – повторила Ира, достала из сумочки нашу салфетку из микроволокна, привычным жестом протерла стекла и вернула очки Иннокентию.

– Так лучше стало видно?

– Гораздо лучше, – подтвердил Иннокентий, – и что?

– А вот так вот мы и работаем в нашей компании, – победно заявила Ирина.

– В смысле, ходите и втираете всем очки? – уточнил Иннокентий.

– В смысле, ходим и показываем, как работает наша продукция, – в свою очередь уточнила Ира.

– А что вы мне предлагаете?

– Вам я предлагаю зарегистрироваться в нашей компании, это стоит сто двадцать рублей, купить что-нибудь из нашей продукции, вот хотя бы салфетку для пыли, затем вы приходите домой и начинаете ей работать.

– В каком смысле работать? – не понял Иннокентий.

– Ну, берете и протираете окна, например, или зеркало.

– Да я не протираю у себя дома окна, – пожал плечами Иннокентий.

– А почему? – удивилась Ирина.

– Ну, потому что у меня жена уборкой занимается.

– Ну, тогда купите жене, – предложила Ира.

– А зачем, у нее этих тряпок полно в доме, – отмахнулся Иннокентий.

– Таких вот нет, – уверенно сказала Ира и закатила глаза к потолку. – Вы не представляете, какая у нас продукция! Вы думаете, это просто тряпка для пыли? Это волшебная салфетка из специального микроволокна, которое буквально всасывает пыль со всех поверхностей. А какие у нас швабры с насадками! С нашей замечательной продукцией уборка превращается в удовольствие, экономит время. Наши консультанты просто влюбляются в нашу продукцию. И вы ее обязательно полюбите – стоит только попробовать.

– Вы знаете, – покачал головой Иннокентий, – я не уверен, что в состоянии испытывать к швабре такое сильное чувство. Ну ладно, вы деньги-то как зарабатываете?

– Теперь про деньги. Во-первых, у нас существует система аккумулированных скидок. И чем больше вы будете покупать нашу продукцию, тем дешевле она вам будет обходиться. То есть у вас есть возможность сэкономить. Подсчитано, что семья из четырех человек, пользуясь нашей продукцией, за год экономит сумму, достаточную для покупки двухкамерного холодильника.

– Слушайте, – нахмурился Иннокентий, – неужели я так похож на человека, который хочет сэкономить? В вашем объявлении не написано – «приглашаем экономить». Здесь написано – «приглашаем зарабатывать». Я сам готов деньги вложить, если буду уверен, что они окупятся.

Александр Синамати

---

– А вот вкладывать в нашей компании не нужно, – обрадованно заявила Ирина, – нашим бизнесом вы можете заниматься без больших вложений.

– В чем бизнес-то заключается? – устало поинтересовался Иннокентий.

– Бизнес-то?

– Да, бизнес.

– Вы готовы учиться?

– Я готов учиться, – нервно заерзал Иннокентий, – я готов работать, я готов делать все, что требует ваша компания, но при одном условии: если я пойму, что здесь действительно можно зарабатывать большие деньги. Что от меня требуется? В качестве кого вы меня приглашаете на работу, каковы мои функциональные обязанности? Что это за профессия – консультант?

– Консультант консультирует по поводу нашей продукции и приглашает других людей делать то же самое.

– А бизнес-то в чем?

– Бизнес в товарообороте.

– А когда он происходит?

– Когда кто-то, кого вы консультируете, покупает продукцию.

– Ну, наконец-то, – обрадовался Иннокентий. – Как это происходит? Расскажите на конкретном примере.

– На конкретном примере – пожалуйста, – согласилась Ира. – Так, значит, окна вы не моете, полы, я полагаю, тоже, а вот машина у вас есть?

– Есть, но лобовое стекло я не протираю, – быстро отреагировал Иннокентий.

– Тогда так сделаем, – Ира порылась у себя в сумке и достала массажер. – Я чувствую, что спина у вас, Иннокентий, напряженная. Вот вы спрашиваете, как мы деньги зарабатываем? Очень просто – берем наш скраб, массажер и идем в сауну. Я вам делаю массаж спины, вам нравится, вы приглашаете друзей, они тоже приходят к нам в сауну. Ну-ка повернитесь.

– Если можно, то чуть позже, – попросил Иннокентий.

– Можно и попозже, – согласилась Ира. – Ну, вы идею поняли? У меня вся первая линия через сауну прошла. Кстати, вы голову моете шампунем или хозяйственным мылом?

– Ох, ждал я этого вопроса, – вздохнул Иннокентий. – Вы знаете, голову мыть мне уже предлагали в вашем офисе, спасибо, я, пожалуй, пойду дальше.

\* \* \*

– Ладно, давайте я попробую, – сказал Коля. – Присаживайтесь, Иннокентий, что вас заинтересовало в нашем объявлении?

– Возможность открыть собственный бизнес и зарабатывать деньги. Расскажите мне, как мужчина мужчине, где здесь деньги лежат. Только не вдавайтесь в детали, расскажите о принципе бизнеса, если можно коротко.

– Если коротко, то во всем мире существуют две альтернативные системы распространения продукции. Одна система – традиционная, вторая система – сетевой маркетинг. Давайте я вам немного расскажу, как товар продвигается на рынок традиционным способом.

– Я знаю, как товар продвигается на рынок традиционным способом, – вежливо отказался Иннокентий.

– А, ну, прекрасно, – обрадовался Коля, – значит, вы знаете, что там существуют посредники, а наша фирма работает по методу прямых продаж, как говорится из рук в руки. И называется этот способ «сетевой маркетинг». Вот вы пиво пьете?

– Пью, – удивился Иннокентий.

– Отлично. Представьте себе, что ваш сосед, Николай Иванович открыл пивной комбинат. И решил он работать по сетевому маркетингу. Вот он к вам приходит и говорит: «Иннокентий, попробуй, какое пиво я сварил». Вы попробовали, говорите: «Хорошее пиво. Я его и раньше пил, только не знал, что вы его производите. Дорогое пиво, кстати». Тогда Николай говорит: «А вы хотите покупать его дешевле?». «Хочу», – отвечаете вы. «Тогда, – говорит Николай, – я выпишу вам дисконтную карточку, занесу ваше имя в компьютер, и вы сможете пожизненно пить наше пиво дешевле, чем все остальные». Вас заинтересует такое предложение?

– Идея мне нравится, – согласился Иннокентий.

– И вот к вам приходят друзья с намерением устроить пивной день. Какое вы пиво будете покупать?

– То, на которое у меня дисконтная карточка, – ответил Иннокентий.

– Правильно, – обрадовался Коля. – И вот представьте себе: пришли к вам гости, принесли креветок, раков, пельмешек сварили, сидите вы и балдеете.

– Слушайте, Коля, у меня уже слюна потекла, – облизнулся Иннокентий, – может, ну его, этот сетевой маркетинг, пошли пивка попьем.

– Подождите, – хитро улыбнулся Коля. – После того как вы выпили литров десять, вы друзьям говорите, что это не простое пиво, и вы его пьете по дисконтной карте, а ваш сосед Николай сказал, что если ваши друзья придут к нему покупать пиво и скажут, что они от вас, то тоже получают скидку. Что происходит дальше? Ваши друзья пошли к Николаю, взяли дисконтные карты и пошли пить пиво уже самостоятельно, без вас. А через месяц ваш сосед Николай приходит к вам и говорит: «Кеша, зайди к нам в бухгалтерию и получи тысячу долларов».

– За что? – удивился Иннокентий.

– А-а-а, вот в этом-то и сетевой маркетинг. А произошла такая ситуация: ваши друзья вместе со своими друзьями, которых вы не знаете, тоже устроили пивные праздники и выпили море пива, используя полученные дисконтные карты. И что получилось? Для компании Николая вы создали большой товарооборот. Благодаря вам Николай продал больше пива, и за тот товарооборот, который прошел через вас...

– В смысле то пиво, которое прошло через меня? – уточнил Иннокентий.

– Не конкретно через вас, а через всех, потому что компьютер учитывает каждую бутылку, которая была выпита не только вами, но и вашими знакомыми и знакомыми ваших знакомых. Понятно?

– Идея понятна, только непонятно, чем ваша-то компания занимается? Пиво производит?

– Да нет. Мы занимаемся добавками, косметикой, а я вам рассказал о принципе сетевого маркетинга, просто не на примере продукции нашей компании. Принцип такой: я пью пиво с дисконтом, мне нравится, я рекомендую его друзьям, и потом

Николай выплачивает мне за каждую кружку пива, которую выпью я и мои друзья. То есть вы сами экономите и еще зарабатываете. Короче, приходите к нам на презентацию, – пригласил Коля, – и там мы вам все подробно расскажем.

\* \* \*

– Друзья, – обратился к нам Иннокентий, – вы все успешные, хорошо зарабатывающие люди, объясните мне, что вы для этого делаете и как вам это удается?

– А черт его знает, – призналась Вика, – я даже как-то и не задумывалась над этим вопросом.

– Давайте я попробую, – сказала Алевтина, – я человек новый, может быть, у меня получится.

– И снова здравствуйте, – пошутил Иннокентий, в очередной раз постучав об притолоку двери.

– А вы что у нас уже были? – уточнила Алевтина.

– Неоднократно, – подтвердил Иннокентий. – Вчера был, позавчера, беседовал с такими же консультантами, как и вы.

– Ну и как вам наш офис?

– Шикарный. И очень доброжелательная атмосфера. А люди какие интересные! Мне здесь у вас предлагали недорого помыть голову, попить пиво, завести друзей, оздоравливать нацию, протирать очки, создать команду единомышленников и идти вместе с ними к цели, купить вашу компанию за сто двадцать рублей. Я чувствую, что вы живете напряженной, интересной жизнью. Я бы с удовольствием пришел к вам потусоваться, попить пивка, но вот у меня конкретный запрос – я хочу иметь свой собственный бизнес, неограниченный заработок и карьерный рост. А никто толком не может мне объяснить, как здесь деньги зарабатывают. Вот вы много зарабатываете?

– Пока нет, – честно призналась Алевтина, – но люди, которые меня сюда пригласили, действительно много зарабатывают. И я стремлюсь к этому.

– Расскажите, как они это делают, – попросил Иннокентий. – А то у меня такое впечатление, что на самом деле здесь не столько зарабатывают, сколько слухи распространяют, чтобы других сюда заманить. У вас не возникло такое впечатление?

– Ну, в принципе, было, когда я сюда пришла, – согласилась Алевтина. – Но я потихонечку разобралась в том, что здесь происходит.

Вот смотрите: у нас компания сетевого маркетинга. Сетевой маркетинг – это один из способов распространения продукции. Компании, которые используют это способ, распространяют свою продукцию не через магазины, а через сеть специально подготовленных консультантов. Кто такой консультант? Это человек, который заключил договор с нашей компанией и получил право приобретать продукцию со скидкой и распространять ее. В нашей компании более ста тысяч таких консультантов и я одна из них. Моя основная задача как консультанта заключается в том, чтобы распространять продукцию компании. У меня существует три возможности делать это: пользоваться продукцией, продавать ее другим людям и строить организацию из людей, которые будут пользоваться продукцией и продавать ее. Что я делаю для выполнения этой задачи? Я регулярно провожу информационные встречи, во время которых рассказываю другим людям о нашей компании, о продукции и о возможности заработать деньги. Что происходит в результате этих встреч? Кто-то соглашается пользоваться нашей продукцией и таким образом становится моим клиентом. Мои обязанности по отношению к клиентам следующие: я приношу им продукцию, консультирую по поводу того, как ею пользоваться, а затем интересуюсь результатами применения продукции, общаюсь о новинках ассортимента, приглашаю людей на лекции и семинары по продукции и так далее, иными словами, я постоянно работаю со своей клиентской группой. Что я с этого получаю? Я получаю доход от реализации продукции в розницу, ведь я как консультант компании приобрела ее со скидкой, а своим клиентам реализую по розничной цене, правильно? Это быстрые деньги. Что еще я делаю? Еще я приглашаю других людей зарабатывать деньги, то есть подписать соглашение с компанией и точно так же, как я, проводить информационные встречи и рассказывать людям о компании, продукции и возможности заработать деньги. Эти люди становятся членами моей организации. По отношению к ним я уже выступаю в роли



организатора и руководителя. Мои функциональные обязанности заключаются в том, чтобы организовывать и проводить презентации, учебные и мотивационные мероприятия, во время которых я учу консультантов своей организации, как проводить информационные встречи, как рассказывать о продукции и бизнесе, как обучать их новых консультантов и как работать с клиентами. И вот в результате всех моих действий число людей в моей организации растет, и мы все вместе закупаем продукцию у компании и распространяем ее. Мне как руководителю структуры компания выплачивает комиссионное вознаграждение – за объемы закупок, которые сделала моя организация в расчетный месяц. Это второй и основной источник моего дохода как консультанта компании. Конкретная сумма комиссионного вознаграждения зависит от маркетинг-плана компании. Подробно о маркетинг-плане мы рассказываем на специальных занятиях. Сейчас я вам могу сказать только одно: в среднем комиссионное вознаграждение консультанта составляет десять процентов от объема закупок, сделанных его структурой. Чем больше у вас людей в структуре, чем больше они закупают продукции, тем больше вы зарабатываете.

Что я вам предлагаю? Я вам предлагаю заключить соглашение с компанией и стать таким же консультантом, как я. Ваша задача будет состоять в том, чтобы распространять продукцию компании. Каким образом? Пользоваться продукцией, рекомендовать другим людям приобрести ее и создавать свою организацию из консультантов, которые будут пользоваться продукцией и распространять ее. Вы пройдете обучение и начнете проводить информационные встречи. У вас будет своя клиентская сеть и консультантская структура. В результате всех ваших действий люди, которых вы пригласили в свою организацию, будут покупать у компании продукцию и распространять ее, и компания будет увеличивать свой товароборот. При этом вы будете получать комиссионное вознаграждение за закупки, которые сделали консультанты вашей организации. Вот в этом и состоит бизнес, а все подробности мы с вами разберем на специальной школе, которую вам придется пройти в том случае, если вы примете мое предложение.

*Александр Синамати*

---

– Ну, слава тебе Господи, – вздохнул Иннокентий. – Давайте подписывать контракт.

## **Глава шестая**

---

– Ну, Иннокентий, и какое же впечатление осталось у вас от бесед с нашими консультантами? – поинтересовалась я, когда мы сели пить чай.

– Честно говоря, – задумчиво помешал ложечкой Иннокентий, – впечатление двойственное. Первое, что хочу отметить: все, с кем мне пришлось беседовать, производят впечатление необыкновенно доброжелательных людей. Вы эмоциональны, раскованы, приятно улыбаетесь, искренне говорите комплименты, и с вами очень приятно общаться. Это очень важно для людей вашей профессии, и этого я безуспешно пытаюсь добиться от сотрудников, которые работают в моей компании. Наши менеджеры по продажам умеют замечательно рассказывать о товарах, которые продают, но у них и в помине нет того, что есть у вас, – искренней радости от общения с клиентом. А вам с первых же минут встречи удается создать атмосферу комфорта, доверия и очаровать собеседника. Это здорово.

С другой стороны, по мере того как мы продолжали беседовать, все приятные чувства, которые вам удалось во мне вызвать, сменялись негативом. Я вам задавал совершенно конкретные вопросы: в чем заключается ваш бизнес, кто такой консультант сетевой компании, каковы его функциональные обязанности, за что он получает деньги. И ни на один из этих вопросов не мог получить внятного ответа. А вы в свою очередь задавали мне вопросы, смысл которых я не понимал: есть ли у меня друзья, хочу ли я изменить жизнь, каким шампунем я мою голову. То есть у нас не было диалога – каждый говорил что-то свое. И от этого несовпадения я раздражался и чувствовал, что либо вы сами толком не знаете, чем занимаетесь, либо знаете, но что-то скрываете, либо я такой тупой, что не могу понять очевидных вещей. Я получил огромное количество информации – про вашу ком-

панию, продукцию, маркетинг-план, но не увидел самого бизнеса. Я так и не понял, чем конкретно вы мне предлагаете заниматься, если говорить казенным языком, каковы мои функциональные обязанности. Вот смотрите, прихожу я в отдел кадров обыкновенной компании. Там меня спрашивают, что я умею, и рассказывают, что мне предстоит делать у них в компании, какой у меня будет оклад, кому я подчиняюсь и так далее. А что у вас? Спрашиваю: сколько мне нужно работать? Ответ: работайте, когда хотите. А сколько я буду зарабатывать? А сколько захотите, это зависит от вас. А что делать? Да рекламируйте нашу продукцию. Кому? Да кому захотите. В результате у меня возникает впечатление несерьезности происходящего и желание уйти.

Я знаю, что вы на сегодняшнем занятии отработываете приглашение в бизнес мужчин, так мой вам совет: мужчине сначала нужно показать всю картину целиком: вот компания, вот ты, вот деньги. Чтобы их заработать, нужно последовательно совершать вот такие действия. И только после того как становится ясна стратегическая задача, можно переходить к деталям. То есть рассказ нужно выстраивать от общего к частному. А у вас – куча деталей, пока меня не интересующих, и отсутствует общая картина.

– Спасибо, Иннокентий, – вздохнула я и обратилась к остальным: – ну а вы что думаете по поводу всего этого?

– Я в шоке, – призналась Нина Петровна. – Я вам честно скажу, что если бы я три года не проработала в нашей компании, то ни за что бы не поняла, о чем мы сейчас рассказывали. Мы же не слышим, что говорит нам клиент. Он нам про большой бизнес, а мы талдычим, как заезженные пластинки, – вы можете сэкономить, вы можете купить дешевле. Кошмар.

– А я вот что подумала, – сказала Ира, – за то время, которое мы проработали в этом бизнесе, многие вещи стали нам настолько знакомыми и естественными, что мы даже и не думаем, что кому-то они могут быть непонятны. К тому же мы стали изъясняться на каком-то жутком профессиональном жаргоне, который для человека с улицы кажется абсолютной абракадаброй. Вслушайтесь, что мы говорим: «это мой спонсор, она меня родила в сетевом маркетинге, и теперь у меня одно плечо и три ноги».

Александр Синамати

---

Что может подумать посторонний человек, когда это услышит? Что он попал в дурдом. Или вот еще: «это мое дерево, а это дистрики с моей ветки». Или: «Женщина, вы под кем? Ни под кем? Будете подо мной». А Анатолий меня вообще сегодня убил – «сосать из одной ноги» – это ты, конечно, круто завернул. Чирикаем на каком-то птичьем языке, который никто, кроме нас, не понимает.

– Это мне моя подруга рассказала, – поделилась Вика, – ей муж звонит утром из командировки из другого города и спрашивает: у тебя какая нога? А в ее компании бинарный маркетинг-план, вот она спросонья и начинает судорожно соображать, какая у нее нога сейчас должна вырасти. Оказалось, все проще – муж ей сапожки присмотрел и спрашивал, какой у нее размер ноги. Вот такая вот профессиональная деформация со временем происходит.

– Ну не знаю, для меня это вообще была нереальная ситуация, – поджав губы, заявила Варвара, – я по объявлениям не работаю. А реально я себя по-другому веду.

– Ага, и представь себе, – ехидно сказала я, – сидишь ты в офисе, вдруг заходит незнакомый мужчина и говорит: вот тут я объявление прочитал про вашу компанию, хочу поподробнее о вас узнать. А ты ему отвечаешь: «Мужчина, я по объявлениям не работаю, идите отсюда».

– Нет, ну если он зайдет, то, конечно, я с ним поговорю, – смилостивилась Варвара, – но вообще, людям, которые не хотят пользоваться нашей продукцией, я сразу говорю «до свиданья».

– Да с какой стати они должны сразу же возлюбить нашу продукцию? – пожалала плечами Настя. – Это мы от нее в восторге, потому что знаем вдоль и поперек, испытали на себе. А постороннему наша продукция пока абсолютно по барабану, извините за выражение. Вы вдумайтесь, что происходит. Мы спим и видим, как бы привлечь в свою структуру побольше лидеров, правильно? И вот он приходит – мужчина, амбициозный, целеустремленный, знает, чего хочет, готов работать, короче, – мечта дистрибьютора. А мы ему – раз – и прописываем очищение кишечника. Я поняла: у нас в голове есть заученная схема, и когда нас с нее сбивают, то мы теряемся и не знаем, что говорить. А насчет того, Варя, что

в реальной ситуации мы ведем себя по-другому – я лично сомневаюсь. Именно сейчас мы вели себя так, как обычно себя ведем, просто мы никогда не видели и не слышали себя со стороны. В офисе у нас полно людей, идет поток информационных встреч, кто-то подписывается, кто-то нет, а мы даже не анализируем, почему человек не согласился подписать соглашение.

– Вот я сейчас проанализировала и поняла одну интересную вещь, – задумчиво сказала Нина Петровна, – на самом деле я ведь не хотела, чтобы Иннокентий согласился работать в нашей компании.

– Это почему? – удивилась Вика.

– А потому что непонятно, что с ним дальше делать.

– В каком смысле? – переспросила я.

– В прямом. Дело в том, что мне легко разговаривать с людьми, с которыми я чувствую себя сильнее и умнее, короче говоря, по отношению к которым я могу выступать как лидер. И когда на собеседовании такие люди мне задают какие-то вопросы, я отвечаю примерно в таком духе: не торопитесь, об этом вы узнаете в свое время, вот придете на учебу, и там я вам все расскажу. Иными словами, я привыкла работать с людьми, которые, как бы вам сказать, слабее меня как личности, что ли, не знаю, как точнее выразить. И отношения у меня с ними складываются так: я для них непререкаемый авторитет, говорю им, что делать, а они выполняют. А тут приходит такой уверенный в себе мужчина, задает четкие вопросы, и я понимаю, что он не вписывается в мой сложившийся стиль отношений с дистрибьюторами. Он явно сильнее меня как личность, и я сомневаюсь, что сумею наладить с ним нужные мне отношения. И когда Иннокентий сказал, что он не будет работать, я чуть ли не с облегчением вздохнула: ну и слава Богу, пусть уходит, а я пойду к своим тетенькам, которые смотрят на меня снизу вверх, открыв рот, и ждут моих указаний. И еще я поняла, что таким людям, как Иннокентий, я даже не заикаюсь о возможности вступить в наш бизнес, а если они сами ко мне приходят, то я подсознательно делаю все, чтобы они ушли.

– Здесь есть, о чем подумать, – согласилась Настя, – интересная штука получается. Я подписываю людей, которые как

личности «мельче» меня, а они в свою очередь приглашают людей, которые «мельче» их. В результате процесс тормозится в четвертом-пятом поколении, потому что «мельче» некуда, никого больше нет в наличии.

– Ой, а я поняла, почему к нам мужчины не идут, – сказала Оля. – То, что мы им говорим, – это какой-то «поток сознания», в котором перемешано абсолютно все: швабры, бонусы, мир во всем мире, проценты с пятого уровня и желудочно-кишечный тракт. Мы переполнены эмоциями, в которых конкретная информация просто тонет.

– Ну, наконец-то, дошло, – угрюмо сказал Коля. – Я тебе сколько раз говорил, что у мужиков мозги по-другому устроены. Это ты можешь одновременно по телефону разговаривать, телевизор смотреть и ужин готовить. А я, если сижу за компьютером и готовлюсь к презентации, то нечего от меня требовать, чтобы я тебя еще и за ушком почесал и что-нибудь ласковое сказал.

– Да, мужчины в большинстве своем не способны к многозадачности, – подтвердила я. – Но, кстати, Коля, у тебя тоже не очень-то доходчивый рассказ получился.

– Да просто мне никто таких вопросов раньше не задавал, – сказал Коля.

– Может быть, – согласилась я, – но это не значит, что эти вопросы не возникают в головах твоих собеседников, просто они не всегда их озвучивают. Меня еще вот что поразило: как легко мы отдаем инициативу в разговоре. По сути, Иннокентий вел беседу, а не мы. А ведь это наш офис, мы знаем больше про наш бизнес, чем человек, который пришел к нам на собеседование, мы зарабатываем больше, чем он, мы умеем что-то, что не умеет он.

– Потому что он четко знал, чего он хочет, – сказала Настя, – а мы не могли ему четко сформулировать наше предложение.

– Иными словами, – подхватила Вика, – мы с вами как автомобили, нам бы еще колеса приделать, мы бы, знаете, как ездили. А если серьезно, я вот о чем подумала: как же я умудрилась пригласить такое количество людей в свою структуру? Может кто-нибудь ответить?

– У меня есть предположение, – сказала Настя. – Ты яркий человек, прирожденный лидер, который обладает способностью

влиять на других людей, особенно на тех, кто уступает тебе по масштабам личности. И человек, которому ты рассказываешь про наш бизнес, моментально попадает под твое влияние. И пусть даже он не очень хорошо понимает, куда и зачем ты его зовешь, а иногда даже совсем не понимает, но это ему уже не важно. Он думает: передо мной сидит успешный лидер, который многого добился, пойду-ка я за ним, может, и мне чего перепадет. Такое «подписание» у нас в сетевом называется «пойти на человека», правильно?

– Правильно, – подтвердила Ирина, – да у нас большинство людей так в бизнес пришли – потому что их заинтересовал сам человек, который их пригласил. Я первые три месяца вообще не понимала, что здесь надо делать, но ходила, потому что поверила своему спонсору.

– А дальше происходит вот что, – продолжила Настя, – эти люди, которых ты, Вика, «накрыла» своим влиянием, как одеялом, подписывают соглашение, и ты им говоришь: пройдите обучение и начинайте приглашать в бизнес других людей, то есть делайте как я. И даже показываешь им еще раз, как ты это делаешь: проводишь совместно с ними информационную встречу «два плюс один» и «подписываешь» людей, которых они к тебе приводят. А дальше они, по идее, должны действовать самостоятельно. Вот тут-то и происходит самое интересное: они пытаются воспроизвести то, что делала с ними ты, но у них ничего не получается, так как они не обладают теми личностными характеристиками, умением влиять на других, которые есть у тебя. И влияния не происходит. Их собеседник начинает задавать им конкретные вопросы – а что за бизнес, а что надо делать и так далее, – а на эти вопросы новичок ответить не может, потому что сам их в свое время не задавал и ответа на них не получил. Что происходит дальше? Новичок приходит к своему спонсору и говорит: что-то у меня никто не подписывается, давай я своих людей к тебе на информационные встречи приводить буду. Новичок приводит человека, которого он хочет «подписать», к своему спонсору, и тот опять проделывает с ним тот же самый фокус – накидывает на него одеяло своего влияния, заинтересовывает своей личностью и говорит – пошли за мной и у тебя все

будет хорошо. Этот человек подписывает контракт, казалось бы, цель достигнута, но! Скажите, кого этот человек будет считать своим спонсором – того, кто привел его на встречу, или того, кто в действительности его «подписал»?

– Конечно того, кто «подписал».

– Вот именно, а дальше история повторяется. И в результате лидер вынужден «подписывать» абсолютно всех, кого приводят к нему его дистрибьюторы, а сами они не могут приглашать других людей, потому что «делать как спонсор» они не в состоянии, а других методов у них нет.

– Ну что, есть у нас такой лидер, Елизавета, она так и работает, – сказал Коля. – Она говорит своим новичкам: ваше дело – под любым предлогом затащить людей, которых вы хотите пригласить в бизнес, на мою презентацию, а уж от меня они живыми не уйдут.

– Такой метод имеет право на существование, если он всех устраивает, – продолжила Настя. – Но при этом теряется смысл работы лидера: вместо того, чтобы вложить время и силы и обучить нескольких человек, а потом пожинать плоды своего труда, ему приходится впахивать постоянно и ежедневно многие годы. Но и это еще не все. Существует ловушка и для лидера – когда к нему приходит человек, на которого его харизма не действует, такой же сильный и уверенный, как, например, Иннокентий. И тогда привычная схема дает сбой. «Пошли за мной», – говорит лидер. – «Куда?» – спрашивает собеседник. – «Пошли, потом поймешь!» – «А я сейчас хочу понять». В результате подписания не происходит, потому что харизмы не хватило, а других внятных аргументов-то и не было.

– Значит надо приглашать тех, на кого у нас хватает харизмы, – сказала Варвара. – И вообще, помните, мы говорили, что не всем нужен наш бизнес и что не надо никого уговаривать, надо искать тех, кто готов заниматься сетевым маркетингом. Слушай, Алевтина, ты вот почему подписала со мной соглашение, что я тебе тогда говорила? Я разве тебе рассказывала все то, что ты сейчас Иннокентию говорила? Ты вообще откуда все это знаешь?

– Знаешь, Варь, если честно, то я не помню, что ты мне рассказывала, – призналась Алевтина, – просто у меня тогда такое



состояние душевное было, что мне все равно было куда идти. Я подумала, получится – хорошо, нет – тоже ничего страшного. Но точно помню одно: я проштудировала очень много книг по сетевому маркетингу и пока сама четко не поняла, в чем заключается этот бизнес, и не сформулировала конкретное деловое предложение, я никого к нам не приглашала.

– И вот что получается, – сказала я, – чаще всего мы приглашаем тех людей, кого в состоянии убедить, тех, кто готов нам просто поверить и пойти за нами, особенно не проверяя истинность наших слов. Мы можем ограничиться этими людьми, но тем самым мы ограничиваем и свои возможности. Мы все время приглашаем людей, которые готовы предпринимать какие-то действия, не очень хорошо понимая, что они делают, и должно пройти много времени, прежде чем они начнут успешно работать. А к нам сейчас приходит много людей, которые уже готовы работать и зарабатывать, но этих людей не устраивают наши эмоциональные и сумбурные объяснения – они хотят четко понять, что им предстоит делать, как и сколько им будут за это платить. И, не получив этих объяснений, они уходят в другие сетевые компании, благо сейчас есть куда пойти.

– Слушайте, – сказала Ирина, – а я вот что подумала, если мы, люди, которые по несколько лет уже в бизнесе, такое говорим, то что же несут наши новички. Что делать-то?

– Ну, самый правильный путь, – сказала Настя, – это помочь своим новичкам усилить свое личностное влияние. Для этого нужно систему обучения, которая у нас есть и достаточно хорошо работает, дополнить системой развития. Приглашение в бизнес – это вопрос влияния, и для харизматического лидера основным инструментом является его личность. Чтобы подписывать людей так, как мой спонсор, мне надо стать такой же яркой многогранной личностью, которая силой своего влияния увлекает других. И к этому надо стремиться. А пока моя личность еще не может являться инструментом, мне нужно получить другие инструменты, например, четкие речевые модули, которые я могу выучить наизусть и применять в работе. Новичок с самого начала должен знать ответы на вопросы: что такое

Александр Синамати

---

сетевой маркетинг, в чем заключается этот бизнес, кто такой консультант, каковы его функциональные обязанности, что он делает ежедневно и сколько за это получает.

– Есть такое выражение, – сказала я, – когда у нас в руках только молоток, то любая проблема рассматривается как гвоздь. Иными словами, профессиональный сетевик должен иметь несколько инструментов для приглашения в бизнес. Не подходит один – достаем из сумки другой. В общем, здорово, что мы такую учебу провели – сразу стали видны наши «белые пятна». Ну что, пошли по домам?

– Я справился с ролью подопытного кролика? – подошел ко мне Иннокентий.

– Да, конечно, спасибо огромное, вы нам очень помогли, – поблагодарила я.

– Непонятно только, кто здесь был кроликом, – проворчала проходившая мимо Вика.

– И я могу просить о награде? – продолжал Иннокентий.

– Безусловно, – подтвердила я.

– Тогда я приглашаю вас в ресторан.

Я запнулась. Так со мной всегда бывает: ждешь чего-то, а когда это «что-то» случается, то застает врасплох.

– Почему бы и нет, – наконец сказала я, – но сегодня у нас Совет Директоров, давайте...

– Совет Директоров у нас по понедельникам, – напомнила обладавшая феноменальной способностью слышать из противоположного угла комнаты Вика, – а сегодня четверг.

– Да? – неестественно удивилась я. – Надо же, как время бежит. Ну, хорошо, пойдемте сегодня.

– Тогда жду вас в машине, – предложил Иннокентий. – Всего вам хорошего, – попрощался он с нашими дамами, – было очень приятно познакомиться.

– И нам, и нам, – вразнойой заголосили дамы. – Заходите к нам почаще.

– Непременно, – пообещал Иннокентий.

– Ну, чего затормозила? – встряхнула меня Вика. – Давай в темпе, с лица все смывай, заново рисуй и вперед.

– Да я прямо даже и не знаю, – задумчиво сказала я.

– Чего ты не знаешь? – удивилась Настя. – А кто недавно жаловался, что в ресторан сходить не с кем? Кто хотел, чтобы мужчина проявлял активную жизненную позицию?

– И какой мужчина, – задвигала плечами Вика, – «ну настоящий полковник».

– Вы прекратите свои намеки делать, – возмутилась я, – между прочим, замужней женщине.

– И что? – сделала круглые глаза Варвара. – Замужние женщины в ресторанах не кушают?

– Тьфу на вас, подруги называются, – сказала я и достала кофемашинку.

---

## **Глава седьмая**

---

– Ну что ж, – продолжил разговор Иннокентий, когда мы удобно расположились в мягких креслах моего любимого рестораника. – Спасибо за возможность пообщаться с «живыми» дистрибьюторами – получил колоссальное удовольствие. Что-то стало более понятным для меня в вашем бизнесе, но все равно вопросы остаются.

– Что ж, готова на них ответить, – согласилась я.

– Ну, начнем с того, что, насколько я понимаю, планомерный подбор кадров в сетевой компании невозможен – привлечением других консультантов занимаются сами консультанты, при этом никаких «фильтров» на входе не существует и жестких критериев отбора компания не устанавливает.

– Да, – согласилась я, – в принципе дверь в наш бизнес открыта для всех. Шанс дается каждому, другое дело, что не все его могут использовать, поэтому отсеив все-таки происходит, но чуть позже.

– Меня смущает то, что в эту открытую дверь идут все кому не лень и сразу же получают возможность распространять продукцию компании. Честно говоря, я с трудом могу себе представить ситуацию, что мой отдел кадров принимает на работу абсолютно всех, кто приходит в офис, и эти люди на сле-

дующий же день приступают к реализации нашей продукции. Непрофессиональный подход какой-то. У нас кандидат на работу проходит собеседование, тестирование, потом обязательное обучение, потом какое-то время работает с наставником, а уж затем получает право на самостоятельную работу. Наши продавцы регулярно проходят аттестацию, во время которой мы проверяем их квалификацию, короче говоря, мы тщательнейшим образом следим за деятельностью наших сотрудников. А у вас как-то все очень просто – пришел, подписал контракт, почитал каталог, прослушал пару лекций и вперед – распространяй продукцию. Причем действия ваших консультантов реально никем не контролируются, и вы как руководитель структуры вряд ли имеете обратную связь от клиентов – довольны ли они действиями консультантов, есть ли на них жалобы и так далее. Так что, с одной стороны, здорово, что компания располагает таким ресурсом, как десятки тысяч продавцов, но, с другой стороны, возникает вопрос – насколько эффективна деятельность этих людей?

– Частично придется согласиться, – сказала я. – Что касается критериев отбора, то действительно, их определяет сам консультант – он приглашает к себе в структуру тех людей, с которыми он хочет работать. И по поводу обучения согласна – не все консультанты его проходят. Ничего не поделаешь – такова специфика нашего бизнеса. А что касается эффективности работы, вот тут я готова поспорить. Многие из наших консультантов, которых ваш отдел кадров, ориентируясь на свои критерии, и на порог бы не пустил, делают такие объемы продаж, которые и не снились по всем правилам обученным и прошедшим десятки аттестаций менеджерам по продажам. Потому что консультанты сетевой компании в своей работе используют другой подход к реализации продукции.

– Какой это другой? – не понял Иннокентий.

– Ну, давайте на конкретном примере. Ваша компания недавно открыла новый обувной магазин, правильно?

– Да, – с гордостью подтвердил Иннокентий. – Мы расширяем нашу сбытовую сеть – даже рекламный ролик запустили по телевидению.

– Видела я ваш рекламный ролик, – вздохнула я, – мужской ботинок заигрывает с женской туфелькой, наконец опутывает ее своими шнурками, а в это время голос за кадром проникновенно произносит: «Обувь от компании "Альбаракс": толстая кожа – не помеха для тонких чувств».

– А что, по-моему, неплохо, – неуверенно сказал Иннокентий.

– Конечно, неплохо, – подтвердила я, – для людей с задержкой умственного развития. Вы только не обижайтесь, Иннокентий, и воспользуйтесь редкой возможностью услышать правду, которую, может быть, в связи с вашим высоким статусом вам редко кто говорит. Ваша реклама – примитивная как шнурки и гладкая как лакированные ботинки, и поэтому в первый раз не вызывает никаких эмоций, а в десятый – раздражает. А этот ролик вы крутите уже месяц, и обходится он вам в немалую сумму, я полагаю.

– Да уж, – согласился Иннокентий, – а что делать – надо же как-то потенциальным покупателям сообщить о нашем присутствии на рынке. Вот вы же пошли в наш магазин, верно?

– Пошла, – согласилась я, – но не потому, что рекламу увидела, а потому, что знала, что это ваш магазин.

– Ну и как он вам?

– Очень хороший магазин. Только зашла, не успела оглядеться, отряхнуться – дождь на улице шел – как сразу же ваш продавец ко мне подскакивает – молоденький парнишка с резиновой улыбкой до ушей. «Вам помочь?» – интересуется. «Ну, – говорю я, – помогите. Расскажите мне, что у вас за обувь, откуда». Парнишка – молодец – оттарабанил все как положено – за пять минут я узнала массу жизненно необходимых мне вещей о какой-то механо-химической технологии, межподкладе для сохранения формы из волокна с высокими теплозащитными свойствами, о заднике из жесткого трехслойного картона, который обеспечивает устойчивость пяточной части, о двухслойной стельке и литой подошве, ну и еще что-то, я не запомнила. Чувствуется, что учили его хорошо, и аттестацию он только что прошел успешно. «Спасибо, – говорю, – за информацию». Села, примерила несколько пар – не подошли. Оглянулась – продавца шустрого и след простыл – он уже кому-то другому лекцию читает про супинаторы. А у противоположной стены девушка-

Александр Синамати

---

продавщица стоит – скучает. И на лице у нее крупными буквами написано: «я должна была родиться в Санта-Барбаре в семье американского миллионера, но произошла страшная ошибка, и вот я вынуждена стоять в этом долбаном магазине и обслуживать всяких фифочек. Но скоро появится прекрасный принц на мерседесе и увезет меня в тридевятое царство». Мне даже неловко было отрывать ее от мечтаний, потом все-таки решилась к ней обратиться и попросила принести мне другой размер. Девушка с трудом пришла в себя, отлепилась от стены, побродила где-то минут пятнадцать, наконец принесла туфли моего размера, но не того цвета. Я спрашиваю: «А светло-коричневый есть?». «Не знаю, – говорит, – может быть, есть, но у нас коробки перепутались. Женщина, а вы возьмите эти, цвет, вроде, тоже ничего». Я терпеливо повторяю, что мне нужен светло-коричневый. Она тяжело вздыхает, словно я ее последние деньги прошу одолжить, и опять исчезает. Короче, пока она бродила, разговорила я с женщиной, которая рядом со мной на скамеечке босножки примеряла. Она мне и рассказала, что на этой же улице, через квартал, есть другой обувной магазин, в котором она видела подходящего мне цвета туфли. Я ей сказала спасибо и ушла. Так что было приятно иметь дело с вашими хорошо обученными и наверняка прошедшими аттестацию продавцами, да вот беда – туфли-то я купила в другом магазине. И в ваш магазин я больше не пойду – мне там не понравилось.

– Когда вы были в магазине, не помните? – хмуро поинтересовался Иннокентий, – я хочу выяснить, какая смена работала.

– Да какая разница, – отмахнулась я, – дело же не в конкретной смене, а в общем положении дел. Основная проблема ваших продавцов в том, что они существуют абсолютно отдельно от товара, который продают, и совершенно равнодушны и к покупателям, и к тому, чем занимаются. Но я, кстати, их в этом не виню – они наемные работники и играют в чужую игру, старательно пытаюсь изобразить то, чего у них нет, – желание помочь клиенту решить его проблемы с помощью продукции компании. А на самом деле они думают только о том, чтобы поскорей рабочий день закончился. Так что у вас замечательный магазин, Иннокентий, я искренне говорю – зеркала красивые, скамеечки

удобные, коврики с ложечками, цены на обувь приемлемые. Но такие магазины – почти на каждом перекрестке. Слава Богу, не приходится, как двадцать лет назад, по четыре часа в очереди за югославскими сапогами стоять. Сейчас покупателя не удивишь наличием товара.

– А что ж ему еще нужно-то? – угрюмо поинтересовался Иннокентий.

– За всех говорить не буду, скажу про себя: мне не хватает в вашем магазине простых человеческих эмоций. Я же действительно пришла к вам с проблемой – мне нужна практичная обувь на каждый день, чтобы подходила одновременно и к пальто, и плащу, на невысоком каблуке, потому что на педали в машине надо нажимать, и чтобы ногу не натирала, у меня нестандартный подъем. И вот обо всем этом мне бы хотелось по-человечески поговорить с вашим продавцом, чтобы мне не улыбались искусственным оскалом и не рассказывали про технологию изготовления пяточной части, а искренне посочувствовали, покрутились вокруг меня, чтобы я ощутила, что мне здесь рады и готовы помочь. И вот тогда я обязательно куплю что-нибудь, более того, потом посоветую своим подругам пойти в ваш магазин. Мне как-то попалась одна умная книжка, к сожалению, не вспомню автора, так он пишет, что подход к выбору товара сегодня меняется, от рациональной оценки потребитель переходит к эмоциональному выбору, то есть на рынке конкурируют не столько сами товары, сколько истории, сопровождающие тот или иной товар и заставляющие человека испытывать определенные эмоции. И продавец, если он хочет быть успешным, фокусирует свое внимание не только на самом продукте, но и на наших эмоциях, связанных с использованием этого продукта. Даже термин такой придумали интересный – «экономический эффект задушевности».

– Я знаком с этой теорией, – сказал Иннокентий. – Идея, в общем-то, правильная, только мне кажется, в наших условиях ее сложно осуществить.

– В ваших – сложно, – подтвердила я. – А в наших – легко. И именно так работают наши консультанты. Они не занимаются продажами в классическом понимании этого слова. Они делятся с клиентами своими положительными эмоциями по поводу про-

*Александр Синамати*

---

дукции, которой сами пользуются. И делают это так, что в результате у клиента появляется желание испытать такие же эмоции, а для этого ему нужно приобрести продукт, о котором рассказывает консультант. А что касается эффективности такой деятельности – я в следующий раз вам принесу распечатку своей структуры – увидите, какие объемы делают «непрофессионалы».

– Вы правы, – вздохнул Иннокентий, – с персоналом у нас и в самом деле постоянные проблемы. Те, кто поумнее и поспособнее, недолго остаются на позиции продавца, а идут дальше по карьерной лестнице. А те, кого устраивает эта позиция, не очень охотно учатся и совершенствуются. И я вам честно говорю – я бы с удовольствием пригласил на работу некоторых ваших консультантов. Но вот я хочу одну вещь у вас спросить, только вы тоже не обижайтесь. У меня создалось впечатление, что многие ваши консультанты – это люди, которые по каким-то причинам не хотят либо не могут «вписаться» в современные условия жизни, то есть социальная среда их просто отторгла и им больше некуда идти, кроме как в сетевой маркетинг? Что вы на это скажете?

– А вот тут вы в самую точку попали, Иннокентий, – сказала я, – к нам действительно часто приходят люди, которых, как вы выражаетесь, социальная среда отторгла. Это пожилые люди, которые «выработали свой ресурс», по циничному заявлению одного из чиновников, они УЖЕ не могут трудиться в полную силу и вынуждены сводить концы с концами на жалкую пенсию. Это молодежь, которая ЕЩЕ не может работать в полную силу, и не представляет пока ценности на рынке труда. Это женщины, которым в бизнесе, да и не только в нем, отводится второстепенная роль: не потому что они чего-то не знают или не умеют, а просто потому, что они женщины и должны знать свое место в мужском мире. Иными словами, при приеме на работу существует огромное количество ограничений – по возрасту, образованию, социальному положению и так далее. И люди, которые в эти рамки не вписываются, приходят к нам в сетевой маркетинг и – что удивительно – раскрываются так, как никогда бы не раскрылись в других условиях, и начинают работать эффективнее других людей, тех, которые обществу подходят по всем пара-



метрам. Кстати, помните, когда мы с вами познакомились, во время нашего первого разговора вы меня спрашивали – почему в обществе существует негатив по отношению к сетевикам? Так вот, я думаю, что одна из причин заключается в следующем: если общество признает, что эти люди и их бизнес эффективны, это будет означать, что оно, общество, недооценило их, ошиблось по отношению к ним, когда, по вашему выражению, их «выдавило». А кому хочется признавать свои ошибки?

Пойдем дальше. В наш бизнес приходят также и люди, которые на сто процентов соответствуют требованиям вашего отдела кадров и которых вы бы с удовольствием взяли на работу, – энергичные, работающие, целеустремленные, коммуникабельные, творческие. Но дело в том, что они к вам не пойдут ни за какие коврижки, потому что у этих людей принципиально иные требования к работе и к жизни.

Это люди, которые чувствуют себя некомфортно в традиционных отношениях «работник – работодатель». Они не готовы работать в жестко определенное время, они сами определяют оптимальный для себя режим работы. Это люди, которые не хотят безмолвно подчиняться и выполнять указания начальства только потому, что оно начальство. Это люди, которые не хотят жить, чтобы работать, а хотят работать, чтобы жить. Они хотят зарабатывать столько, сколько они стоят, а не столько, во сколько оценил их начальник. Этим людям не требуется ежедневная опека и забота со стороны государства и организации, которая наняла их на работу, – они сами в состоянии позаботиться о себе, карьере, социальной защите и спланировать свое будущее. Вам знаком такой тип людей, Иннокентий?

– Да я сам такой, – пожал плечами Иннокентий. – Я бизнесом самостоятельным занялся еще тогда, когда первые кооперативы появились, – ушел с работы, я ведь неплохим инженером был, и пустился в свободное плавание.

– Вот видите, вас не устраивали условия, в которых вы работали, и вы смогли организовать свой бизнес и стать самому себе хозяином. Но традиционным бизнесом не каждый в состоянии заниматься. А в сетевом маркетинге все риски сведены к минимуму, а преимущества увеличиваются. И поэтому к нам идут

*Александр Синамати*

---

люди, которые не могут работать в жестких иерархических организациях, они хотят реализовать себя в свободных условиях.

– Ну, хорошо, хорошо, – вздохнул Иннокентий, – я допускаю, что все эти свободолюбивые люди реализуют себя в вашем бизнесе, мне только одно непонятно – возможен ли в ваших организациях хоть какой-то менеджмент? Ведь свобода свободой, но какая-то иерархия у вас существует, кто-то же управляет структурой, верно? Ведь есть же спонсоры, как вы их называете, лидеры, карьерная лестница. Как это все работает, если вы все – независимые дистрибьюторы? И работает ли вообще?

– Безусловно, – подтвердила я, – иерархия есть, как и в любой организации. Но между начальником в традиционном понимании этого слова и лидером дистрибьюторской структуры существует огромная разница. Давайте разберем на примере вашей фирмы.

– Да вы уже от моей фирмы камня на камне не оставили – все разобрали, – проворчал Иннокентий. – Реклама бездарная, продавцы неумелые, сейчас выяснится, что и руководить-то я не умею. Удивительно только, как я пятнадцать лет в бизнесе и еще не разорился?

– У вас еще все впереди, Иннокентий, – успокоила я его. – Вот смотрите, вы генеральный директор, глава фирмы. Вы нанимаете людей на работу и, следовательно, являетесь их работодателем. И с того момента, когда ваш работник подписывает трудовой договор, он оказывается в полной вашей власти. Вы говорите ему, когда он должен приходить на работу, когда уходить, что делать и чего не делать, вы платите ему зарплату, его карьерный рост целиком и полностью зависит от вас: захотите – повысите его в должности, захотите – объявите выговор, а можете и вообще уволить. То есть по сути дела вы – царь и бог, от которого зависит благополучие ваших подданных, то есть подчиненных, правильно?

– Ну, не так примитивно, но в общих чертах примерно так все и происходит, – согласился Иннокентий.

– А теперь давайте посмотрим, как дело обстоит у нас, – продолжила я. – В сетевом маркетинге консультант самостоятельно приглашает людей в свою организацию, но при этом он для них

не является работодателем – новый консультант подписывает договор с компанией, и комиссионное вознаграждение консультанту платит не его спонсор, не лидер структуры, а компания, продукцию которой он распространяет. Заработок консультанта определяется документом – маркетинг-планом, и не зависит от отношения к нему его непосредственного руководителя. То есть руководитель лишен самого главного рычага управления своими подчиненными – денежного. Не в его власти прибавить зарплату или лишить премии. Дальше – больше. Представьте себе, что ваши подчиненные не выполняют своих функциональных обязанностей и не делают того, что вы им приказываете. Как вы поступаете в таких случаях?

– Ну, втык делаю, как мне еще поступать? Выговор объявляю, если не действует, то увольняю.

– Правильно. А в нашей организации спонсор не может уволить своего консультанта, так как он является независимым дистрибьютором и вправе вести свой бизнес так, как считает нужным. А если спонсор будет постоянно делать втыки своему консультанту, тот просто прекратит с ним общаться и все.

– Ну и что? – с сарказмом поинтересовался Иннокентий. – Вы всерьез считаете, что при таких отношениях в организации возможна какая-то эффективная работа? Это же дурдом какой-то.

– Конечно, невозможна, – подтвердила я. – Для тех руководителей, которые привыкли существовать только в системе отношений «начальник – подчиненный» и распоряжаться своими сотрудниками как своей собственностью. Но ведь известно, что рабский труд не производителен, на страхе и принуждении добиться больших результатов невозможно. Такой стиль отношений малоэффективен даже в обычной организации, а уж в сетевом маркетинге он вообще неприемлем. И поэтому лидеру, чтобы повышать эффективность работы своей организации, приходится искать другие, более тонкие рычаги управления и выстраивать иные – ПАРТНЕРСКИЕ отношения в своей организации. В сетевом маркетинге задача лидера – не руководить людьми, а организовывать их, создавать условия для эффективной работы, мотивировать на достижение цели. Наш бизнес так устроен, что человек здесь может много заработать только в том

случае, если он помогает заработать людям, которых он пригласил в бизнес, поэтому здесь не существует конфликта интересов – руководитель заинтересован в том, чтобы его люди как можно больше зарабатывали. У нас руководителем считается не тот, кто получил высокий ранг в маркетинг-плане, а тот, кто владеет сердцами и умами людей.

– Высокие, высокие отношения, – съязвил Иннокентий. – И что прямо такой оазис у вас везде?

– Нет, конечно, не буду заниматься лакировкой действительности. Лидеры у нас разные, и ведут они себя по-разному. Но и результаты разные получают. Вот чем хорош еще сетевой маркетинг – в нем очень быстро становится понятным, кто чего стоит. Смотрите – стартовые условия у всех абсолютно одинаковые – один и тот же продукт, единые цены, один маркетинг-план. Но вот у одного консультанта сеть растет быстро и работает эффективно, а у другого – не растет, хоть ты тресни, а те люди, которых удалось подписать, через некоторое время уходят. В чем тут дело? А все очень просто – за одним человеком люди идут, а за другим нет. Один лидер умеет выстраивать взаимоотношения, а другой не умеет. И некого винить в своих неудачах – все, что ты имеешь, в том числе и заработок, – следствие твоих и только твоих действий, правильных или неправильных. Сетевой маркетинг – как прожектор – сразу высвечивает, на что ты способен. И это, кстати, еще одна причина, по которой многие люди боятся идти в наш бизнес, – конечно, кому же охота признаваться в том, что ты не имеешь никакого влияния на людей, что они за тобой не идут, а теми, кто пришел, ты можешь управлять только тогда, когда в твоих руках здоровенная дубина.

– Так, еще один вопрос – а бывают у вас такие случаи, когда лидер не работает со своей структурой? Предположим, у него в структуре пять-шесть активных человек, которые и выполняют всю работу, а их верхний спонсор ничего не делает, а вот вознаграждение получает.

– Таких случаев сколько угодно, – призналась я. – Мы даже недавно Совет Директоров нашей структуры собирали по этому поводу, ругались страшно. Многие лидеры считают, что это несправедливо – они пашут, организуют презентации, учебы и так

далее, а вышестоящий спонсор особых усилий не проявляет, но чеки со своей структуры имеет. Или другая ситуация – консультант в моей первой линии не занимается своей структурой, и я вынуждена работать с его людьми, иначе они разбегутся, а свое комиссионное вознаграждение с этой структуры он получает.

– Конечно, это несправедливо, – поддержал Иннокентий. – Надо тех, кто не работает, исключать из компании или не платить им деньги. И таким образом в компании останутся только те, кто работает.

– Вот-вот, – вздохнула я. – Первое желание – взять дубину и выгнать. Но не все так просто. Во-первых, в нашей компании существуют условия маркетинг-плана, согласно которым консультант, чья группа в расчетный месяц не выполняет необходимый объем закупок, получает меньшее комиссионное вознаграждение. Так что еще раз напомним, что заработок консультанта регулируется – но не начальником, не президентом компании, а маркетинг-планом. И критерий один и объективный – объем закупок. Как говорится, ничего личного, только бизнес.

Предположим, твой спонсор не уделяет тебе и твоей структуре столько времени, сколько тебе бы хотелось. Или вообще не уделяет. А ты работаешь в поте лица, и при этом тебя мучает мысль, что твой спонсор, не прилагая никаких усилий, получает комиссионное вознаграждение с объемов, которые делает твоя группа под твоим руководством. Причем некоторых консультантов эта мысль настолько мучает, что они прямо спать и есть нормально не могут. Лекарство от такой жабы только одно: посмотреть на эту проблему под другим углом зрения и подумать, что твой спонсор, который когда-то пригласил тебя в бизнес, тем самым дал тебе шанс. Если бы не он, ты, может быть, не стал бы тем, кем ты стал сейчас. И тем самым он уже сыграл свою роль в твоей жизни. И спасибо ему за это, и нечего считать деньги у него в кармане, тем более, повторюсь в сотый раз, что не ты ему платишь, а компания. А если тебе кажется, что он что-то не так делает, у тебя есть возможность в своей структуре сделать все по-другому. Теперь разберемся, что делать, если твой нижестоящий консультант не работает и тебе приходится работать

Александр Синамати

---

с его структурой. Тут дело осложняется еще и тем, что он действительно «всасывает» в себя часть денег, которые мог бы получать ты, если бы этого человека не было. И первое желание – убрать этого человека. Но, минуточку, – если бы не этот человек, то у тебя бы не было этих активных консультантов в третьем-четвертом поколении. Ведь это он их «подписал», правильно? А теперь ты хочешь его убрать? Если твой нижестоящий спонсор не работает и тебе приходится работать с его структурой, то это прежде всего твой прокол – недостаточно научил его, не сумел с ним выстроить нужные отношения и так далее. Или вообще его не надо было приглашать в бизнес. А теперь все – обратной дороги нет – так устроена система нашего бизнеса, ее надо принять как должное и не подвергать сомнению. Если мы будем ее переделывать, то бизнес перестанет существовать, потому что никто не будет работать, если нет уверенности, что люди, которых ты «подписал», останутся в твоей структуре навсегда. Компании, руководство которых закрывает глаза на переподписание, нестабильны.

– Ну, хорошо, а как руководство вашей компании справляется с вашими многочисленными директорами?

– Опять вы за свое, – всплеснула я руками. – Это вам надо справляться со своими подчиненными, которые постоянно норовят вам не подчиняться. А у нас президент компании выстраивает отношения с лидерами.

– Ну и как же эти отношения выстраиваются?

– В разных компаниях, насколько я знаю, по-разному. Есть компании, в которых руководство и крупные лидеры находятся в постоянной конфронтации друг с другом и все время выясняют отношения. Лидеры считают, что компания для них мало делает, компания считает, что лидеры не дорабатывают, а только требуют, и вот так они бодаются друг с другом. А у нас в компании в основе отношений президента и директоров лежит идея партнерства и сотрудничества. Крупный лидер – это партнер компании, он точно так же, как и президент, заинтересован в том, чтобы компания развивалась и богатела. Компания производит или импортирует продукцию, лидер занимается организацией сбыта, так что они находятся в одной связке. У нас в компании

существует так называемый Большой Совет, в который входят самые крупные директора из различных регионов, этот совет регулярно собирается и обсуждает с президентом компании, что и как нужно делать, чтобы компания и сети работали более эффективно. Вот такой у нас бизнес, – гордо сказала я.

– Бизнес у вас – как в сказке, – подтвердил Иннокентий, – чем дальше, тем страшнее.

– Я понимаю, Иннокентий, все, о чем я вам рассказываю, на первый взгляд выглядит непривычным, парадоксальным и вообще утопией. Но, уверяю вас, это реальность, с которой многие люди, и вы в том числе, раньше не сталкивались. Сетевой маркетинг – это не просто альтернативный способ продвижения товаров, это еще и альтернативный способ объединения людей. Это более эффективная модель человеческих взаимоотношений в бизнесе, и поэтому она приводит к более высоким экономическим результатам. Ведь не зря сетевой маркетинг называют бизнесом двадцать первого века. Сетевик – это человек, который обладает универсальными знаниями, умениями и навыками. Это доброжелательный, позитивный, нацеленный на успех человек, который уверен в себе, умеет общаться, постоянно развивается и учится, умеет учить других людей, он хороший психолог и руководитель. Не зря говорится: если ты стал лучшим в нашем бизнесе, значит ты стал лучшим в жизни, – с пафосом произнесла я.

– Слушайте, – вздохнул Иннокентий, – у меня к вам серьезное предложение: идите ко мне в компанию директором по связям с общественностью. Вы так здорово говорите, что можете убедить кого угодно в чем угодно.

– Хочу вас огорчить, Иннокентий, – сказала я, – но, во-первых, убедительна я только тогда, когда говорю правду и верю в свои слова. А во-вторых, ни один успешный сетевик не пойдет работать в линейный бизнес – и не потому что у нас лучше, а у вас хуже, просто мы очень разные.

– И все-таки мы вместе, – процитировал Иннокентий рекламный текст. – Я имею в виду нас с вами. Кстати, я у вас в офисе видел объявление о поездке в Хорватию – я тоже туда собираюсь в это же время, у меня запланированы переговоры с дело-

Александр Синамати

---

выми партнерами. Так что, может быть, поедем вместе и продолжим общение, как вы на это смотрите?

– А почему бы и нет, – сказала я и подумала, что в последнее время все мои проблемы решаются как-то сами собой, а я для этого не прикладываю никаких усилий. Хотела с кем-нибудь поехать в Хорватию – и вот, пожалуйста. Но оказалось, что я рано радовалась.

Домой я вернулась поздно, распространяя по квартире изысканные ароматы французских духов и итальянского мартини. Не иначе как на запах из спальни выполз заспанный муж.

– Привет, ты где была? – поинтересовался он.

– На тренинге, – как всегда сказала я чистую правду, – а ты чего не спишь?

– Да я тут подумал: что ты там говорила про Хорватию? Может, действительно вместе съездим?

«Ну вот, – подумала я, – одна проблема решилась, и тут же возникла другая. Ну и с кем теперь прикажете ехать? Или, как говорится, кто первым встал, того и тапки?»

– Так что ты по этому поводу думаешь? – переспросил муж.

– Я думаю, что пора спать, потом разберемся, – отложила я разговор.

---

## Глава восьмая

---

Вопрос о Хорватии мне удалось временно «заболтать», а на следующей неделе я опять уехала – в Самару на конференцию. Еще одно открытие, которое я для себя сделала, когда начала работать в сетевом маркетинге: оказывается, я очень люблю путешествовать. Вернее, всегда любила, но последнее время возможности особой не было. Когда сын был маленький, ездила с ним отдыхать, потом он подрос и начал путешествовать самостоятельно, муж у меня вообще не любит выбираться из дома, поэтому я долгие годы была, если так можно выразиться, «невыездной». И когда я в первый раз после долгого перерыва собралась уехать из дома, то переживала страшно: как тут мои мужчины



без меня проживут. Еды наготовила на месяц вперед, хотя уезжала-то на три дня, домой звонила по два раза в день. Потом еще раз уехала, а потом еще раз, и ничего – привыкли все – и я, и они; скучаем друг по другу, приезжаю – какое-то оживление в семье по поводу моего появления происходит. Вообще, я не понимаю, как я раньше могла так монотонно жить – каждый день одно и то же. Сейчас жизнь моя насыщена, как хороший мясной бульон, – столько поездок, новых людей, интересных впечатлений. Я, кстати, телевизор совершенно прекратила смотреть – своих, настоящих впечатлений хватает, а на чужие выдумки смотреть стало неинтересно.

Короче, съездила я в Самару, потом – в Волгоград и домой прикатила только в конце месяца к очередному Совету Директоров нашей структуры, на котором мы собирались обсудить накопившиеся вопросы, и один из них был посвящен результатам нашего тренинга. Я рассказала о том, как проходило наше занятие и что мы замечательно умеем рассказывать о продукции, но, к сожалению, когда речь заходит о бизнесе, не в состоянии внятно объяснить, чем занимаемся и как зарабатываем деньги. Просто удивительно.

– А что тут удивительного, – сказал Виктор Петрович, – каждый предлагает то, чем он сам занимается. Если дистрибьютор считает себя консультантом по продукции, то он и предлагает в первую очередь продукцию. И своим консультантам говорит: ваша задача – пользоваться нашей продукцией и искать людей, которым она нужна. Такие структуры в основном состоят из потребителей, а на школах они большей частью изучают продукцию.

– Ну и что здесь плохого? – недоуменно спросила Варвара. – В конце концов, наша задача – как консультантов компании – и заключается в том, чтобы распространять продукцию, правильно?

– А я разве говорю, что это плохо? – удивился Виктор Петрович. – Я просто объясняю разницу в подходах. Бывает и по-другому, когда консультант позиционирует себя как бизнесмена и считает, что продукт является лишь инструментом для ведения бизнеса. В этом случае он своим консультантам ставит дру-

гую задачу: искать и приглашать в свою структуру людей, которые хотят зарабатывать деньги. Соответственно, под эту идею и выстраивается обучение, основная задача которого – сформировать умения и навыки, необходимые для зарабатывания денег. Вот и получаются структуры разных типов – продукт-ориентированные и бизнес-ориентированные.

– Ну и у каких типов структуры лучше? – поинтересовалась Нина Петровна.

– Да мы не сравниваем, что лучше, а что хуже, – пожал плечами Виктор Петрович. – Любой подход имеет право на существование, и критерий правильности только один – насколько наши действия приближают нас к поставленной цели. И еще важно, чтобы консультант четко представлял себе, какой подход он реализует в своей деятельности. Я, например, начал об этом задумываться только тогда, когда понял, что мои действия – то, как я строю структуру и работаю со своими консультантами, – не способствуют достижению моей цели.

– А вы себе какую цель ставили? – поинтересовалась Вика.

– Цель у меня записана так: создать собственный бизнес, который приносит высокий и постоянный доход. Ну и цифры дохода, естественно, указаны. Помню, начинал я работать, как меня спонсор учил, – прошел школу, пользуюсь продукцией и рассказываю о ней другим людям – знакомым и незнакомым. Они становятся моими клиентами и тоже начинают пользоваться продукцией. А через некоторое время я говорю своим клиентам: «Хотите приобретать нашу замечательную продукцию дешевле?» – «Конечно, хотим, – говорят они». – «Тогда подпишите дистрибьюторское соглашение», – предлагаю я. Клиенты подписывают, я радостно складываю контракты в папочку и думаю: «Ура, сеть моя растет, все больше и больше консультантов у меня в структуре».

– Ну, правильно, ищем клиентов, потом превращаем их в консультантов – нормальный подход, – сказала Варвара.

– Вот и я так думал, – вздохнул Виктор Петрович. – Слушайте дальше. Сеть моя потихонечку росла, чек увеличивался, а я продолжал радоваться. Радовался я до тех пор, пока вдруг не понял, что сеть продолжает увеличиваться, а чек застыл на мес-

те. Думаю – что такое? Решил разобраться, что происходит? Взял распечатку своей структуры – а она у меня к тому времени была уже посильнее, чем «Фауст» Гете, – листов пятьдесят мелким шрифтом. Смотрю, в расчетном месяце напротив фамилий моих консультантов либо нули, либо небольшое количество баллов – по десять-пятнадцать. Достал распечатку за прошлый месяц – та же картина, но только у тех, у кого в этом месяце нули, в прошлом было по несколько десятков баллов, а у тех, кто делал какие-то закупки в прошлом месяце, в этом нули красуются. То есть постоянных закупок консультанты мои не делают. Начал я их тормошить, обзванивать, напоминать, что, мол, пора закупочку делать. Оказалось – бесполезно в большинстве случаев. Более того, мои новоиспеченные консультанты не очень хорошо понимали, чего я от них хочу, и даже удивлялись, с какой стати Виктор Петрович каждый месяц ближе к тридцатому числу начинает их обзванивать и настаивать на том, чтобы они приобрели очередную салфетку, или банку с добавками, или крем для лица. А некоторые прямо интересовались, мол, к чему такая срочность, нельзя ли на следующей неделе купить? «Нельзя, – строго говорю я, – потому что мне первого числа месяц закрывать надо». – «А мы-то тут при чем?» – искренне недоумевали они. Я поначалу злился и не понимал, почему так все происходит. А потом до меня дошло. Я подумал, а действительно, чего я от них хочу? Я им что предлагал, когда они контракт подписывали? Возможность пользоваться продукцией со скидкой. Вот они и пользуются. Я-то думал, что, подписав дистрибьюторское соглашение, они, как выражается Варвара, «превратятся в дистрибьюторов» и начнут активно распространять продукцию. Но этого не произошло. В большинстве своем мои клиенты после регистрации в компании так и остались клиентами, только со скидкой. И мне нужно было продолжать с ними работать как с клиентами и не ждать от них никакой деловой активности. Потому что деньги они зарабатывают в другом месте, а наша компания для них – всего-навсего большой магазин, где они могут подешевле приобрести продукцию, причем тогда, когда они этого хотят, а не когда мне месяц нужно закрывать. Вот я и понял, что мое комиссионное вознаграждение зависит не от каче-

ства работы консультантов, а от общего количества людей в структуре. Поэтому и чек у меня не растет, хотя списочный состав структуры увеличивается, – часть консультантов делает закупки в одном месяце, часть – в другом, а многие вообще превращаются в «мертвые души» и только место в распечатке занимают. А я, будучи уже в солидном директорском ранге, занимаюсь тем, что разношу моим дистрибьюторам продукцию и уговариваю ее купить. Такое положение дел не соответствовало моим представлениям о том, чего я хотел добиться. Я-то хотел создать бизнес-организацию, а получил клиентскую структуру. Я не говорю, что это плохо, просто я не этого хотел. А потом я заметил еще одну вещь: люди, которые не прочь были заниматься зарабатыванием денег, у меня в структуре долго не задерживались, а уходили в другие компании. И я понял почему – дело в том, что у меня в структуре не было атмосферы бизнеса. А если более конкретно, деньгами у нас не пахло.

– А чем у вас пахло? – втянул носом воздух Коля.

– Да всем чем угодно – аптекой, косметическим салоном, обществом по получению и распространению знаний, но только не деньгами. Вот я недавно был в другой сетевой компании – у меня там знакомый работает. Захожу ним в офис и первое, что вижу, – на стене стенд с фотографией – улыбающийся мужчина стоит около автомобиля, который он выиграл по результатам конкурса.

– Ну и что? – не поняла я.

– А теперь посмотрите, – предложил Виктор Петрович, – что у нас висит на стенде с информацией в Лидерской комнате.

– Результаты применения биологически активной добавки для профилактики желудочно-кишечных заболеваний – поносы, запоры, – присмотрелся Коля.

– Вот-вот. Так скажите мне, куда пойдут люди, которые хотят зарабатывать деньги, – туда, где машину можно выиграть, или к нам, диарею профилактировать?

– Вить, но, с другой стороны, если ты вопрос с диареей не решишь, то тебе и машина-то не нужна будет, – предположил Анатолий, – у тебя просто физической возможности не будет в ней сидеть.

– Да это я понимаю, Толя, просто мухи должны быть отдельно, а котлеты – отдельно. Я сколько раз предлагал офис разделить на две части: налево – диагностику и всю информацию о продукте, направо – деловая часть, которая должна быть оформлена совершенно по-другому – другая информация, обстановка и так далее. Чтобы люди, которые приходят к нам решить проблемы со здоровьем, шли в одну сторону, а те, кому интересен бизнес, сразу же попадали в деловую обстановку. Ну ладно, стал я анализировать дальше и задумался, зачем мы столько времени на школах уделяем изучению продукта? Зашел я на лекцию для новичков по БАДам – батюшки! – сидят бедные консультанты и слушают материал для студентов медицинского института – зачем им это надо, скажите, пожалуйста? Такое впечатление, что мы здесь занимаемся подготовкой специалистов-нутрициологов и косметологов. В результате многие консультанты, обладая огромными знаниями о продукции, не в состоянии «подписать» человека.

– Ну, я не согласна, – опять выступила Варвара, – многих людей привлекает именно возможность побольше узнать о здоровье, они изучают продукцию, чтобы квалифицированно объяснить клиенту, как ею пользоваться.

– Варвара, да поймите вы, я не говорю, что этого не надо делать, – опять уточнил Виктор Петрович. – Сетевой маркетинг тем и хорош, что каждый человек может получить в этом бизнесе то, что ему нужно, и найти свою нишу. Кто-то зарабатывает деньги, кто-то решает проблемы со здоровьем, кто-то общается. Как писал Конфуций, пусть расцветают сто цветов. Но при этом нужно четко понимать, что тебе нужно делать, чтобы достичь своих целей. Я не смогу зарабатывать большие деньги, если моих консультантов привлекает в сетевом бизнесе исключительно возможность получить новые знания – потому что они будут учиться, а не структуру строить.

– Это точно, – подтвердил Коля, – я на некоторых своих консультантов без слез смотреть не могу. Просто заучились – у каждого по десять исписанных общих тетрадей, куча кассет с записями. Все прямо профессорами стали – жалко только, что чек у них не растет.

– Кроме того, – продолжил Виктор Петрович, – я обратил внимание, что у меня в структуре очень мало молодежи. Проводили как-то мы собрание всей своей организации, смотрю – большинство людей в зале моего возраста и старше, почти не видно молодых лиц. Мы со Славой – моим лидером, даже собирались специальные презентации для молодежи проводить. Он говорит: «Ведь у нас у всех есть дети, у наших детей – куча приятелей, давай соберем их и проведем молодежную презентацию, расскажем, каким классным бизнесом они могут заняться». «Ну, что ж, – говорю, – идея хорошая. Давай обсудим, как лучше до молодежи донести наш прогрессивный бизнес». И что, вы думаете, Славка предложил? «У меня, – говорит, – идея. Мы же вчера из центрального офиса компании получили результаты клинических испытаний биологически активной добавки, улучшающей работу предстательной железы у мужчин. Это же такой аргумент – вот об этом нужно рассказывать на презентации». Я говорю: «Слав, ты наши с тобой проблемы на молодежь не переноси, у них эта железа работает так, что ты обзавидуешься. Для молодежи здоровье пока не является ценностью. К сожалению, их надо привлекать чем-то другим – необычным». Это я к чему говорю – к тому, что мы так привыкли на продукт приглашать, что мозги исключительно в этом направлении работают.

Короче говоря, я понял, что набрал в структуру огромное количество людей, с которыми у меня совершенно разные цели. А мне нужно, чтобы мои цели совпадали с целями большинства моих консультантов. Иными словами, они тоже должны хотеть строить свой бизнес и зарабатывать деньги. А моя структура представляет собой огромную и неуправляемую массу людей, время от времени покупающих нашу продукцию. Консультанты моей структуры в большинстве своем неамбициозны, в структуре большая текучка людей. Я не в состоянии планировать объем закупок структуры, так как не знаю, какая часть из моих консультантов будет в расчетном месяце закупать продукцию. И самое главное – я вдруг задал себе вопрос: а чем я владею в моем бизнесе?

– В каком смысле? – переспросил Коля.

– В прямом. Я вдруг представил себе, что завтра наша компания исчезнет...

– Что вы такое говорите, Виктор Петрович, – испуганно преврала его Варвара, – что значит, исчезнет?

– Ну, это я просто себе представил, – успокоил Виктор Петрович. – Помните, Каленч писал: чтобы узнать, что вы больше всего хотите в жизни, представьте себе, что жить вам осталось полгода. Вот то, чем вы будете заниматься эти полгода, и есть то, что вы на самом деле хотите. И вот я представил себе, что вдруг наша компания исчезнет – с чем я тогда останусь? И понял, что своего-то у меня – только список клиентов, которые время от времени покупают мою продукцию. И мне придется начинать все сначала, практически с нуля.

В общем, я пришел к выводу, что для достижения своей цели – собственный бизнес с высоким и постоянным доходом – мне нужно поменять акценты в своей деятельности и основное внимание уделить привлечению людей в бизнес и подготовке профессиональных сетевиков, то есть людей, для которых сетевой маркетинг является основным источником заработка. Именно от качества работы этих людей, а не от количества людей в структуре, и зависит мой успех. Профессиональный сетевик нацелен на достижение успеха, он амбициозен в хорошем смысле этого слова, и когда таких людей в структуре много, то они создают соответствующую обстановку – жизнь начинает кипеть. И молодежь охотнее идет в такую атмосферу. Но самое главное – у нас с этими людьми общие цели, и с ними я могу строить долгие отношения, создавать команду. И эта команда – единственное, чем я владею в этом бизнесе, потому что в случае форс-мажорных обстоятельств эти люди пойдут со мной туда, куда я их позову.

– Хорошо, и сколько же в структуре должно быть профессиональных сетевиков? – поинтересовался Коля.

– Я думаю, что не менее двадцати процентов от общего количества всех активных консультантов.

– Ну и как ты эти акценты поменял? – спросил Анатолий.

– Я решил сделать две вещи: во-первых, прекратил «превращать» в дистрибьюторов всех клиентов подряд. Я предлагаю клиенту подписать дистрибьюторское соглашение только в том случае, если он морально готов строить структуру и зарабаты-

вать деньги. А во-вторых, приглашая новых людей, я теперь рассказываю прежде всего о возможности зарабатывать деньги в нашей компании, то есть приглашаю в бизнес.

– Ну, не знаю, – сказала Нина Петровна, – во-первых, действуя таким образом, вы можете не увидеть в клиенте будущего сильного лидера. А во-вторых, хорошо вам говорить – приглашайте в бизнес. А вы знаете, Виктор, что за люди к нам приходят на собеседования? Они как услышат слово «сетевой маркетинг», так сразу убегают. Я, например, чтобы их не спугнуть, специально сначала рассказываю про продукцию, мол, у нас вы можете решить проблемы со здоровьем, приобрести косметику, разные полезные товары для уборки дома и так далее. Некоторые консультанты у меня даже и не подозревают, что в сетевую компанию попали. И только спустя некоторое время я им ненавязчиво так рассказываю, что у нас можно и деньги заработать.

– Я с Ниной согласна, – сказала Варвара, – люди к нам иногда приходят такие замороженные – ну прямо как курицы-полуфабрикаты. Вы же не будете замороженную курицу сразу готовить – надо, чтобы она полежала немного и оттаяла.

– Ну, во-первых, я очень хорошо знаю, кто приходит к нам на собеседование, – сказал Виктор Петрович, – я активно работаю с холодными контактами. Да, действительно, разные приходят люди, вопрос заключается в том, с кем мы предпочитаем работать. Я тоже долгое время занимался «размораживанием», но потом понял, что получается парадоксальная вещь – мы хотим много зарабатывать, у нас большие цели, а достичь этих целей мы собираемся с помощью людей, которые при упоминании нашего бизнеса «боятся и убегают». А тем временем вокруг нас толпами ходят люди, которые ищут возможность зарабатывать деньги, но они про нас просто не знают, а мы к этим людям тоже не идем, потому что работаем с «отмороженными». Вот в чем вопрос – о соотношении наших усилий, времени и полученного результата. Что эффективнее – иметь 10 профессионалов, которые ежемесячно, стабильно выполняют объем закупок на 100 долларов каждый, или 100 потребителей, которые время от времени покупают на 10 долларов?



– Да кто спорит, – сказала Настя, – еще классик сказал – «лучше меньше, да лучше». И я обеими руками за то, чтобы сразу приглашать людей в бизнес. Но дело в том, что многим консультантам, особенно новичкам, легче предлагать продукцию, чем приглашать в бизнес.

– Ой, ну что ты говоришь, – всплеснула руками Ира. – Пока ты клиенту объяснишь, почему салфетка для пыли стоит двадцать баксов, семь потов с тебя сойдет.

– Ира, а я не говорю, что это просто. Но когда ты предлагаешь продукцию, тебе есть на что опереться – во-первых, существует сам продукт, его можно потрогать, на нем этикетка страны производителя, у него есть конкретная цена, а самое главное, ты можешь немедленно продемонстрировать эффект от применения этого продукта: было грязное зеркало – ты прошлась по нему салфеткой, и оно стало чистым. Иными словами, существует предмет для обсуждения. Когда же мы приглашаем человека в бизнес, то мы ему говорим, что через какое-то время, – когда – точно сказать не можем, – его жизнь изменится и, возможно, в лучшую сторону. А может, и не изменится – все зависит от него самого. При этом единственное доказательство, которое мы можем привести в качестве аргумента, – это наша собственная успешная личность. А что может новичок? Новичок может рассказать о полученном результате применения продукции, а в бизнесе-то он результатов еще не получил. И, кроме того, когда мы предлагаем бизнес, то по сути предлагаем человеку изменить свою жизнь, и не каждый из консультантов, даже опытных, готов взять на себя эту ответственность. Поэтому мы в большинстве своем и делаем акцент на продукции.

– О, это я сплошь и рядом такие отговорки слышу, – махнула рукой Вика. – Спрашиваю у своих консультантов: вот вы, вроде, все знаете, все умеете, почему людей мало подписываете? А они мне отвечают, что, мол, боимся приглашать людей в бизнес, потому что не уверены, получится у них или нет, и не хочется брать такую ответственность за них. Я им говорю: представьте себе, что продавец лотерейных билетов переживал бы за каждого покупателя – а вдруг тот не выиграет. Он бы ни одного билета не продал.

– Вот-вот, а еще новички очень боятся быть навязчивыми, плохо переносят отказы и так далее, – продолжил Виктор Петрович. – И все потому, что они сами не уверены в том, что занимаются достойным делом, поэтому и других не могут звать за собой. Я как-то провел анкетирование среди своих новых консультантов и просил их ответить на вопрос: как вы оцениваете ваше нынешнее занятие сетевым маркетингом – как шаг вперед или как шаг назад в вашей жизни?

– И что они ответили, интересно? – спросила я.

– Мне тоже было интересно, а когда я прочитал ответы, мне стало очень грустно. Потому что подавляющее большинство новичков признались, что считают факт подписания контракта с сетевой компанией шагом назад. Дескать, раньше мы были врачами, учителями, военными, научными сотрудниками, одним словом, уважаемыми людьми. Но жизнь так сложилась, что пришлось заняться каким-то сетевым маркетингом. Представляете? А мы-то как с новичками работаем? Быстренько лекцию прочитали, прайс-лист показали – берешь по одной цене, продаешь по другой и вперед, составляйте список родных, друзей и знакомых и рассказывайте им о нашей замечательной продукции и о возможности зарабатывать деньги. И главное, с энтузиазмом рассказывайте. Бог ты мой, подумал я, когда эти анкеты прочитал, каким родственникам? каким друзьям? с каким энтузиазмом? Да новички же стесняются самих себя, а я им про энтузиазм толкую.

– И я их очень понимаю, – сказала Настя, – первые месяцы работы в нашей компании, когда друзья меня спрашивали, куда я устроилась, я отвечала: да так, подрабатываю в одной компании – травками занимаюсь. Помню даже один мой знакомый съязвил как-то, мол, не теми ты, Настя, травками занимаешься.

– И вот что получается, – продолжил Виктор Петрович. – В первой половине дня наш консультант преподает в институте и чувствует себя уважаемым человеком, он занимается благородным делом, но денег ему за это платят мало. А после обеда он приходит к нам, и я ему рассказываю, как консультант нашей компании может за час заработать сумму, равную не-

дельному окладу преподавателя. Но он психологически не готов это сделать. И я понял, что моя первоочередная задача как спонсора – помочь своим консультантам преодолеть этот психологический барьер, и тогда их деятельность будет более осмысленной, а следовательно, более эффективной. И сейчас у меня в программе начального обучения есть специальный семинар для начинающих, на котором я помогаю им освоиться со своей новой ролью – консультанта сетевой компании, и объясняю, что это благородное занятие, которого не надо стыдиться. Что это не шаг назад, а, наоборот, шаг вперед в их жизни.

– Ну, а почему вы только для своих этот семинар проводите? – возмутилась Варвара. – Я для вашей ветки, между прочим, всегда лекции по продукту читаю.

– Да я с удовольствием, – согласился Виктор Петрович, – давайте прямо на следующей неделе.

Мы еще долго разговаривали, домой я пришла уставшая и голодная, но только включила чайник, как позвонила Ираида. Пока мы болтали, я раздумала готовить ужин, потому что успела намазать и съесть два здоровенных бутерброда и выпить кружку чая. Наконец Ираида повесила трубку, и я решила позвонить Иннокентию на работу – зачем – сама не знаю. «Иннокентий Петрович на совещании», – противным голосом заявила секретарша. Намазала еще один бутерброд и только надкусила, как раздался телефонный звонок – это был Иннокентий.

– Что-то вас долго не было слышно, – услышала я мягкий упрек в его голосе, – а обещали не пропадать.

– Да я только что звонила, – возмутилась я, – но вы были на совещании.

– Да, совещания действительно у нас почти постоянно проходят в последнее время, – согласился Иннокентий, – и только что мы решали очень важный вопрос, который, кстати говоря, может быть и вас заинтересует.

– Меня? – удивилась я, – и что это за вопрос?

– Ну, это не телефонный разговор, – туманно ответил Иннокентий. – Давайте пообедаем завтра вместе.

---

Александр Синамати

---

## Глава девятая

---

На утро у меня было запланировано множество разных дел, но я их все задвинула подальше и залегла в ванну с теплой водичкой – надо было подумать. Иннокентий интересовал меня все больше и больше, и это меня одновременно и радовало, и настораживало. Мне нравилось опять чувствовать себя объектом внимания со стороны мужчины – это было почти забытое чувство. Дело в том, что долгое время после того, как я вышла замуж, мужчины как-то не проявляли ко мне особенного интереса – очевидно, было во мне что-то такое, что мешало им это делать. Да и мне было не до них. Единственным посторонним мужчиной, у которого я вызывала постоянный и неподдельный интерес, был наш дворник дядя Саша. Каждый раз, когда я с авоськами втискивалась в подъезд, он, придерживая входную дверь, приговаривал «заходи-заходи, самая ты красавица у меня в подъезде». Обычно за этими словами следовала просьба одолжить десять рублей до полочки. А в последнее время я почувствовала, что мужчины все чаще стали обращать на меня внимание, причем без особых с моей стороны усилий. И в этом оказалась права Ленка – интересная, самодостаточная женщина притягивает к себе интересных мужчин. Так что, встречаясь с Иннокентием, я вспоминала, что я не только жена, мать, кухарка, оператор стиральной и посудомоечной машин, руководитель структуры, но и Женщина. А это дорогого стоит, главное – далеко не заходить. А с другой стороны, тут не разберешь, где далеко, а где близко.

После ванны я еще час приводила себя в порядок, но результат того стоил – гадское зеркало, которое вечно врет и прибавляет года и морщины, на сей раз постыдилось и отразило меня во всей красе. Как здорово, когда сама себе нравишься, прямо крылья за спиной вырастают. На этих крыльях я и выпорхнула на улицу, повторяя про себя свою любимую шуточную аффирмацию: *«Я бесконечно доброе, феноменально умное, чертовски привлекательное, божественно красивое, необычайно работоспособное, беспредельно ответственное, исключительно порядочное,*

*кристально честное, беспрецедентно талантливое, невероятно перспективное, легендарно сильное, непостижимо оптимистичное, идеально сложенное, крайне интеллигентное, суперактивное, неопишимо чувственное, архинадежное, фантастически скромное Человечище».*

При встрече Иннокентий вручил мне огромный букет роз – я в жизни таких не получала.

– Это по какому же поводу? – светски поинтересовалась я, а про себя тут же выругалась – вот дура-то, мужчина ей цветы дарит, а она спрашивает, за что.

– Разве для того, чтобы подарить женщине цветы, нужен повод? – услышал мои мысли Иннокентий. – А впрочем, если хотите повод, то он действительно есть. Сейчас расскажу, только давайте сначала закажем что-нибудь, а то есть очень хочется.

– Итак, – продолжил Иннокентий, отпустив официанта, – вчера на совещании после долгих дебатов учредителями было принято решение о реструктуризации нашей компании. Теперь это будет холдинг, объединяющий несколько компаний, и одна из них будет распространять продукцию, используя метод сетевого маркетинга.

– Не может быть, – удивленно сказала я, – как же вы это допустили?

– Я допустил? – возмущенно произнес Иннокентий, – да я с пеной у рта отстаивал это решение. Всех убеждал, что сетевой маркетинг – это прогрессивная экономическая модель распространения товаров. И убедил. Но это еще не все: как вы думаете, кто будет возглавлять эту компанию?

– Ну, судя по вашему виду, могу предположить, что вы, – не приходя в себя от удивления, сказала я.

– Абсолютно верно, – согласился Иннокентий. – Я буду заниматься поставкой продукции, финансовыми вопросами, короче говоря, тем, чем я всегда занимаюсь. В сетевом маркетинге я, безусловно, тоже уже начал разбираться, но сами понимаете, в компании необходим человек, который знал бы тонкости работы в этом бизнесе, что называется, изнутри. И вот эту роль я предлагаю вам.

– Мне? – совсем обалдела я.

– Вам-вам, – подтвердил Иннокентий. – Мне очень нравится ваш взгляд на этот бизнес, и за время нашего общения я убедился в том, что у вас есть много интересных идей. Поэтому я предлагаю вам стать дистрибьютором номер один в моей компании, создать структуру, что называется, «с нуля» и руководить ею.

– Даже и не знаю, что вам сказать, очень уж это неожиданно, – растерянно произнесла я.

– А сейчас ничего говорить и не надо, – успокоил Иннокентий. – Это пока информация к размышлению. Открытие новой компании мы планируем на осень, так что впереди у вас почти три месяца – есть время подумать и принять решение.

– Подождите, подождите, – спохватилась я, – а какой у вас маркетинг-план, а продукцию какую вы будете распространять?

– Да, конечно, я познакомлю вас с продукцией, с маркетинг-планом, я даже кое-что захватил с собой. Вот смотрите, это материалы для будущего каталога по продукции, вот ориентировочные цены и различные варианты бизнес-плана. Забирайте всю папку, изучайте, и, безусловно, мне важно ваше экспертное мнение по поводу всего этого. Но самое главное – это ваше принципиальное согласие работать в новой компании.

Обед я помню смутно: Иннокентий продолжал что-то рассказывать, но я почти не слушала – автоматически кивала головой и двигала челюстями в такт разговору. Потом Иннокентий проводил меня до машины и, когда я уже села за руль, наклонился и сказал:

– Кстати, это не единственное предложение, которое я хотел вам сделать. Последуют и остальные, которые касаются не сетевого маркетинга, а только нас с вами.

Я почувствовала, что цветом лица стала похожа на свои розы, и побыстрее выехала со стоянки. По дороге я пару раз заглохла на светофоре, чего со мной сроду не случалось, и в офис приехала слегка пришибленная. Невпопад ответила на приветствия, подошла к обеденному столу, налила чаю, насыпала сахар, долго перемешивала, затем вылила в умывальник и тщательно вымыла чашку.

Такое мое поведение, конечно, не осталось незамеченным нашим трудовым коллективом, однако вопросов никто тактично

не задавал. Я села за стол, достала из сумки прайс-лист, который дал мне Иннокентий, и углубилась в изучение. Мимо меня несколько раз продефилировала Вика, рискуя свернуть шею и нажать косоглазие.

– Ну что, промоушн на лето будем объявлять? – обратилась ко всем Настя.

– Обязательно, – отозвалась Варвара, – пусть хотя бы поддерживают объемы, а то летом все, как мухи сонные, замирают.

– Это точно, – поддержала Нина Петровна. – Тамарка моя прошлым летом отсиделась в огороде, появляется в офисе в конце августа, а я как раз структуру собрала, подарки вручаю тем, кто объемы выполнил, – кому фен, кому чайник. Она говорит: «А мне?». А я ей: «А тебе хрен с морковкой с твоего огорода. Надо было работать летом. У тебя дачный поселок огромный, сколько там народу? Вот в перерыве между утренним и вечерним поливом и распространяла бы продукцию».

Я в обсуждении участие не принимала. Вика наконец не выдержала и спросила, что это я изучаю с таким интересом.

– Да вот, – не поднимая головы, отозвалась я, – решила провести маркетинговое исследование – собираю и анализирую информацию о разных сетевых компаниях. Если у кого из вас есть какие-то материалы – поделитесь.

– Давно пора, – сказала Вика, – мы должны быть в курсе, что вокруг нас происходит. Тебе надо с Людкой Маркиной пообщаться на эту тему, она, по-моему, одновременно в пяти компаниях работает и еще в пяти просто подписана, на всякий случай.

– Точно, про нее даже анекдот дистрибьюторы сочинили, – вспомнила Нина Петровна. – Собрался народ на презентацию, выходит Маркина и говорит: «Здравствуйте, сегодня я представляю компанию "Альфа". А завтра по адресу улица Пушкина, 17 я буду лидером компании "Бета". А по пятницам не удивляйтесь, если увидите меня со значком компании "Гамма"».

– А помните, когда у нас был новогодний вечер, она все время из-за стола куда-то пропадала? Оказалось, в это время в другой компании тоже проходило праздничное мероприятие, так вот она весь вечер туда-сюда бегала и умудрилась в двух местах заполучить подарки от спонсоров.

Александр Синамати

---

- А у кого она в структуре? – поинтересовалась я.
- У меня, – отозвалась Варвара. – И не знаю, какой у нее чек в альфах и гаммах, но у нас она явно звезд с неба не хватает.
- Ну, ты бы с ней поговорила, что ли, – сказала я.
- А то я с ней не говорила, – развела руками Варвара. – Да сто раз я с ней говорила.
- Ну и что?
- Да как об стенку горох. «Компания, – говорит, – не запрещает совмещать деятельность, а я не хочу класть все яйца в одну корзину». А вот я бы на месте нашего президента запретила бы, – сурово продолжила Варвара. – Вот в компании, в которой я раньше работала, если узнавали, что ты еще где-то «подписана», сразу терминировали из сети.
- Ну и что, ты хочешь сказать, что все только в этой компании и работали? – спросила Вика.
- Ну, нет, конечно, – призналась Варвара. – Были люди, которые совмещали, но вообще народ опасался, потому что можно было лишиться хорошего чека.
- То есть в принципе нам можно работать одновременно в двух компаниях? – уточнила Алевтина.
- Это вопрос из серии «можно ли мне жить одновременно с двумя мужчинами», – ответила Вика. – Ответ: «Можно, если все трое довольны».
- Да можешь хоть в пяти, – подтвердила я. – Это зависит от цели, которую ты себе поставила. Если ты работаешь как продавец, сеть не строишь и основной доход получаешь от реализации продукции в розницу, то в каждой компании ты покупаешь то, что пользуется спросом у твоих клиентов. Ну и продаешь себе потихонечку. А вот если твоя цель – создать работоспособную структуру и получать высокий и постоянный доход, то делать этого лучше в одной компании, чтобы не расплывать деньги и время.
- У нас президент мудрый, он понимает, что запретами ничего не добьешься, – сказала Настя. – Можно сколько угодно запрещать мужу ходить к любовнице, но толку от этого будет мало. Если человек захочет уйти, – неважно, откуда – из семьи или из компании, он все равно уйдет, потому что его что-то там не устраивает. И тут важна реакция жены, спонсора, лидера струк-



туры на уход. Многие спонсоры очень часто демонстрируют реакцию обиженной женщины, от которой ушел муж, дескать, он козел, а я такая хорошая, все для него делала, стирала, готовила, презентации проводила, кредиты давала...

– Какие кредиты мужу, ты о чем? – не поняла Варвара.

– Да я не о муже, а о дистрибьюторах. Спонсор воспринимает уход своих консультантов как измену и, соответственно, как удар по самолюбию. И обвиняет того, кто ушел, в неблагодарности.

– Это точно, – отозвалась Нина Петровна. – Я помню, в одной компании проработала полгода, потом решила перейти в другую. Прихожу в офис, говорю: так и так, я подписала контракт в другой компании, так что сюда больше приходить не буду и время моего дежурства можете передать кому-нибудь другому. А была у нас такая дама – Виолетта – так она мне и заявляет: «Ты что, как ты можешь, ты понимаешь, что ты предаешь компанию?». Я так удивилась, а потом говорю: «Вообще-то я независимый дистрибьютор, на верность компании не присягала и флаг не целовала». Развернулась и ушла. Так потом мне передавали, что мое имя еще полгода склоняли и приводили в пример новичкам, что вот, типа была у нас одна такая неблагодарная. А дальше – больше, постепенно эту историю стали преподносить так, как будто не я ушла, а меня выгнали. А еще моим дистрибьюторам начали звонить каждый день и предупреждать, мол, если Нина Петровна будет вас уговаривать уйти из компании, ни в коем случае не соглашайтесь. В общем, такое количество грязи на меня вылили – кошмар.

– Да, меня тоже удивляет такое отношение, – сказала Алевтина. – Везде люди переходят с одной работы на другую и ничего страшного не происходит, более того, продолжают поддерживать отношения с бывшими сослуживцами. У нас же это превращается в событие вселенского масштаба. И если ты переходишь в другую компанию, то рискуешь стать врагом народа.

– Ну не всегда и не везде так бывает, – не согласилась Настя. – У меня есть знакомая, которая перешла в другую сетевую компанию, и мы с ней нормально общаемся, а в челябинской ветке работает женщина, у которой муж – вообще лидер другой сетевой компании.

– И как? – удивилась Варвара.

– Да ничего, – пожалала плечами Настя, – нормально живут и работают, фанатизма ненужного не проявляют, соревнование даже устроили семейное – кто больше зарабатывает.

– Ну, не знаю, – сказала Варвара, – мы же говорим, что наш бизнес отличается от других видов деятельности: мы и работаем по-другому, и зарабатываем, ну и, соответственно, отношения между нами другие, и мы по-другому реагируем на уход наших консультантов. Вот я сейчас подумала – действительно, сколько сил, времени, энергии я вкладываю в своих людей: обучаю, мотивирую, поддерживаю, помогаю добиться успеха, а потом кто-нибудь из них – раз – и уходит в другую компанию. И, конечно же, мне обидно, более того, мне кажется, что уход – это предательство по отношению к спонсору, человеку, который тебя привел в компанию и столько для тебя сделал.

– Стоп-стоп, – замотала головой Настя, – давай разберемся. Да, конечно, ты делаешь немало для того, чтобы твой консультант добился успеха. Но ведь ты это делаешь не бескорыстно, ты за это деньги получаешь, правда? Обученный тобой консультант и его структура дают тебе немалый доход в течение долгого времени. Так что не стоит изображать из себя благотворительное общество.

– И потом, Варя, – вмешалась я, – если продолжить аналогии с семейными отношениями, то, по твоей логике, и замуж выходить – это предательство по отношению к родителям – ведь они столько времени, денег и сил на тебя потратили. А ты выросла и – раз – создала свою семью.

– Текучка в структурах будет всегда, и относиться к этому надо спокойно и профессионально, – сказала Настя. – Уходят люди, которые поняли, что сетевой маркетинг – это не их дело – ну и замечательно, и не надо по этому поводу переживать. Уходят люди, которых не устраивают какие-то конкретные условия работы. Вот я, например, раньше работала в компании, где был очень жесткий маркетинг-план: высокие нормы ежемесячной закупки, обязательные требования по организации структурных мероприятий, ну и так далее. Я там неплохо зарабатывала, но в какой-то момент поняла, что это не для меня – я не готова

к такому жесткому ритму работы. И ушла, объяснив своему спонсору причины ухода. И он, кстати, умный мужик, прекрасно меня понял, и расстались мы в хороших отношениях. У нас в компании я зарабатываю поменьше, но чувствую себя комфортней. А вот совсем недавно из моей структуры ушла женщина, которую не устраивал наш маркетинг-план – он ей казался слишком мягким, а она такой человек, которому постоянно нужны нагрузки. Уходят люди, у которых не сложились отношения со спонсором и с другими консультантами. В разных компаниях культивируются абсолютно разные стили приглашения в бизнес, мотивации, отношения между нижестоящими и вышестоящими консультантами. Я помню, меня в одной компании поразил такой случай: два лидера здорово между собой не ладили – так они и своим консультантам запрещали общаться между собой – не дай Бог на праздничном мероприятии кто-нибудь подойдет и заговорит с консультантом из «вражеского стана». Я была просто в шоке от таких отношений.

– А я из своей первой компании ушла, потому что неприятно было, когда тебя все время «накачивают», – сказала Нина Петровна.

– В каком смысл? – не поняла Алевтина.

– В переносном, конечно. Вот в нашей компании стиль работы – спокойно-уравновешенный. А там была атмосфера постоянного ажиотажа – все бегали возбужденные, с выпученными глазами, и спонсор тебя постоянно психологически прессинговал, мол, иди вперед, достигай, закупай, привлекай, причем, мотивация была не положительная, а отрицательная, типа, если ты этого не достигнешь, то грош тебе цена и место твое на помойке жизни. А кроме того, ввали там много, для лидеров была одна информация, а для нижестоящих – абсолютно другая. Ну, я этого не выдержала и ушла.

– А я, например, проработал в четырех компаниях, прежде чем в нашу пришел, – подключился к разговору Виктор Петрович. – И каждая компания мне что-то дала. В одной компании я научился, как приглашать в бизнес, в другой – как проводить школы, в третьей – как мотивировать, в четвертой – как строить отношения в структуре. И считаю, что я тоже каждой ком-

пании что-то дал. Но в каждой мне чего-то не хватало, и я шел дальше. И однажды, когда я уходил, мне мой спонсор презрительно так кинул, мол, Виктор, таких людей, которые бегают из компании в компанию, мы называем «сетевым мусором». А я не бегал – я просто искал свою компанию, чтобы мне все подходило – и продукт, и маркетинг-план, и атмосфера. И наконец, в нашей компании у меня все совпало, и я из «мусора» стал «бриллиантом». Поэтому я против идеи о том, что дистрибьютор должен быть предан компании. Можно быть преданным человеку, своему спонсору, это понятно. А компания для меня – бизнес-единица, с которой я вступил во взаимовыгодные договорные отношения. Если меня эти отношения перестают устраивать, я уйду в другую компанию. И все эти причитания спонсоров по поводу того, что я кого-то предал, я расцениваю как проявление слабости. Реально-то нечем удержать, вот и начинаются манипуляции.

– Новая компания – это возможность начать все заново, с чистого листа, как во второй раз замуж, – вздохнула Вика. – Кажется, что все неудачи останутся в прошлом. И бывает так, что человек в одной компании не смог раскрыться, а перешел в другую и начал активно двигаться вперед.

– Да, вопрос только в том, кого человек считает виноватым в своих неудачах – себя или других, – сказала Варвара. – Есть такие дистрибьюторы, которым все время кажется, что в другой компании они сумеют добиться того, чего не смогли в предыдущей. И стоит им только узнать о появлении новой компании, как они тут же бросаются подписывать контракт, чтобы успеть оказаться в первых рядах. Так они и бегают из компании в компанию, и ни в одной не добиваются успеха. И ладно бы сами только бегали, они же и людей за собой перетягивают, морочат им голову. И такой «летун» может всю твою структуру разрушить.

– Это свойство характера, – сказала Нина Петровна. – Есть такие водители, которым в «пробке» все время кажется, что на соседней полосе поток машин быстрее движется. Вот они и прыгают вправо-влево. А в результате я быстрее них приезжаю к светофору, хотя все время еду в среднем ряду.

– Дело в том, – сказала Настя, – что мы сейчас работаем в условиях жесткой конкуренции. Помните, нам на лекции рассказывали, что в начале 90-х годов в России было всего пять-шесть сетевых компаний? И дистрибьюторы этих компаний могли годами не встречаться с конкурентами и спокойно «окучивать свой огороδικ». А сейчас почти каждый месяц появляются новые сетевые компании. И каждый день наши консультанты получают предложения перейти на новое место работы. И это здорово, потому что в условиях нормальной конкуренции смогут победить только те компании, которые предложат своим консультантам наиболее выгодные условия сотрудничества. А мы, лидеры, должны понимать, что наши консультанты – свободные люди, и силой никого из них не удержишь. Можно, конечно, попытаться создать некую закрытую систему, наподобие секты, и грозить страшными карами тем, кто попытается из нее выйти. Но закрытые организации не способны к развитию и рано или поздно разваливаются. Есть такое суровое, но справедливое выражение: «люди остаются в организации только до тех пор, пока организация способна предложить им то, что они хотят. Если этого не происходит, люди уходят». Вот ты, Варя, сказала, что один «летун» может разрушить всю организацию. Что же это за организация такая, что ее может легко разрушить один человек? У сильных лидеров и организации крепкие, и люди от них не уходят.

– А что мы можем сделать? – пожала плечами Наташа. – Вот недавно у нас в городе появилась новая компания, в которой маркетинг-план предусматривает выплату за объемы первой линии не десять процентов, как у нас, а двенадцать. Ну и я боюсь, что нашим консультантам будет выгоднее туда перейти. Может быть, обратиться с письмом к нашему президенту, пусть он тоже сделает двенадцать?

– Ага, – иронично заметила я, – а потом появится новая компания, которая будет выплачивать двенадцать с половиной процентов, и мы побежим к президенту просить, чтобы он сделал тринадцать. Это тупиковый путь – пытаться удержать людей деньгами, потому что всегда найдется тот, кто заплатит больше. Людей удерживают не только и даже не столько деньги. Понача-

Александр Синамати

---

лу, конечно, в наш бизнес приходят прежде всего для заработка. Но дело в том, что сейчас во многих сетевых компаниях при наличии качественного продукта, нормального маркетинг-плана, заботливого спонсора и усилий самого дистрибьютора можно достаточно быстро выйти на хороший уровень заработка. Что многие дистрибьюторы с успехом и делают. А вот потом, когда самые насущные проблемы решены, люди начинают задумываться над тем, что им еще не хватает в жизни и могут ли они в своей организации это получить.

– Ну и чего же им не хватает? – поинтересовалась Варвара.

– Да каждому что-то своего не хватает, – сказала я. – Наших консультантов, помимо продукции и маркетинг-плана, волнуют и другие вопросы: а как к нему относятся в структуре, а уважают ли его, а любят ли, а считаются ли с его мнением, какие еще возможности, кроме денег, дает ему работа в компании. И руководитель должен создать такую организацию, в которой люди получали бы то, чего не могут получить в других местах, а именно: любовь, дружбу, уважение, почет, возможность реализовать себя. И тогда лидер может быть уверен, что его консультанты никогда от него не уйдут. А для этого руководитель должен знать, что происходит в его организации и кому чего не хватает, и в нужный момент оказаться рядом.

В это время у меня зазвонил мобильник.

– Привет, – сказала в трубку мой любимый спонсор. – Что-то мы с тобой давно не виделись, как у тебя дела?

– Ленка? – изумленно сказала я. – Ну как же ты вовремя.

---

## Глава десятая

На следующий день прямо с утра я отправилась за город – Ленка построила себе дом в Подмосковье и живет теперь там постоянно, а городскую квартиру оставила сыну. Лена встретила меня у ворот, мы расцеловались и прошли в дом.

– Прежде всего хочу тебя поздравить, – сказала она и протянула нарядный сверточек. – На, держи подарок.

– С чем это поздравить? – не сообразила я.  
– С торжественной датой – три года назад ты подписала дис-трибьюторское соглашение.

– Ну, ты даешь, – изумилась я, освобождая от бумаги красивую кожаную визитницу с логотипом нашей компании, – я сама-то не помню, а ты как вспомнила?

– Так я же твой спонсор, – засмеялась Лена. – Ну, а если честно, то у меня в компьютере специальная программа установлена, и каждый день с утра она мне выдает информацию – кого и с чем надо поздравить – очень удобно. Ну что, давай в саду чай пить – на улице уже тепло, наконец-то весна наступила.

Мы удобно устроились в шезлонгах под яблонями.

– Давно мы с тобой не виделись, – сказала я, – расскажи, где была, что видела?

– Ой, у меня сплошные поездки: сначала в Англию ездила, дочку навещать, она у меня уже третий курс университета заканчивает, ну а потом по регионам путешествовала – осматривала, так сказать, свои владения.

– По поводу владений мы как раз недавно беседовали – выясняли, кто чем владеет в нашем бизнесе, – сказала я и вкратце поведала Лене о том, что происходило на наших Советах Директоров. – Было бы интересно узнать твое мнение по этому поводу.

– Я тоже этот вопрос себе задавала, – призналась Лена. – И пришла к выводу, что все мои активы нематериальны, единственное, что у меня есть своего – это человеческие отношения, которые мне удалось создать, то, что нас связывает друг с другом. В моей структуре несколько десятков тысяч консультантов. Среди них есть люди, которые для меня ценны только одним – тем, что они делают определенный объем закупок. Это потребители, которых я вообще никогда в жизни не видела и, наверное, никогда не увижу. Есть лидеры разных поколений, которые формально являются членами моей организации, но по духу, по жизни, это не «мои» люди, и меня с ними абсолютно ничего не связывает. И наконец, есть люди, которые составляют мою команду, – мои соратники, единомышленники, близкие мне по духу, по ценностям и так далее. Вот с ними я плотно работаю,

Александр Синамати

---

и отношения с этими людьми – это единственное, чем я владею в этом бизнесе. И эти отношения мне надо отстраивать и укреплять, чем я сейчас и занимаюсь. Структура в основном у меня построена, подписывать людей мне больше не надо, и сейчас моя задача – отлаживать работу своей организации, выстраивать горизонтальные и вертикальные связи. Вот во время своих поездок я встречалась со своими лидерами в разных городах и поколениях, собирала информацию, теперь анализирую, что у меня в структуре происходит. Кстати, я тут распечатку свою смотрела – ты скоро на очередной ранг квалифицироваться будешь?

– Собираюсь, – гордо сказала я. – Структура растет, народ работает, так что все в порядке. И, если честно, то в последнее время у меня такое чувство, что я уже достигла определенного уровня и надо идти дальше, но немного страшновато. Как говорится, «что там, наверху?».

– Нормальное у тебя чувство – называется чувством самосохранения, – засмеялась Ленка. – А наверху очень интересно – надо только знать определенные правила, которые там существуют. Правило первое: для того чтобы двигаться вперед и вверх и чувствовать себя при этом комфортно, нужно становиться профессионалом. Дело в том, что большинство консультантов своих первых успехов добиваются преимущественно на голом энтузиазме. На эмоциях подписываются первые дистрибьюторы, делаются первые квалификации, и пока сеть состоит из нескольких десятков или даже сотен человек, энтузиазма хватает. Но постепенно, по мере того как сеть растет и в ней уже тысячи людей, разбросанных по всем городам СНГ, выясняется, что помимо энтузиазма необходимы еще и профессиональные знания и умения. Поэтому нужно продолжать учиться. Когда лидер говорит, что он уже много лет в бизнесе, все знает, умеет, и ему уже нечему учиться, – для меня это настораживающий сигнал. Обучение не имеет точки насыщения, и когда человек прекращает учиться, в следующий момент он начинает деградировать. Лидер всегда должен знать и уметь чуть больше, чем его люди, иначе он станет им неинтересен.

Второе правило: твой рост как дистрибьютора по карьерной лестнице должен сопровождаться твоим постоянным ростом



как личности. Высокий чек напрямую зависит от зрелости лидера как человека.

– Это я давно поняла, – согласилась я. – Я сейчас вспоминаю, какой была три года назад, и сравниваю с тем, какой стала сейчас, – небо и земля. Ты помнишь, как я в первый раз к тебе в офис пришла?

– Конечно, помню, – сказала Лена. – Я даже недавно тебя в пример приводила – у меня как раз в Тюмени дискуссия была с моими консультантами на эту тему. Рассуждали о том, может ли человек стать лидером или лидерство – это удел избранных и лидером нужно родиться.

– Ну и к чему пришли?

– Пришли к тому, что есть люди, которые всегда – с самого рождения – проявляли свои лидерские качества. Вот я, например, именно такой лидер – сколько себя помню, всегда стремилась быть первой – еще в детском саду норовила вперед всех на горшок забраться. В школе я была командиром звездочки, звеньевой, старостой, секретарем комсомольской организации, то есть для меня быть лидером – привычное состояние, такой уж я уродилась. А что делать другим людям, которые не родились лидерами, но которым для достижения своих целей нужно осуществлять лидерские функции, то есть вести за собой других людей и организовывать их? Таким людям нужно, во-первых, знать, какими личностными характеристиками, знаниями, умениями и навыками обладает лидер, и затем шаг за шагом развивать в себе лидерские качества. И ты этот путь проделала на моих глазах в течение трех лет. Читала книги, ходила на тренинги, работала над собой, опять училась, опять читала. И получила результат – за тобой пошли люди, ты создала большую структуру и получаешь солидный чек. То есть когда изменилась ты, то изменились и твои жизненные обстоятельства. А многие консультанты не понимают этой причинно-следственной связи. Они хотят зарабатывать в десять раз больше, иметь все, что хочется, и при этом оставаться такими, какие они есть. Но в большинстве случаев это невозможно.

– В большинстве случаев невозможно, – согласилась я, – но согласишься, что иногда случается так, что человек попадает на

вершину совершенно случайно, не меняясь и не прилагая для этого особых усилий. И кстати, в нашем бизнесе это случается чаще, чем в других сферах жизни.

– Случается, – признала Ленка, – и именно в нашем бизнесе очень хорошо видно, что ничего хорошего из этого не выходит. Пример тебе свеженький приведу – Катя Самохина из Сызрани. Буквально через пару месяцев после того, как она подписала контракт, у нее во втором и третьем поколении появились два сильных лидера – Нина Терехина и Зина Кузнецова. Обе – сетевички со стажем, пришли в компанию со своими структурами, короче говоря, благодаря их бурной деятельности через полгода Катя взлетела наверх так, как другие и за три года не поднимаются. В результате приключилась с ней кессонная болезнь – знаешь, что это такое?

– Это когда водолаз с большой глубины очень быстро поднимается на поверхность воды? – уточнила я.

– Точно, – подтвердила Лена. – При этом у него глаза из орбит вылезают, и барабанные перепонки от перепада давления лопаются. Вот примерно то же самое, в переносном смысле, конечно, и случилось с бедной Катей. В рекордно короткие сроки она оказалась во главе крупной организации и обладательницей высокого чека. Казалось бы, живи и радуйся. И действительно, поначалу она радовалась, накупила себе всего, что раньше позволить не могла, съездила за границу, ремонт дома сделала, короче, решила все свои насущные проблемы, а потом начала испытывать жуткий душевный дискомфорт, временами переходящий в депрессию.

– А в чем дело?

– А дело в том, что она слишком быстро поднялась наверх и психологически оказалась не готовой к новой для нее роли. Еще недавно она была обыкновенной учительницей с зарплатой в несколько тысяч рублей и вдруг стала Супер-Лидером, под ней здоровенная структура, и получает она немалые деньги, при этом не очень хорошо понимая, за что ей эти деньги платят и кто она теперь такая. Она стала лидером по условиям маркетинг-плана, будучи не готовой к власти, которую получила, и не став лидером по жизни. Мы с ней разговаривали недав-

но – так она мне честно призналась, что боится, что ее нынешнее высокое положение и большие деньги – это результат случайного стечения обстоятельств, и вскоре она потеряет все, что имеет. И вот получилось, что деньги-то есть, а удовлетворенности нет, потому что нет ощущения того, что она их заслужила. Вот что получается, когда наверх попадает человек неподготовленный. Хорошо, что такие случаи не очень часто происходят – обычно нам дается ровно столько денег и власти, сколько мы в данный момент можем принять без ущерба для здоровья и психики. Поэтому многие консультанты и не продвигаются наверх, и не зарабатывают много денег – они еще психологически не готовы к большим деньгам и власти над другими людьми.

Третье правило очень короткое и емкое: стал звездой – не звезды. Дело в том, что помимо кессонной болезни есть в сетевом маркетинге еще одно распространенное заболевание – так называемая «лидерская чумка». Многие сетевые лидеры, выдержав испытания «водой и огнем», не выдерживают «медных труб». Это действительно тяжело достойно выдержать: ты добился больших успехов и достиг высокого ранга, ты все время на сцене, к тебе постоянно обращаются за советом и помощью, сотни людей видят в тебе кумира и образец для подражания – и у некоторых лидеров просто «крыша» начинает съезжать. Им не хватает самоиронии, и они в самом деле начинают считать себя «великими», забывая о том, что своими успехами они обязаны не только себе, но и сотням консультантов своей структуры. Есть у меня один лидер – Андрей. Я с ним не особенно стремлюсь общаться, но когда случается, каждый раз поражаюсь – откуда в человеке столько самомнения и важности. В своей структуре он бог и царь – что скажет, то и будет. Причем никого из вышестоящих лидеров он в свою структуру не допускает. Коронная его фраза – «Я и только я определяю, какую информацию давать моим людям, а какую – не давать, кого приглашать, а кого не приглашать. И если я скажу им не ходить на ваше мероприятие, – никто не пойдет». Такой вот сетевой Наполеон. При этом, естественно, сильных лидеров у него в структуре и в помине нет, они у него не приживаются. И ему без лидеров удобнее – со слабыми, не имеющими своего мнения людьми

проще работать, ими можно манипулировать и втюхивать все что угодно. А с сильными и умными работать гораздо сложнее. Поэтому он и не пускает никого в свою структуру, потому что боится оценки и конкуренции, опасается, что рядом с ним появятся «звезды», в свете которых он померкнет.

– Ты знаешь, – сказала я, – когда я беседую с посторонними людьми о нашем бизнесе, я, естественно, рассказываю только о положительных его сторонах, и сетевой маркетинг в моем исполнении получается такой белый и пушистый. А с другой стороны, мы-то знаем, что не все так уж у нас прекрасно. Вот, например, я недавно проводила занятия по теме: «Этика взаимоотношений в структуре», и один консультант мне говорит: «Вот вы нас учите, что в сетевом маркетинге главное – это честность и порядочность в отношениях с клиентами, со своими консультантами, что нельзя обманывать и так далее. Но существуют же примеры того, как некоторые сетевики нарушают эти принципы и при этом зарабатывают больше, чем те, которые работают честно».

– Да, существуют такие примеры, – подтвердила Лена, – и я, кстати, далека от того, чтобы рисовать наш бизнес исключительно в розовых тонах. Здесь всего хватает, и непорядочности в том числе. Ведь к нам приходят очень разные люди, и у каждого свое представление о том, что такое «хорошо» и что такое «плохо». Если у человека жизненное кредо – всех обманывать ради своей выгоды, то он и в нашем бизнесе будет так себя вести. Но завидовать успеху этих людей я бы не стала: дело в том, что мы все отвечаем за поступки, которые совершаем в жизни, – просто со стороны это не всегда видно. Нам кажется – вот успешный человек, богатый, все у него есть, и при этом все это он получил, распахивая всех локтями и пройдясь по головам своих ближних. И мы вздыхаем – мол, где же справедливость? Но при этом мы видим только внешнюю сторону жизни этих людей – блестящую и с виду благополучную. А на самом-то деле они в конце концов расплачиваются за то, что делают: здоровьем, отсутствием любви и уважения со стороны окружающих, да и деньги, которые они обманом заполучили, на пользу не идут. На самом деле в мире все очень справедливо устроено, просто люди не все-

гда могут связать определенные события в своей жизни с теми поступками, которые они когда-то совершили. И удивляются – почему я постоянно болею? почему меня обокрали? почему у меня семья разрушилась? за что мне это? Да за то, что ты тоже когда-то кого-то обидел, обокрал и обманул. И, кстати, в нашем бизнесе эта взаимосвязь между тем, как ты относишься к людям, и тем, что получаешь от них взамен, очень отчетливо видна. Вот взять того же Андрея. Во-первых, в структуре у него всегда очень напряженные отношения: постоянно происходят какие-то ссоры, конфликты, скандалы. Во-вторых, человек, который обманывает других, должен быть в любой момент готов к тому, что найдется тот, кто обманет его, поэтому Андрей все время ждет какого-то подвоха со стороны. В-третьих, в его структуре очень большая текучка – ведь рано или поздно люди понимают, что их попросту «используют» в своих целях, и уходят в другие компании. И, в-четвертых, у него очень нехорошая репутация в компании, да и во всей сетевой индустрии – у нас же очень тесный круг и мы все друг про друга знаем. Поэтому если ты хочешь создать команду единомышленников, людей, которые будут с тобой работать долгие годы и на которых ты можешь положиться, то с ними нужно строить отношения, основанные на честности и порядочности.

– Слушай, к вопросу о переходе в другую компанию. Мы тут с девчонками как раз вчера обсуждали эту тему – вот из твоей первой линии за эти годы кто-нибудь ушел?

– В первой линии у меня семнадцать человек, – вспомнила Лена, – а было двадцать, да, трое ушли.

– Ну и как ты реагировала на их уход?

– Ты знаешь, по-разному реагировала, один раз даже обрадовалась: была у меня одна дама – все нервы мне вымотала, я уже сто раз пожалела, что когда-то пригласила ее в бизнес.

– А если бы я к тебе пришла и сказала, что ухожу в другую компанию?

– Ну-у, – протянула Ленка, – прежде всего я бы постаралась понять, с чем связано твое желание уйти. Так, а ты вообще к чему такие вопросы задаешь?

– Да пока ни к чему, – честно ответила я.

*Александр Синамати*

---

– Я тебе так скажу: у меня с моими консультантами партнерские отношения, и это подразумевает, что каждый из нас имеет право на самостоятельные поступки. Единственное мое требование – чтобы эти поступки не нарушали этических норм, которые существуют в компании и в нашей команде. И, конечно, мне бы хотелось первой узнать о твоём решении, договорились?

– Можешь не сомневаться, – подтвердила я. – Ну, расскажи, что еще там «наверху» происходит?

– Очень часто у лидеров наблюдается так называемый синдром «выгорания», как и у всех людей, которые долго и с энтузиазмом работают в какой-то сфере деятельности. Наступает момент, когда все, что раньше тебе доставляло удовольствие, вдруг надоедает до ужаса, и ты перестаешь понимать, зачем ты занимаешься этой деятельностью. Я, например, пару лет назад вдруг ощутила, что двигаюсь по замкнутому кругу, и все, что я раньше делала с удовольствием, стало мне в тягость. Все время одно и то же – поездки, презентации, учебы, конференции, – уже все скучно и неинтересно. У меня огромное количество лидеров в разных городах, и все они хотят меня видеть. И вот еду я как-то в очередной раз в очередной регион на очередную конференцию, настроение вялое, а тут еще и вагон-ресторан в поезде не работает. С собой у меня тоже ничего не было, а следующая остановка только через два часа. Ну ладно, думаю, сейчас обязательно кто-нибудь по вагонам пойдет с продуктами. И действительно, открывается дверь вагона, и я слышу бодрый голос: «газированнойвода-холодноепиво-конфеты-шоколад-ктожелает?». И со страшной скоростью по коридору мимо купе пролетает женщина с железной тележкой, набитой всякой всячиной, и скрывается в другом конце вагона. Я даже с полки своей не успела подняться. Ну ладно, думаю, скоро она обратно поедет. И действительно, минут через десять слышу тот же голос, но уже с другой стороны вагона. Я ее останавливаю, склоняюсь над тележкой и начинаю выбирать, спрашивать, что сколько стоит. И тут эта женщина говорит мне сурово: «Давайте, скорее выбирайте, что вам надо, а то мне еще двенадцать вагонов пробежать надо». Ну, я вошла в ее положение, быстренько что-то схватила, она ускакала со своей тележкой дальше. И вот сижу я,

пью чай с печеньем и думаю: «Интересно, а какая цель у этой женщины – продать все, что у нее в корзинке, или как можно быстрее пробежать двенадцать вагонов?». Это я к тому, что нельзя все время бежать – иногда нужно останавливаться и анализировать: что мы делаем, зачем, чего мы достигли, зачем нам это нужно, что делать дальше, к чему это приведет и так далее. Наступает момент, когда твоя организация начинает расти без твоего участия, и вот тогда важно переосмыслить свою роль и понять, чем тебе сейчас надо заниматься в бизнесе и в жизни.

– Слушай, – поинтересовалась я, – а как насчет мечты всех времен и народов – заработать много денег и оставшуюся жизнь провести на Канарских островах?

– Была я на Канарских островах и неоднократно, – махнула рукой Ленка, – и мысль у меня такая появлялась – в конце концов я заработала право на отдых. Но оказалось, что не все так просто. Во-первых, человек, который привык всю жизнь ставить себе цели и добиваться их, делает это совсем не для того, чтобы когда-нибудь вообще ничего не делать. Хорошо иметь возможность в любой момент поехать отдохнуть туда, куда ты хочешь. Но ничего не делать все время – это нереально, во всяком случае, для меня. Кроме того, в компании и в твоей структуре постоянно происходят какие-то процессы, и если ты в них не участвуешь, то перестаешь чувствовать, что происходит в твоём бизнесе. А ведь у нас нельзя нанять управляющего, который бы за тебя работал со структурой. Приехала ты через годик с Канарских островов, смотришь – а половины твоих людей уже нет, а для другой половины ты – никто и звать тебя – никак. Поэтому нужно найти такой стиль деятельности в своем бизнесе, который, с одной стороны, позволял бы тебе получать удовольствие от того, что ты делаешь в структуре, а с другой, – оставлял тебе время заняться чем-нибудь, что напрямую не связано с сетевым маркетингом. Ведь в результате всех своих усилий в сетевом маркетинге ты получаешь возможность заниматься тем, чем хочешь. И эту возможность надо использовать, но сначала нужно понять, а чего ты, собственно говоря, хочешь.

– Слушай, Лен, вот ты – очень успешный сетевик, знакома с большинством крупных лидеров компании, – можешь отве-

*Александр Синамати*

---

тить на вопрос: кто добивается наибольших успехов в нашем бизнесе? Есть ли какие-то общие черты, присущие всем успешным лидерам в нашем бизнесе, которые достигли выдающихся результатов?

– Ты знаешь, очень разные люди добиваются успехов, но в принципе их можно разделить на две большие группы. Дело в том, что в сетевом маркетинге есть материальная и духовная составляющие. Экономический механизм нашего бизнеса очень прост и эффективен, и это привлекает многих людей, которые ищут возможность зарабатывать деньги. И среди этих людей успеха прежде всего добиваются энергичные предприимчивые лидеры, хорошие организаторы, которые четко знают, что им нужно, и умеют достигать своих целей. Эти люди в сетевом маркетинге занимаются созданием товарооборота и получают за это комиссионное вознаграждение от компании. А есть в нашем бизнесе и другие люди, для которых сетевой маркетинг – это прежде всего возможность выполнить свое ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ в жизни. Такие люди были всегда – миссионеры, просветители, обладающие неким исключительным знанием, которое они с помощью СЛОВА передавали окружающим. И благодаря этому знанию другие люди начинали лучше понимать себя, мир, и в результате их жизнь менялась в лучшую сторону. Но при этом миссионеры всегда занимались своей деятельностью не за деньги, а за идею, и никогда не были богатыми, потому что духовность и деньги считались несовместимыми понятиями. А с появлением сетевого маркетинга эти люди получили возможность гармонично сочетать материальную и духовную составляющие. И вот эти люди занимаются не созданием товарооборота – они делают окружающий мир справедливой, добрее и лучше, и именно за это получают деньги. А такая возможность дается далеко не каждому, и не компанией, а свыше. Вот такие люди и добиваются самых выдающихся успехов в сетевом маркетинге.



\* \* \*

Домой я возвращалась поздно. В машине было уютно, тихо играла музыка, и я думала о том, что произошло со мной за последние три года. Сколько новых возможностей дал мне сетевой маркетинг: я зарабатываю много денег и могу ни в чем себе не отказывать; я поняла, что интересна и нужна другим людям; я помогла себе и теперь помогаю другим; я добилась успеха, и окружающие стали смотреть на меня другими глазами; я научилась любить и уважать себя, и меня начали любить и уважать другие люди, в том числе и близкие; я стала уверенной в себе, и меня стали замечать успешные люди; я ощутила свою ценность и стала ценностью для других людей. Изменился мой круг общения – меня окружают друзья и единомышленники – интересные и талантливые. Я занимаюсь интересными делами, на которые раньше у меня не хватало времени. Я получаю от жизни все, чего раньше у меня не было.

Но самое главное – это то, что я получила возможность ВЫБОРА, право самой решать свою судьбу. Сколько лет я зависела от множества людей и обстоятельств, которые управляли моей жизнью и решали все за меня! И только благодаря нашему бизнесу я стала самостоятельной личностью и отныне могу распоряжаться своей жизнью и выбирать, как жить и что делать. А вот о том, что мне выбрать, я подумаю завтра.

## **ЕЩЕ РАЗ ОТ АВТОРА**

---

В предисловии к первой книге «Женщина, которая Живет» я писал, что она задумывалась как бесконечная мыльная опера, так как окончательную точку в ней поставить невозможно. В конце второй книги я тоже пишу «Продолжение следует...», но когда оно будет и будет ли вообще – точно сказать не берусь. Поэтому читатели вправе сами выбрать тот вариант развития событий в жизни главной героини, который больше соответствует их взглядам и желаниям.

Я же предлагаю вашему вниманию продолжение серии книг «Женщина, которая Живет». Каждая следующая книга будет посвящена жизни и бизнесу реальных женщин, работающих в различных сетевых компаниях. Надеюсь, эти книги также будут пользоваться успехом у читателей.

Желаю удачи.

**Дорогие друзья!**

**Предлагаем вашему вниманию книги и аудиокассеты Александра Синамати**

### **MLM – путь к успеху**

Главный герой книги – мужчина, который в один прекрасный день обнаружил в своем почтовом ящике объявление «*Приглашаем на работу. Карьеру и высокие зарплаты гарантируем*». И он даже представить себе не мог, что этот листок бумаги изменит всю его жизнь. Дайте эту книгу мужчине, которого вы хотите заинтересовать работой в сетевом маркетинге, – и это поможет вам в дальнейшей работе с ним.

### **Женщина, которая Живет**

Благодаря этой книге множество женщин решили связать свою жизнь с сетевым маркетингом. «Эта книга про меня» – такие слова можно услышать от многих читательниц. «Благодаря этой книге я приглашаю людей в наш бизнес», – говорят дистрибьюторы самых разных компаний. Книга разошлась огромными тиражами и стала без преувеличения народным бестселлером.

### **Женщина, которая Живет – 2**

Продолжение книги «Женщина, которая Живет».

Александр Синамати

---

## **Серия книг «Путеводитель дистрибьютора»**

---

- **Путеводитель дистрибьютора-1.**  
*Что такое сетевой маркетинг*
- **Путеводитель дистрибьютора-2.**  
*Обучение и развитие дистрибьюторов*
- **Путеводитель дистрибьютора-3.**  
*Первые шаги дистрибьютора сетевой компании*
- **Путеводитель дистрибьютора-4.**  
*Создание дистрибьюторской структуры*

В настоящее время существует немало литературы, посвященной различным аспектам деятельности в сетевом маркетинге. С одной стороны, это прекрасно, а с другой – перед начинающим дистрибьютором стоит гигантская задача: за короткий срок эти книги прочитать, разобраться в различных взглядах авторов на ту или иную проблему и выделить главное для себя. Для облегчения этой задачи и была создана серия учебных пособий **«Путеводитель дистрибьютора»**, которые можно использовать в качестве материала для самоподготовки и проведения занятий (лекций, семинаров, презентаций, индивидуальных бесед) со своими дистрибьюторами.

## **Тренинг – это маленькая жизнь**

---

Бизнес-тренинг – особая форма обучения, которая пользуется большой популярностью. Книга предназначена для руководителей, которые планируют организовывать тренинги в своих структурах, и для людей, которые самостоятельно проводят обучение. В книге даны ответы на вопросы: какие возможности есть у тренинга как вида обучения; чем отличается бизнес-тренинг от тренингов личностного роста; какое место занимает тренинг в об-

щей системе обучения; как обеспечить эффективность тренинга, определить потребности в обучении; как выбрать тренера и многие другие.

---

## Аудиокассеты

---

- **Что такое сетевой маркетинг**

---

- **Алгоритм действий дистрибьютора сетевой компании**

---

Приглашение в бизнес – непростая задача, и вам будет легче с ней справиться, если ваш собеседник будет заранее подготовлен к разговору. Поэтому, перед тем как рассказывать о своей компании и бизнесе, дайте ему послушать аудиокассеты Александра Синамати. Автор в мягкой и ненавязчивой манере рассказывает о том, что представляет собой сетевой маркетинг, и дает ответы на многие вопросы, которые обычно возникают у людей, когда их приглашают заняться этим бизнесом. К моменту вашей следующей встречи вашему собеседнику уже будут известны и понятны многие вещи, и вы сможете сконцентрировать его внимание на особенностях работы именно вашей компании.

Контакты для оптовых покупателей: : [sinamati@mail.ru](mailto:sinamati@mail.ru)

Александр Синамати

---



## Школа бизнес-тренеров Александра Синамати

Дорогие друзья!

Известно, что обучение является одним из «китов», на которых стоит сетевой маркетинг. Но далеко не каждый сетевик умеет эффективно обучать своих дистрибьюторов, особенно если речь идет не о передаче знаний, а о формировании навыков, которые можно выработать только во время специальных тренингов. Научиться проводить эффективное обучение дистрибьюторов вы можете в Школе бизнес-тренеров.

**Цель обучения** – подготовка специалистов в области ведения тренингов для сетевых компаний.

**Продолжительность обучения** – 2 года (6 тренингов 1 раз в 3 месяца, кроме летнего периода). Продолжительность каждого тренинга – 5 дней (40 часов).

**Количество людей** в группе – до 20 человек.

**Содержание обучения** – учащиеся получают методiku и опыт проведения следующих тренингов.

### **Темы тренингов**

- Приглашение в бизнес
- Профессиональная уверенность
- Эффективное деловое общение
- Эффективный Лидер и команда
- Публичное выступление (эффективная презентация)
- Любая тема в зависимости от пожеланий участников обучения

**Обучение в Школе бизнес-тренеров Александра Синамати – это возможность:**

- получить знания, умения и навыки, необходимые профессиональному дистрибьютору, благодаря которым вы сможете подняться выше по карьерной лестнице и больше зарабатывать;
- создать необходимую вам систему обучения дистрибьюторов своей структуры, что позволит повысить их профессиональный уровень, увеличить объемы закупок и продаж;
- получить новую престижную и высокооплачиваемую профессию – бизнес-тренер.

**Учащиеся получают сертификат об окончании Школы по специальности «Бизнес-тренер».**

---

**Александр Синамати**  
**ЖЕНЩИНА,**  
**КОТОРАЯ ЖИВЕТ – 2**

*Редактор:* Шафранская Е.  
*Дизайн*  
*и компьютерная верстка:* Гальчук М.

Отпечатано ООО «Печатный дом»  
Формат 60x90 1/16  
Бумага офсетная №1, 65 г/м<sup>2</sup>  
Усл. печ. л. 10,0  
Тираж 1 000 экз.