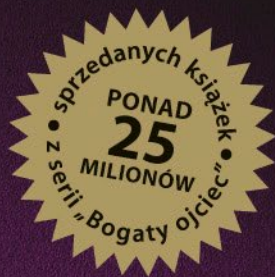


RICH  DAD™



BIZNES XXI WIEKU

ROBERT T. KIYOSAKI

JOHN FLEMING I KIM KIYOSAKI

Podziękowania

Wstęp

Część pierwsza: Przejmij kontrolę nad swoją przyszłością

1. Zasady się zmieniły
2. Nie ma tego złego
3. Gdzie mieszkasz?
4. Twoje podstawowe wartości finansowe
5. Myśleć jak przedsiębiorca
6. Czas przejąć kontrolę!

Część druga: Jeden biznes – osiem rodzajów aktywów tworzących majątek

7. Moje lata w biznesie
8. Nie chodzi o przychód. Chodzi o aktywa generujące przychód
9. Pierwszy rodzaj aktywów. Praktyczna edukacja biznesowa
10. Drugi rodzaj aktywów. Ścieżka rozwoju osobistego, która generuje zysk
11. Trzeci rodzaj aktywów. Krąg znajomych, którzy mają te same marzenia i wartości
12. Czwarty rodzaj aktywów. Moc Twojej własnej sieci

13. Piąty rodzaj aktywów. Skalowalny biznes, który daje się duplikować
14. Szósty rodzaj aktywów. Niezrównane umiejętności przywódcze
15. Siódmy rodzaj aktywów. Mechanizm tworzenia prawdziwego bogactwa
16. Ósmy rodzaj aktywów. Wielkie marzenia i umiejętność ich realizacji
17. Biznes, w którym celują kobiety (autorstwa Kim Kiyosaki)

Część trzecia: Twoja przyszłość zaczyna się już teraz

18. Wybieraj mądrze
19. Czego Ci trzeba
20. Żyć własnym życiem
21. Biznes XXI wieku

O autorach

WSTĘP

Gospodarka jest w rozsypce; Twoje stanowisko pracy zagrożone – o ile w ogóle masz jeszcze pracę. I wiesz co? Mówiłem o tym od lat.

Większość ludzi musiała przeżyć wielki krach, żeby to usłyszeć. Ta książka nie mówi jednak o tym, jak ani dlaczego wszystko się wali. Mówi o tym, jak te złe wiadomości zmienić w wyjątkowo pomyślne – o ile wiesz, jak się za to zabrać.

Prowadzenia biznesu nauczyło mnie dwóch ludzi: mój ojciec, który był świetnie wykształconym wysokim urzędnikiem państwowym, i ojciec mojego najlepszego kolegi, który skończył edukację na ósmej klasie, ale dzięki własnej pracy został milionerem. Mój ojciec przez całe życie borykał się z problemami finansowymi i gdy zmarł, pozostawił niewiele, choć całe życie ciężko pracował; ojciec mojego kolegi został jednym z najbogatszych ludzi na Hawajach.

Pierwszego z tych dwóch mężczyzn nazywam „biednym ojcem”, drugiego – „bogatym ojcem”. Kochałem i podziwiałem mojego ojca, ale przysiągłem sobie, że będę pomagał wszystkim, którzy będą chcieli słuchać, w tym, aby nie doznali takich upokorzeń i upadków, jakie stały się jego udziałem.

Po opuszczeniu rodzinnego domu wiele przeżyłem. Służyłem w piechocie morskiej, pilotując helikopter w Wietnamie. Później pracowałem w firmie Xerox, gdzie na początku byłem absolutnie najgorszym sprzedawcą, ale po 4 latach opuszczałem firmę jako najlepszy. Po odejściu z firmy Xerox stworzyłem kilka międzynarodowych biznesów wartych miliony dolarów, a w wieku 47 lat stałem się rentierem i mogłem zająć się swoją pasją – uczeniem innych tego, jak tworzyć

bogactwo i żyć, spełniając własne marzenia, zamiast się poddać i zgodzić na przeciętność.

W roku 1997 opisałem moje doświadczenia w niewielkiej książce. Musiałem wówczas poruszyć właściwą strunę: książka *Bogaty ojciec, Biedny ojciec*, określana jako „największy bestseller wszech czasów”, trafiła na szczyt listy bestsellerów *New York Timesa* i utrzymała się na nim przez ponad 4 lata.

Od tamtego czasu wydałem wiele książek, które tworzą serię „Bogaty ojciec”, i chociaż każda z nich mówi o nieco innych problemach, wszystkie – łącznie z tą, którą właśnie trzymasz w rękach – niosą ten sam przekaz, co pierwsza z nich:

Przejmij odpowiedzialność za własne finanse – albo pogódź się z tym, że do końca życia będziesz słuchał rozkazów innych ludzi. Jesteś albo panem pieniędzy, albo ich niewolnikiem. To Twój wybór.

Miałem w życiu niezwykle szczęście do doświadczeń i mentorów, dzięki którym dowiedziałem się, jak stworzyć prawdziwe bogactwo. Tym samym mogłem się całkowicie uwolnić od konieczności wykonywania jakiegokolwiek pracy do końca życia. Zanim to nastąpiło, pracowałem nad tym, by zabezpieczyć przyszłość mojej rodziny. Teraz pracuję nad tym, by pomóc Tobie zbudować Twoją własną przyszłość.

Ostatnie 10 lat poświęciłem na szukanie najbardziej skutecznych sposobów pomagania ludziom w tym, aby byli w stanie zmienić swoje życie z zastosowaniem wiedzy XXI wieku o budowaniu prawdziwego bogactwa. Poprzez książki z serii „Bogaty ojciec” wraz z moimi partnerami rozpowszechniałem wiedzę o różnych rodzajach i formach przedsięwzięć biznesowych i inwestycji. Jednak przez lata wytężonych poszukiwań trafiłem na jeden szczególny model biznesu, który moim zdaniem daje największej liczbie osób szansę na przejęcie kontroli nad ich własnym życiem finansowym, własną przyszłością i własnym przeznaczeniem.

Jest jeszcze coś. Kiedy używam terminu „prawdziwe bogactwo”, nie mam na myśli wyłącznie pieniędzy. Pieniądze to tylko jeden

z elementów. Budowanie prawdziwego bogactwa dotyczy zarówno budującego, jak i samej budowli.

W tej książce pokażę Ci, dlaczego powinieneś stworzyć własny biznes i jaki dokładnie jest to biznes. Nie chodzi jednak tylko o zmianę branży, w której pracujesz; chodzi o zmianę całego Ciebie. Mogę Ci pokazać, czego potrzebujesz, by rozwijać najlepszy dla siebie biznes. Ale żeby ten biznes się rozwijał, Ty także musisz się rozwijać.

Witam Cię w biznesie XXI wieku!

CZĘŚĆ PIERWSZA

PRZEJMIJ KONTROLĘ NAD SWOJĄ PRZYSZŁOŚCIĄ

**DLACZEGO POTRZEBUJESZ
WŁASNEGO BIZNESU**

ZASADY SIĘ ZMIENIŁY

Żyjemy w trudnych czasach. Ostatnie kilka lat przynosiło nam kolejne fale strachu i paniki w nagłówkach gazet, na walnych zgromadzeniach i przy kuchennych stołach w całych Stanach Zjednoczonych. Pojawiały się coraz to nowe hasła, a z nimi nowe problemy: globalizacja, outsourcing, redukcja, zajęcia obciążonych nieruchomości, kredyty hipoteczne „subprime”, instrumenty credit default swap, piramidy finansowe, gigantyczna bessa na Wall Street, recesja...

W pierwszych miesiącach roku 2009 redukcje etatów w Ameryce osiągały poziom ćwierć miliona miesięcznie. Bezrobocie wynosiło 10,2 procent i ciągle rośło, a sytuacja wyglądała jeszcze gorzej, gdy wzięliśmy pod uwagę przypadki niepełnego wykorzystania siły roboczej (to znaczy, że choć stanowisko pracy oficjalnie pozostaje, godziny pracy i płaca zostały znacznie obniżone). Stały spadek zatrudnienia przynoszącego realny przychód jest szerzącą się epidemią, na którą niewielu pozostaje odpornych. Od dyrektorów poprzez menedżerów średniego szczebla, po pracowników administracyjnych i fizycznych, od bankowców po sprzedawców – dziś nikt nie jest bezpieczny. Nawet w branży ochrony zdrowia, która do niedawna była uznawana za strefę bezpieczeństwa pracy, dziś zwalnia się na niespotykaną dotąd skalę.

W badaniu *USA Today* z 2009 roku 60 procent ankietowanych Amerykanów odpowiedziało, że dzisiejsza sytuacja gospodarcza jest największym kryzysem w całym ich życiu.

Jesienią 2008 roku emerytalne portfele inwestycyjne wielu osób z dnia na dzień straciły połowę wartości, a nawet więcej. Rynek nieruchomości się załamał. Okazało się, że to, co dotychczas było uważane za solidne, wiarygodne aktywa, jest ulotne jak para wodna. Bezpieczeństwo należy już wyłącznie do przeszłości. W badaniu *USA Today* z 2009 roku 60 procent ankietowanych Amerykanów odpowiedziało, że dzisiejsza sytuacja gospodarcza jest największym kryzysem w całym ich życiu.

Oczywiście Ty już to wszystko wiesz. Ale powiem Ci coś, z czego być może nie zdajesz sobie sprawy: tego wszystkiego można się było spodziewać. Pewnie potrzeba było tak wielkiego kryzysu, aby ludzie uświadomili sobie, że ich byt jest zagrożony. Prawda jest jednak taka, że zagrożenie nie pojawiło się z dnia na dzień.

Większość mieszkańców Stanów Zjednoczonych od lat żyła na skraju przepaści, na wąskiej krawędzi dzielącej wypłacalność od bankructwa, w nadziei, że kolejna wypłata pokryje koszty codziennego życia; większość z tych ludzi posiadała bardzo ograniczone oszczędności w gotówce, a najczęściej nie posiadała ich wcale. Ich wypłata sprowadzała się do „zamiany własnego czasu na pieniądze”, a w czasach recesji takie źródło zarobkowania jest zdecydowanie najmniej godne zaufania. Dlaczego? Ponieważ w momencie, gdy liczba zatrudnionych spada, w obrocie jest mniej przychodów, które można zamienić na zapłatę za Twój czas.

A nie mówiłem?

Nie chcę się wymądrzać, ale muszę to powiedzieć... A nie mówiłem?

Mówiłem o tym od lat: nie ma już czegoś takiego jak bezpieczna i pewna praca. Ameryka wielkich korporacji to dwudziestowieczny dinozaur, bliski kompletnego wyginięcia, a jedynym sposobem na zapewnienie sobie prawdziwie pewnej przyszłości jest przejęcie nad nią kontroli.

Oto co napisałem w roku 2001 w książce zatytułowanej *Szkoła biznesu dla ludzi, którzy lubią pomagać innym*:

Moim zdaniem w Stanach Zjednoczonych i w wielu krajach zachodnich nadchodzi moment katastrofy finansowej, spowodowanej

niezdolnością naszego systemu edukacji do przekazania uczniom odpowiedniej wiedzy o finansach.

W tym samym roku w wywiadzie dla Nightingale-Conant powiedziałem:

Jeśli sądzisz, że pomogą ci fundusze inwestycyjne, jeśli chcesz postawić swój byt przeciwko giełdowym wzrostom i spadkom, to właśnie ryzykujesz własną emeryturę. Co się stanie, jeżeli rynek akcji będzie rósł, a potem nagle się załamał, gdy będziesz miał 85 albo i więcej lat? Nie masz nad tym żadnej kontroli. Nie mówię, że fundusze inwestycyjne są złe. Twierdzę, że nie są bezpieczne ani mądre, dlatego ja nie ryzykowałbym mojej przyszłości finansowej, inwestując w nie. Nigdy wcześniej w historii świata tak wielu ludzi nie stawiało własnej emerytury w giełdowym zakładzie. To czyste szaleństwo! Czy sądzisz, że zatroszczy się o ciebie pomoc społeczna? Jeśli tak, to ciągle wierzysz w Świętego Mikołaja.

A w wywiadzie z marca 2005 roku powiedziałem:

Największą zaletą papierów wartościowych jest ich łatwa zbywalność – i to samo jest także ich największą wadą. Wszyscy wiemy, że rynek znów się załamał, a my znów wszystko tracimy. Dlaczego miałbyś to ryzykować?

I co się teraz stało? Nadeszło kolejne załamanie rynku i wielu ludzi znów wszystko straciło. Dlaczego? Ponieważ staliśmy się ofiarami naszych własnych przyzwyczajęń i dotychczasowego sposobu myślenia.

W roku 1971 amerykańska gospodarka przestała się opierać na standardzie złota. Wspomnę tylko, że doszło do tego bez zgody Kongresu, ale najważniejsze jest to, że tak się stało. Dlaczego to jest tak ważne? Ponieważ otwarło to przed nami drogę do drukowania coraz większej ilości pieniędzy, dokładnie tylu, na ile mieliśmy ochotę, i nie były one powiązane z jakąkolwiek prawdziwą wartością.

Takie oderwanie od rzeczywistości otworzyło drzwi największemu ożywieniu gospodarczemu w historii. Przez kolejne trzy i pół dekady

liczebność amerykańskiej klasy średniej gwałtownie wzrosła. W miarę jak wartość dolara spadała, a wartość nieruchomości i innych aktywów rosła, przynajmniej na papierze zwykli ludzie stawali się milionerami. Nagle każdy mógł wziąć kredyt w dowolnym momencie, a karty kredytowe mnożyły się jak grzyby po deszczu. Aby spłacić zadłużenie na tych kartach, Amerykanie z własnych domów zrobili bankomaty: brali pod ich zastaw pożyczki refinansowe – jedna za drugą.

W końcu nieruchomości ciągle zyskują na wartości, prawda?

Błąd. W roku 2007 tę finansową bańkę rozdmuchano już tak mocno, że bardziej się nie dało, a senne marzenie zderzyło się z rzeczywistością. Upadek dotknął nie tylko banki Lehman Brothers czy Bear Stearns. Miliony ludzi utopiło wszystko w planach emerytalnych 401(k), straciło emerytury i pensje.

Według oficjalnych statystyk liczba osób żyjących poniżej progu ubóstwa gwałtownie rośnie. Zwiększa się liczba osób pracujących po 65. roku życia.

W latach 50., gdy General Motors był najpotężniejszą amerykańską korporacją, prasa podchwyciła cytaty ze słów prezesa GM i przekuła go w hasło obowiązujące przez kolejne dekady: „Naród radzi sobie tak, jak radzi sobie GM”. Cóż, jeśli tak naprawdę jest, to mam złą wiadomość: w roku 2009 GM ogłosił upadłość, a latem tego samego roku stan Kalifornia zaczął spłacać własne zobowiązania obligacjami zamiast gotówką.

Obecnie coraz mniej Amerykanów jest właścicielami własnych domów. Zajęcia zadłużonych nieruchomości zabezpieczonych hipoteką dokonują się w niespotykanym dotąd tempie. Liczba gospodarstw domowych klasy średniej spada. Salda rachunków oszczędnościowych są skromniejsze, a zadłużenie wzrosło. Według oficjalnych statystyk liczba osób żyjących poniżej progu ubóstwa gwałtownie rośnie. Zwiększa się też liczba osób pracujących po 65. roku życia. Liczba ogłaszanych upadłości osiąga niespotykane rozmiary. Wielu Amerykanów nie ma też dość kapitału, by przejść na emeryturę – nie mają na to nawet widoków.

Czy te wszystkie złe wiadomości przykuwały ostatnimi czasy Twoją uwagę? Na pewno tak i nie byłeś w tym osamotniony. Amerykanie przestali wreszcie przewracać się z boku na bok i wciskać na budziku przycisk drzemki. Wspaniale! Skoro już się obudziłeś, to widzisz, co się dzieje, i wiesz, że to nie jest przyjemny widok. Przyjrzyjmy się zatem sytuacji uważniej i zobaczmy, co to wszystko naprawdę oznacza – i co Ty możesz z tym zrobić.

Nadszedł nowy wiek

Kiedy byłem dzieckiem, rodzice uczyli mnie, jak osiągnąć sukces – zapewne podobnie jak i Ciebie: ucz się i studiuj, zdobywaj dobre oceny, abyś mógł dostać bezpieczną, dobrze płatną pracę – a to zagwarantuje Ci spokojne życie.

To – niestety – myślenie rodem z epoki industrialnej, a my żyjemy już w epoce informacyjnej. Twój pracodawca nie zapewni Ci spokojnego życia. Twój rząd nie zapewni Ci spokojnego życia. Nikt nie zapewni Ci spokojnego życia. Nadszedł nowy wiek i zasady się zmieniły.

Moi rodzice wierzyli w bezpieczeństwo pracy, emerytury firmowe, państwowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne. To wszystko to zgrane płyty, przestarzałe pozostałości myślenia minionych czasów. Dziś bezpieczeństwo pracy to mrzonka, a zatrudnienie na całe życie w jednej firmie – ogłaszane jako jeden z filarów IBM w czasach jego świetności – to pomysł tak anachroniczny jak maszyna do pisania.

Wielu ludzi wierzyło, że ich emerytura objęta planem 401(k) jest bezpieczna. Przecież gwarantowały ją akcje największych spółek giełdowych i jednostki funduszy emerytalnych, więc co mogłoby pójść nie tak? Okazało się, że wszystko poszło nie tak. Te niegdyś święte krowy dziś już nie dają mleka, bo wszystkie są przestarzałe: emerytura, bezpieczeństwo pracy, gwarantowany wiek emerytalny – to wszystko myślenie rodem z epoki industrialnej. Jesteśmy teraz w epoce informacyjnej – więc nasze myślenie musi odpowiadać epoce informacyjnej.

Na szczęście ludzie zaczynają słuchać i się uczyć. Szkoda, że trzeba aż takich cierpień i życiowych prób, by trafić do ich świadomości, ale przynajmniej w końcu zaczynają rozumieć. Za każdym razem, gdy

doświadczamy poważnego kryzysu – jak bańka internetowa, gospodarcze następstwa 11 września, panika na rynkach finansowych w roku 2008 i recesja w roku 2009 – coraz więcej ludzi zdaje sobie sprawę, że stare zabezpieczenia już dłużej nas nie utrzymają.

Mit korporacji się skończył. Czy wspinając się przez lata po korporacyjnej drabinie, zatrzymałeś się kiedyś choć na chwilę, by podziwiać widok? Pewnie spytasz: jaki widok? Tylną część ciała osoby stojącej przed Tobą. Tylko tyle widzisz i tylko na to możesz mieć nadzieję. Jeśli właśnie na to chcesz patrzeć przez resztę swojego życia, to ta książka raczej nie jest dla Ciebie. Ale jeśli masz już dość patrzenia komuś w miejsce, gdzie plecy tracą swą szlachetną nazwę, czytaj dalej.

Nie daj się więcej oszukać

Kiedy to piszę, bezrobocie ciągle rośnie. Kiedy Ty to czytasz – nie wiadomo. Może sytuacja już się zmieniła. Nie daj się oszukać. Gdy poziom zatrudnienia znów zacznie wzrastać, nieruchomości zaczną na nowo przybierać na wartości, a banki poluzują politykę kredytową – co na pewno w końcu się stanie – nie daj się na nowo wpędzić w fałszywe poczucie bezpieczeństwa, przez które teraz wraz z całym światem tkwisz w tym bagnie.

Latem 2008 roku ceny benzyny przekraczały 4 dolary za galon. Sprzedaż wielkich samochodów terenowych gwałtownie spadała i nagle zewsząd usłyszeć można było hymny pochwalne na cześć małych samochodów i hybryd. Popatrz, co się stało później. W roku 2009 cena benzyny znów spadła poniżej 2 dolarów – i co? Ludzie znowu zaczęli kupować wielkie terenówki!

Czy naprawdę myślimy, że ceny paliwa pozostaną na zawsze niskie, więc czemu by nie kupować tych paliwożernych smoków? Czy naprawdę jesteśmy aż tak krótkowzroczni? (Staram się być miły. Miałem zamiar napisać „głupi”).

Niestety odpowiedź brzmi: tak. Nie dość, że daliśmy się oszukać raz, to pozwalamy się oszukiwać ciągle na nowo. Wszyscy w dzieciństwie słyszeliśmy bajkę o mrówce i koniku polnym, ale i tak większość z nas przyjmuje na co dzień postawę konika polnego.

Niech Cię nie zwiodą nagłówki gazet. Zawsze toczy się jakaś idiotyczna dyskusja, która ma Cię odciągnąć od zajęcia się prawdziwą robotą: od budowania własnego życia. To tylko hałas w tle. Czy chodzi o terroryzm, recesję czy skandale wyborcze – to nie ma żadnego odniesienia do tego, co dziś musisz zrobić, by zapewnić sobie dobrą przyszłość.

Podczas wielkiego kryzysu niektórzy ludzie zbijali fortuny. W latach 80., podczas największego boomu gospodarczego i najlepszej koniunktury na rynku nieruchomości, miliony ludzi nie zaprzętały sobie głowy tym, by zadbać o własną przyszłość – ignorowali oni wszystko to, co chcę Ci przekazać w tej książce, aż w końcu popadali w tarapaty lub wręcz bankutowali. Większość z nich do dziś boryka się z kłopotami finansowymi.

Problem nie tkwi w gospodarce. Problem tkwi w Tobie.

Czy złości Cię zepsucie świata wielkich korporacji? Czy złości Cię mądre głowy z Wall Street i wielkie banki, które na to wszystko pozwoliły? Czy złości Cię, że rząd robił za mało, za dużo albo za dużo złego, a za mało dobrego? A może jesteś tylko zły na samego siebie, że wcześniej nie zająłeś się własnymi sprawami?

Cóż, życie nie jest łatwe. Pytanie brzmi: co masz zamiar z tym zrobić? Narzekanie nie zapewni Ci lepszej przyszłości finansowej. Nie pomoże Ci też zrzucanie winy na Wall Street, wielkie banki, system korporacyjny ani rząd.

Jeśli chcesz mieć przed sobą stabilną przyszłość, musisz ją stworzyć. Możesz przejąć kontrolę nad własną przyszłością jedynie wtedy, gdy będziesz miał kontrolę nad własnym źródłem utrzymania. Potrzebujesz własnego biznesu.

CZĘŚĆ DRUGA

JEDEN BIZNES – OSIEM RODZAJÓW AKTYWÓW TWORZĄCYCH MAJĄTEK

**O SIEM POWODÓW POTWIERDZAJĄCYCH
FAKT, ŻE MARKETING SIECIOWY MOŻE
ZABEZPIECZYĆ TWOJĄ PRZYSZŁOŚĆ**

MOJE LATA W BIZNESIE

Na początku chcę być zupełnie szczery: nigdy tak naprawdę nie działałem w marketingu sieciowym. Nie jestem dystrybutorem ani właścicielem żadnej firmy zajmującej się marketingiem sieciowym, nie mam żadnych udziałów w takich firmach, nie mam też na celu promowania żadnej konkretnej firmy. Jednak od lat działam na rzecz tego rodzaju biznesu przez to, że jestem jego gorącym orędownikiem i zwolennikiem. W tym rozdziale chciałbym Ci wyjaśnić, dlaczego tak jest.

Po raz pierwszy spotkałem się z marketingiem sieciowym w roku 1975, gdy znajomy zaprosił mnie na prezentację nowej możliwości prowadzenia biznesu. Ponieważ wyszukiwanie i badanie możliwości działania w biznesie i inwestowania stało się moim przyzwyczajeniem, zgodziłem się pójść, chociaż zaskoczyło mnie to, że spotkanie biznesowe ma się odbywać w czyimś domu, a nie w biurze.

Przez trzy godziny słuchałem jego opowieści o tym, że warto budować własny biznes, zamiast pracować dla kogoś innego. Zgadałem się z większością jego argumentów. Na koniec wieczoru mój znajomy zapytał mnie, co o tym myślę. „To ciekawe”, odpowiedziałem, „ale to nie dla mnie”.

W tym czasie sam już zaangażowałem się mocno w proces budowania własnego biznesu. Po co miałbym budować biznes z innymi ludźmi? Poza tym to był marketing sieciowy. Nie do końca rozumiałem, co to miało oznaczać, ale myślałem, że wiem, i byłem przekonany, że to nie stanowi dla mnie żadnej wartości.

Wkrótce po tym pierwszym spotkaniu dotyczącym marketingu sieciowego firma produkująca sportowe portfele, którą prowadziłem z dwoma przyjaciółmi, osiągnęła duży sukces. W końcu 2 lata mojej ciężkiej pracy zaczęły przynosić efekty. Sukces i sława stały się naszym udziałem, a pieniądze wydawały się płynąć do nas nieprzerwanym strumieniem. Przysięgliśmy sobie, że przed 30. urodzinami zostaniemy milionerami i dzięki naszej pracy i poświęceniu osiągnęliśmy nasz cel. (To było w latach 70., gdy milion dolarów był jeszcze coś wart). Nasza firma i nasze produkty były opisywane w czasopismach, między innymi w *Surfer*, *Runners World* czy *Gentleman's Quarterly*. W branży artykułów sportowych stanowiliśmy coś nowego i pożądanego przez wszystkich, a zamówienia spływały z całego świata. To był dla mnie wielki sukces.

Nigdy więcej nie zastanawiałem się nad marketingiem sieciowym – to znaczy przez kolejne 10 lat.

Otwarcie umysłu

Przez kolejne lata mój umysł zaczynał się otwierać. Nasz wspaniały biznes upadł kilka lat po jego założeniu. To było upokarzające doświadczenie, ale w konsekwencji bardzo pozytywne, ponieważ dzięki niemu lepiej przyjrzałem się światu wokół mnie i zacząłem zadawać pytania. Zrozumiałem więcej z tego, czego uczył mnie bogaty ojciec, i zacząłem więcej dostrzegać. Krótco po tym założyłem kolejną firmę, która osiągnęła sukces, potem następną i jeszcze jedną – ale w przeciwieństwie do pierwszej te się utrzymały.

Zdałem sobie sprawę, że choć osobisty sukces daje poczucie spełnienia, satysfakcja jest większa, jeśli przy okazji pomagasz osiągać sukces wielu innym ludziom.

Przez te lata coraz mocniej przemawiała do mnie idea, by nie tylko samemu zdobywać bogactwo, ale też znaleźć sposób na to, by pomóc innym stać się bogatymi. Zdałem sobie sprawę, że choć osobisty sukces daje poczucie spełnienia, satysfakcja jest większa, jeśli przy okazji pomagasz osiągać sukces wielu innym ludziom.

Przez kolejne 15 lat ciągle słyszałem złe opinie na temat marketingu sieciowego, i to najczęściej od znajomych. Wreszcie zdecydowałem się samemu sprawdzić, jak to działa.

Na początku lat 90. przypadkiem spotkałem znajomego o imieniu Bill – multimilionera na emeryturze. Zaczęliśmy rozmawiać o tym i o owym. Opowiedział mi, że działa w marketingu sieciowym!

Bill był bystrym facetem, wszystko łapał w lot. Wiedziałem, że właśnie zakończył przedsięwzięcie budowlane warte ponad miliard dolarów. Zapytałem go, dlaczego działa w marketingu sieciowym.

Powiedział mi: „Przez lata ludzie prosili mnie o wskazówki dotyczące tego, jak inwestować w nieruchomości. Chcieli wiedzieć, czy mogą zainwestować razem ze mną. Ale nie mogli, bo większość z nich nie miała 50 czy 100 tysięcy dolarów, a tyle potrzeba, by wejść w inwestycje nieruchomościowe na moim poziomie.

Tak naprawdę wielu z nich w ogóle nie ma pieniędzy. Niektórzy stoją na skraju bankructwa. Szukają więc tanich okazji nie wymagających wkładu własnego – które zwykle okazują się mocno chybionymi inwestycjami. W marketingu sieciowym jestem w stanie pomóc ludziom zarobić tyle, by mogli rozpocząć prawdziwe inwestowanie. Im większej liczbie osób pomogę, tym więcej mam inwestorów!”.

Dodał jeszcze: „Poza tym uwielbiam pracować z ludźmi, którzy są głodni wiedzy i chętni do rozwoju. Praca z tymi, którzy myślą, że pozjadali wszystkie rozumy, jest potwornie nudna, a tak się zawsze dzieje, gdy prowadzę przedsięwzięcia nieruchomościowe. Ludzie, z którymi pracuję w marketingu sieciowym, są zwykle pełni prawdziwego entuzjazmu”. Po kilku minutach rozmowy musiałem biec na lotnisko, ale przez kolejne kilka miesięcy dalej rozmawialiśmy na ten temat, a ja miałem coraz większy szacunek do marketingu sieciowego i do tego, co on daje ludziom.

W roku 1994 zacząłem dogłębnie badać tę branżę. Chodziłem na wszystkie prezentacje, o jakich tylko usłyszałem, i z uwagą przysłuchiwałem się wszystkiemu, co mówiono. Czytałem o każdej firmie z osobna, sprawdzałem ich wyniki i dokładnie im się przyglądałem – tak samo jak badałbym każde inne przedsięwzięcie biznesowe, w które

planowałbym zainwestować. Wstąpiłem nawet w szeregi paru firm, żeby się przekonać, jakie to jest doświadczenie, gdy się patrzy od wewnątrz.

Wreszcie zacząłem się spotykać z liderami tych firm i zaskoczyło mnie to, że okazali się jednymi z najbardziej inteligentnych, uprzejmych i profesjonalnych ludzi w biznesie, kierującymi się etyką, moralnością i duchowością. Kiedy pokonałem już moje uprzedzenia i poznałem tych ludzi, nawiązałem z nimi przyjacielską relację i zacząłem ich szanować, odkryłem też, że znalazłem się w samym sercu tej branży i – zaskoczyło mnie to, co tam zobaczyłem.

Kiedy po raz pierwszy zetknąłem się z tą ideą na spotkaniu w roku 1975, mój umysł był zamknięty na tego typu działanie. Nagle, po 20 latach, okazało się, że mam na to zupełnie nowe spojrzenie.

Ludzie czasem mnie pytają: „Dlaczego polecasz marketing sieciowy jako sposób na tworzenie majątku, skoro sam się na tym nie wzbogaciłeś?”.

To właśnie dzięki temu, że nigdy nie działałem w marketingu sieciowym, mogę się zdobyć na obiektywizm, mówiąc o tej branży. Zacząłem podziwiać ten biznes z zewnątrz, i to dopiero po tym, jak sam stworzyłem swój majątek i zdobyłem niezależność finansową.

Natomiast gdybym dziś miał zaczynać na nowo, zamiast budować biznes w starym, tradycyjnym modelu, wolałbym zacząć od biznesu sieciowego.

Czym tak naprawdę jest marketing sieciowy?

Jak już napisałem, nigdy tak naprawdę nie działałem w marketingu sieciowym, ale znam kogoś, kto pracuje w tym od lat. Poprosiłem go, żeby wspomógł mnie w pisaniu tej książki, dzieląc się swoimi uwagami.

Mój przyjaciel John Fleming wszedł w dorosłe życie jako architekt (pracował kiedyś z legendą architektury – Miesem van der Rohe). Swoją pasję architekta wykorzystuje w marketingu sieciowym, skupiając się na praktyczności i funkcjonalności projektu. Innymi słowy jest człowiekiem doceniającym wartość budowania struktury, która może przetrwać długi czas.

John wniósł na te strony prawie 40 lat doświadczenia w marketingu sieciowym. Miał własną firmę, a ponadto zajmował wiele stanowisk kierowniczych w innych firmach, między innymi przez 15 lat piastował stanowisko wiceprezesa regionu, a potem wiceprezesa do spraw strategii sprzedaży, szkoleń i rozwoju w jednej z największych i najbardziej szanowanych firm z branży. Angażował się też w działalność wielu stowarzyszeń branżowych; w roku 1997 fundacja Direct Selling Education Foundation przyznała Johnowi swoją najwyższą nagrodę: Circle of Honor Award. Dziś John pracuje jako wydawca i redaktor naczelny czasopisma *Direct Selling News*, szanowanego periodyku skierowanego do menedżerów z branży sprzedaży bezpośredniej i marketingu sieciowego.

Robert: Johnie, wyjaśnijmy tym czytelnikom, którzy tego nie wiedzą: Czym właściwie jest marketing sieciowy i jak to działa?

John: Marketing sieciowy towarzyszy nam w różnych formach od połowy ubiegłego wieku. Pomysł jest prosty, a jednocześnie genialny: zamiast wydawać miliony na profesjonalne agencje i kanały dystrybucji, aby promować nasz produkt lub usługę, dlaczego nie zapłacić ludziom, którzy chętnie z tych pieniędzy skorzystają, za to, że o tym produkcie albo usłudze opowiadają innym?

Właśnie to robi firma prowadząca marketing sieciowy: część każdego dolara pochodzącego ze sprzedaży wypłaca swoim niezależnym przedstawicielom, którzy zwykle są też entuzjastami sprzedawanych produktów i ich aktywnymi użytkownikami.

Robert: Pozwól, że przez moment wcielę się w rolę adwokata diabła. Jakim cudem to może działać? Przecież grupka zwyczajnych ludzi bez umiejętności sprzedaży nie ma szans konkurować z profesjonalistami i generować sprzedaży na jakimkolwiek sensownym poziomie...

John: Otóż to jest w tym wszystkim najlepsze, że może. Jak wie każdy specjalista pracujący w marketingu, hollywoodzki producent filmowy

czy gigant korporacyjny – najbardziej skuteczną formą promocji jest osobiste polecenie i reklama szeptana. To dlatego firmy wydają miliony na to, by w reklamach telewizyjnych aktorzy występowali jako nasze mamy, małżonkowie, przyjaciele albo dzieci: w ten sposób imitują moc poleceń.

W marketingu sieciowym korzystamy z tego, co prawdziwe. Prawdziwa moc tego modelu biznesu – którą Ty, Robercie, nazywasz dźwignią – wynika z tego, że jako przedstawiciel otrzymujesz prowizję nie tylko od produktów kupowanych przez ludzi, którym Ty je polecisz, ale też przez tych, którym oni je polecają – pośrednio i bezpośrednio. To znacząco zwiększa potencjał przychodów.

To jak z tym jest naprawdę – czy to działa? Znasz już odpowiedź: sprzedaż bezpośrednia, zwana też marketingiem sieciowym, osiąga dziś przychody ze sprzedaży na całym świecie na poziomie 100 miliardów dolarów rocznie, co czyni z tego sektora gospodarczy odpowiednik Nowej Zelandii, Pakistanu czy Filipin. (Często określam ten model biznesu zarówno słowami „sprzedaż bezpośrednia”, jak i „marketing sieciowy”, ponieważ dziś większość firm zajmujących się sprzedażą bezpośrednią przyjmuje punkt widzenia marketingu sieciowego. Jednak w tej książce najczęściej będę używał terminu „marketing sieciowy”). Sprzedaż w marketingu sieciowym ciągle rośnie między innymi dlatego, że każdy w nim wygrywa. Firma zyskuje tak wysoki poziom penetracji rynku i świadomości marki, jaki bardzo trudno byłoby osiągnąć z wykorzystaniem tradycyjnego marketingu, a w dodatku byłoby to bardzo drogie. Niezależny przedstawiciel ma możliwość stworzenia naprawdę poważnego przepływu pieniężnego.

W jaki sposób? Wykorzystując moc reklamy szeptanej – relacji osobistych – do budowania dużej sieci, która prezentuje innym linię firmowych produktów czy usług.

Robercie, mówisz, że biznesy z kwadrantu B zatrudniają przynajmniej 500 pracowników. W marketingu sieciowym nie zatrudnia się pracowników – wspiera się osoby indywidualne, które są niezależnymi przedstawicielami. Dynamika finansowa jest jednak podobna: kiedy Twoja sieć niezależnych przedstawicieli urośnie do 300, 400 czy

500 osób, będziesz miał już pod sobą poważną organizację generującą duże kwoty jako przychód pasywny.

Co inni mówią o marketingu sieciowym

Jak mówi John, model jest potężny, ponieważ działa – a my nie jesteśmy jedynymi, którzy to mówią.

Tom Peters, legendarny ekspert w zakresie zarządzania i autor klasycznego bestsellera *W poszukiwaniu doskonałości w biznesie*, opisuje marketing sieciowy jako „pierwszą prawdziwie rewolucyjną zmianę w marketingu od początku ery «nowoczesnego» marketingu, wprowadzonego 50 lat temu przez Procter and Gamble oraz Harvard Business School”.

Powstający na naszych oczach sukces marketingu sieciowego nie pozostał bez echa w prasie – opisywano go w magazynach *Forbes*, *Fortune*, *Newsweek*, *TIME* czy *U.S. News & World Report*, a także w ogólnokrajowych dziennikach *USA Today*, *The New York Times* czy *The Wall Street Journal*. Zapewne 15 lat temu żadne z tych czasopism nie poświęciłoby biznesowi sieciowemu ani jednego wiersza. A teraz w magazynie *Fortune* można przeczytać coś takiego:

Marzenie inwestora... najlepiej strzeżony sekret biznesowy na świecie... branża o stałym corocznym wzroście, solidnym przepływie pieniężnym, o wysokim zwrocie z zainwestowanego kapitału i długoterminowych perspektywach rozwoju na całym świecie.

Dziś marketing sieciowy jest uznawany przez wielu ekspertów i doświadczonych biznesmenów za jeden z najszybciej rozwijających się modeli biznesu na świecie.

Warrena Buffetta i Richarda Bransona różni prawie wszystko. Buffett jeździ pick-upem po ulicach Omaha; Branson lata własną linią lotniczą i mieszka na własnej wyspie w archipelagu Brytyjskich Wysp Dziewiczych. A jednak mają trzy wspólne cechy. Obaj są miliarderami. Obaj są do bólu praktyczni. I obaj są właścicielami firm prowadzących działalność opartą na marketingu sieciowym.

Czy to Ci coś mówi?

Citigroup, Jockey, L'Oreal, Mars, Remington, Unilever: wiesz, co je łączy? Wszystkie te firmy zamoczyły przynajmniej stopy w wodach marketingu sieciowego – a niektóre z nich tkwią w nich już po pas.

Dziś marketing sieciowy jest uznawany przez wielu ekspertów i doświadczonych biznesmenów za jeden z najszybciej rozwijających się modeli biznesu na świecie.

CZĘŚĆ TRZECIA

TWOJA PRZYSZŁOŚĆ ZACZYNA SIĘ JUŻ TERAZ

**CZEGO CI POTRZEBA,
BY ZACZAĆ DZIAŁAĆ
W MARKETINGU SIECIOWYM
I OSIĄGNAĆ SUKCES**

WYBIERAJ MĄDRZE

Postanowiłeś więc rozpocząć własną działalność w marketingu sieciowym. Moje gratulacje! Teraz stoisz przed wyborem. Istnieje kilka tysięcy firm działających w tym systemie. Do której z nich powinieneś dołączyć? I jak ją wybrać?

Osoby nowe w marketingu sieciowym często dokonują przypadkowego wyboru – zgłaszając się do pierwszej firmy, jaka się trafi. Może się też zdarzyć, że ta pierwsza firma jest rzeczywiście dobra i Twój wybór jest jak najbardziej korzystny. Twój wybór powinien się jednak opierać na solidnych przesłankach, a przed podjęciem decyzji powinieneś zadbać o zdobycie wszelkich możliwych informacji. Mówimy tu przecież o Twojej przyszłości.

Jak więc wybierać? Na jakich kryteriach opierasz swoją decyzję? „Nasza firma ma najlepszy program prowizyjny – u nas najlepiej zarobisz!”.

Badając różne firmy działające w marketingu sieciowym, często słyszałem takie stwierdzenie. Ci, którzy przedstawiali mi szansę na biznes, opowiadali o ludziach zarabiających miesięcznie setki tysięcy dolarów. Ponieważ ja sam spotkałem ludzi, którzy zarabiali w marketingu sieciowym takie kwoty, nie wątpię w potencjał finansowy tych przedsięwzięć.

Natomiast nie polecam marketingu sieciowego jedynie jako źródła dodatkowych przychodów.

„Mamy najlepsze produkty najwyższej jakości – te produkty zmieniły życie wielu ludzi!”.

To też często słyszałem. Wyjątkowe korzyści, jakie dają produkty, były najczęściej drugim powodem, dla którego ludzie wybierali konkretną

firmę – pieniądze były pierwszym. Tego też nie podaję w wątpliwość. Chociaż słyszałem wiele przesadzonych opinii i wiele pustej reklamy, znalazłem też świetne produkty, a niektórych używam do dziś. Faktycznie produkty wyjątkowo wysokiej jakości stały się znakiem rozpoznawczym marketingu sieciowego.

A mimo to produkty nie są najważniejszą korzyścią.

Pozwól, że powtórzę:

Kiedy wybierasz firmę do współpracy, produkt nie jest czynnikiem, który powinien mieć najbardziej znaczący wpływ na Twoją decyzję.

Podkreślam to, ponieważ większość ludzi zakłada, że to produkt jest najważniejszy. Otóż nie. Pamiętaj, nie podejmujesz pracy sprzedawcy; wchodzisz w biznes dla samego siebie, a Twój biznes polega na budowaniu sieci. Kiedy zaczynasz się przyglądać różnym firmom, powinieś zadawać sobie jedno podstawowe pytanie: „Czy ta firma pomoże mi się nauczyć, jak profesjonalnie budować sieć?”.

Polecam marketing sieciowy przede wszystkim ze względu na związany z nim system praktycznej edukacji biznesowej i rozwoju osobistego.

Dzięki systemowi marketingu sieciowego każdy może mieć swój udział w bogactwie. Ten model biznesu otwarty jest na każdego człowieka z zapalem, determinacją i wytrwałością. Nie ma znaczenia ani Twoje nazwisko, ani to, gdzie chodziłeś do szkoły (ani czy w ogóle masz jakieś wykształcenie), ile dziś zarabiasz, jakiej jesteś płci lub rasy, czy jesteś przystojny, czy jesteś lubiany ani czy jesteś inteligentny.

Większość firm w marketingu sieciowym dba głównie o to, jak wiele jesteś gotów się nauczyć, czy jesteś w stanie się zmienić i rozwinąć oraz czy masz dość siły, by wytrwać na dobre i na złe, gdy będziesz się uczył, jak zostać biznesmenem.

Czy tak samo jest w każdej firmie działającej na rynku? Nie. I jak w każdym przypadku – są dobrzy, źli i bardzo źli, ale są też ci naprawdę wspaniali.

Nie wszystkie firmy rzeczywiście wspierają edukację. W niektórych tylko dużo się gada: tak naprawdę chcą tylko, żebyś dla nich sprzedawał,

i nie zależy im, czy się czegokolwiek nauczysz. Chcą, żebyś w to wciągnął swoją rodzinę i znajomych. Jeśli trafisz na jedną z tych firm, radzę się dłużej zastanowić, czy chcesz się w to angażować. Nie pomogą Ci w rozwoju, a do tego wkrótce mogą zniknąć z rynku.

Natomiast tym lepszym firmom ogromnie zależy na Twojej edukacji biznesowej. Myślą perspektywicznie i za priorytet przyjmują rozwój Twoich umiejętności i zdolności. Kiedy znajdziesz taką firmę, w której liderzy chcą Cię szkolić i pomagać Ci zostać biznesmenem, co jest Twoim celem, w takiej firmie warto zostać.

Czy program prowizyjny jest ważny? Oczywiście. Czy jakość produktów ma pierwszorzędne znaczenie? Tak. Jednak znacznie bardziej skupiłbym się na tym, jak bardzo firmie zależy, żebyś został prawdziwym biznesmenem w kwadrancie B – budującym swoje bogactwo. To jest najważniejsza sprawa w firmie, do której chcesz dołączyć: to ma być dla Ciebie prawdziwa szkoła biznesu.

Jeśli podoba Ci się wstępna prezentacja, spotkaj się z osobami, które mają Cię szkolić.

Zainwestuj też trochę czasu, żeby – poza wynagrodzeniem i produktami – zastanowić się nad tym, co jest w sercu tych firm: czy są rzeczywiście zainteresowane Twoim rozwojem i szkoleniem? To zajmuje trochę więcej niż wysłuchanie półgodzinnej prezentacji pełnej zachwytów, przejrzanie strony internetowej i sprawdzenie, ile zarabiają poszczególni przedstawiciele. Aby dowiedzieć się czegoś o jakości edukacji w firmie, będziesz musiał się zwlec z kanapy i sprawdzić, jakie oferują szkolenia, seminaria i spotkania edukacyjne.

Jeśli podoba Ci się wstępna prezentacja, spotkaj się z osobami, które mają Cię szkolić.

Przyjrzyj im się dokładnie, bo prawie wszystkie firmy zapewniają, że mają świetne programy edukacyjne, co nie zawsze okazuje się prawdą. W kilku firmach, których działalność analizowałem, jedynym szkoleniem była lista rekomendowanych książek, a dalsze szkolenie skupiało się wyłącznie na tym, żebyś przyciągnął do tego biznesu rodzinę i znajomych.

Nie spiesz się i wybieraj powoli, ponieważ w marketingu sieciowym jest niemało firm, które oferują bardzo dobre programy edukacyjno-szkoleniowe – co więcej, to jedne z najlepszych praktycznych szkoleń biznesowych, jakie widziałem.

Oto lista kilku pytań, które powinieneś sobie zadać, sprawdzając konkretną firmę:

- Kto tym kieruje?
- Czy firma proponuje sprawdzony plan działania?
- Czy w programie edukacyjno-szkoleniowym firmy znajdują się zarówno umiejętności biznesowe, jak i rozwój osobisty?
- Czy firma ma dobrą linię produktów wysokiej jakości, które będą atrakcyjne dla klientów i dla Ciebie samego?

Kto tym kieruje?

Niedoświadczeni ludzie, którzy patrzą na biznes z perspektywy kwadrantów E i S, oceniając firmę, często zwracają uwagę na produkty, program prowizyjny albo promocje. Ja nie patrzę na nic takiego – interesuje mnie samo sedno: ludzie, którzy stoją u steru.

Nie chodzi o to, że produkty, prowizje i wszystko inne się nie liczy. Ale niestety nie ma firm idealnych. Zawsze zdarzają się jakieś problemy. Jeśli biznesem kierują odpowiedni ludzie, cokolwiek poszłoby nie tak, zdołają to naprawić. Prawda jest taka, że jeśli firmą kierują świetni ludzie, nie ma takich problemów, których nie byłiby w stanie pokonać. Natomiast jeśli u steru stoją nieodpowiednie osoby, to kiedy pojawiają się problemy, nie ma na nie żadnej rady.

Pozory mylą: nie daj się zwieść filmikom promocyjnym i pięknym stronom w Internecie. Patrz na kluczowe sprawy. Jakie ci ludzie mają wykształcenie, doświadczenie, drogę życiową, charakter? Bez względu na to, czy poznasz ich osobiście i czy będziesz z nimi bezpośrednio współpracował, to są Twoi główni partnerzy w biznesie.

John: Chciałbym się teraz odnieść do mitu rozpowszechnianego przez niektórych orędowników tego biznesu: aby zarobić „wielką kasę”, trzeba „wsiaść na pierwszej stacji”. To zwyczajnie nieprawda.

Robert: Co więcej, to po prostu głupie! Większość nowych przedsięwzięć biznesowych bankrutuje w ciągu pierwszego lub drugiego roku działalności – nie inaczej jest w przypadku firm startujących w marketingu sieciowym. Po co miałbyś wkładać ciężką pracę, czas i energię w firmę, która nie ma jeszcze żadnych potwierdzonych wyników?

John: W marketingu sieciowym istnieją świetne, silne, wiarygodne firmy funkcjonujące od 3 lat i inne, działające od 30 lat. To prawda, że uczestnictwo w czymś nowym, u progu prawdziwego sukcesu, ma w sobie coś ekscytującego i ożywczego. Natomiast jeśli angażujesz się w firmę istniejącą od dziesiątek lat, inwestujesz w wiarygodność i moc zbudowanej marki.

Byłbym ostrożny, przyłączając się do firmy, która dopiero co zaczyna działalność. Ale i tu są pewne wyjątki: możesz znaleźć nową firmę, która dopiero rozpoczyna, ale jej referencje pokazują, że warto jej się przyrzyć z uwagą.

Najważniejsze, to żebyś odrobił zadanie domowe – starannie sprawdzając to, co widzisz i z kim masz robić biznes.

Niech nikt Cię nie zwiedzie obietnicami tego, że kluczem do bogactwa jest związanie się z nową firmą, firmą działającą od 5 lat albo z taką, funkcjonującą od 35. Nie ma tu żadnych reguł. Nie ma stuprocentowego wzoru. Najważniejsze, żeby firma była świadoma tego, co robi, i dawała jasne sygnały, że zamierza tu pozostać na długo.

Czy firma proponuje sprawdzony plan działania?

John: Marketing sieciowy oferuje bardzo intratne możliwości i wcale nie zmusza Cię do odkrywania na nowo Ameryki. Oferuje plany działania, które pozwolą Ci osiągnąć sukces, o jakim marzysz.

W niektórych firmach udostępnia się każdemu stronę internetową, która pomaga szkolić przyszłych przedstawicieli albo promować produkty i możliwości. Pierwszorzędne narzędzia prezentacyjne w postaci płyt CD, DVD, podcastów i materiałów drukowanych stały się już standardem wyposażenia przedstawiciela w marketingu sieciowym.

Czy program edukacyjno-szkoleniowy firmy uwzględnia zarówno pomoc w zdobywaniu umiejętności biznesowych, jak i rozwój osobisty?

Podkreślałem już, że edukacja i szkolenia są dla mnie największymi wartościami, jakie może zapewnić marketing sieciowy – nawet większymi niż tworzenie strumienia nieprzerwanych przychodów. Upewnij się więc, czy firma je oferuje.

Sprawdź, czy firma kładzie nacisk na regularne szkolenia dotyczące umiejętności biznesowych i rozwoju osobistego. Od wielu lat liderzy branży są świadomi, że opłaca się zapewnić przedstawicielom zrównoważoną dietę w postaci inspirujących materiałów edukacyjnych. W dawnych czasach były to książki i kasety audio. W XXI wieku są to płyty CD i DVD, podcasty, telekonferencje na żywo i webinaria – oraz oczywiście książki. Książki nie wychodzą z mody!

John: Ani seminaria na żywo. Nawet w czasach Internetu obecność na dużym spotkaniu nie może się równać z żadnym innym środkiem przekazu.

W dzisiejszych czasach budowanie sieci odbywa się zarówno przez telefon i Internet, jak i twarzą w twarz. Nadal jednak można zauważyć, że lepsze firmy wciąż przykładają dużą wagę do seminariów rocznych, półrocznych, kwartalnych i miesięcznych. Dlaczego? Mają one niezrównaną wartość dla edukacji i rozwoju osobistego.

Przy okazji chciałbym wspomnieć, że w Twoim szkoleniu i edukacji będzie brała udział nie tylko Twoja firma prowadząca marketing sieciowy. Jest w niej rozbudowana hierarchia ludzi – od człowieka, który wprowadza Cię w działalność (zwanego „sponsorem”), przez jego sponsora i sponsora tego sponsora (Twój „upline”) aż po stojących najwyżej dyrektorów – wszyscy oni mają własny interes w tym, żebyś Ty się rozwijał, uczył i osiągnął sukces.

W marketingu sieciowym piękne jest to, że jest on pełnym przeciwieństwem korporacyjnego wyścigu szczurów, w którym nawet Twój

najlepszy przyjaciel może Cię zepchnąć z drabiny, by wskoczyć wyżej w hierarchii.

W marketingu sieciowym nie ma takiej rywalizacji, bo to od Ciebie zależy sukces Twojego sponsora i całego upline'u. Ci, którzy korzystają na Twoim rozwoju, chcą, żebyś się rozwijał!

Czy firma ma dobrą linię produktów wysokiej jakości, które będą atrakcyjne dla klientów i dla Ciebie?

Nawet jeśli nie jest to najważniejsza kwestia, wciąż powinna pozostać w kręgu Twojego zainteresowania. Dlaczego? Odpowiedź to jedno hasło: *reklama szeptana*.

Marketing sieciowy nie promuje się specjalnie w mediach. Rzadko kiedy widzisz bilbordy czy reklamy telewizyjne tych produktów. Dlaczego? Ponieważ system promocji jest tu zupełnie inny. Zamiast rozbudowywać budżety reklamowe i pompować pieniądze w drogie media, firmy dają te pieniądze ludziom takim jak Ty.

John: Siłą napędową rozwoju sieci jest słowo mówione – poszczególni ludzie opowiadają innym o produkcie lub usłudze i szansie biznesowej, jaką się proponuje.

Z tego powodu w marketingu sieciowym najlepiej sprawdzają się takie produkty i usługi, które wywołują u ludzi emocje, niosą wspałałą opowieść, mają w sobie ciekawy składnik, powstały w interesujących okolicznościach, dają wyjątkowe korzyści lub są jedyne w swoim rodzaju.

W skrócie nazywamy to buzz – reklamą szeptaną.

Nie zrozum mnie źle; nie mówię o sztucznym rozdmuchiwaniu sprawy. Mówię o prawdziwych cechach i korzyściach. Twój produkt musi być czymś wyjątkowym.

Teraz muszę podkreślić też, że nie ma czegoś takiego jak jeden „najlepszy” produkt. Na rynku jest miejsce na tysiące najlepszych produktów i usług. W pewnym stopniu ocena tego, co można nazwać wspałałym produktem, jest subiektywna. Niektórzy ludzie szczególnie interesują się kosmetykami, żywieniem czy techniką.

Czy istnieje mocny rynek dla produktu? Czy to jest coś, co spodoba się dużej liczbie osób? Czy cena jest konkurencyjna?

Czy wierzysz w wartość produktu i sam będziesz go używał? Czy kryje się za nim ciekawa opowieść? Jeśli jesteś zafascynowany jakimś produktem, który proponujesz innym, łatwiej Ci będzie ich zarazić swoim entuzjazmem.

ROBERT T. KIYOSAKI

Inwestor, przedsiębiorca, orędownik edukacji finansowej i autor licznych bestsellerów



Robert Kiyosaki jest autorem książki *Bogaty ojciec, Biedny ojciec*, najlepiej sprzedającego się w historii poradnika dotyczącego finansów osobistych, książki, która zmieniła sposób myślenia o pieniądzu dziesiątek milionów ludzi. *Bogaty ojciec, Biedny ojciec* to książka, która najdłużej utrzymywała się na cotygodniowych listach sprzedaży czterech głównych pism, czyli: *New York Times*, *Business Week*, *USA Today*, *Wall Street Journal*. Od *USA Today*, książka dwukrotnie otrzymała tytuł „Numer 1 wśród książek o pieniądzu”. Jest trzecim najdłużej utrzymującym się na listach bestsellerów poradnikiem wszech czasów.

Proponowane w nim spojrzenie na pieniądze i inwestowanie często przeczy powszechnie przyjętym opiniom. Robert jest znany z bezpośredniości, odwagi i z podważania opinii autorytetów. Podważa status quo, mówiąc, że „stare” rady – znajdź dobrą pracę, oszczędzaj, nie zadłużaj się, inwestuj długoterminowo w zdywersyfikowany portfel akcji, obligacji i funduszy inwestycyjnych – są przestarzałe i błędne. Jego twierdzenie, że „twój dom nie należy do aktywów” wywołało wiele kontrowersji, ale dla wielu właścicieli domów w Stanach Zjednoczonych okazało się prorocze.

Inne tytuły z serii „Bogaty ojciec” zajmują cztery miejsca w pierwszej dziesiątce rankingu Nielsen Bookscan List całociowej sprzedaży w latach 2001–2008. Seria „Bogaty ojciec”, przetłumaczona na 51 języków, jest dostępna w 109 krajach i sprzedała się w ponad 28 milionach egzemplarzy na całym świecie oraz okupuje listy bestsellerów w Azji, Australii, Ameryce Południowej, Europie. W roku 2005 Robert został wprowadzony do Galerii Sław firmy Amazon.com jako jeden z 25 najpopularniejszych autorów. Na serię „Bogaty ojciec” składa się obecnie 27 tytułów. Wśród nich znajduje się między innymi książka *Dlaczego chcemy, żebyś był bogaty. Dwóch mężczyzn – jedno przesłanie*, którą Robert napisał ze swoim przyjacielem Donaldem Trumpem w roku 2006 i która zadebiutowała na pierwszym miejscu listy bestsellerów *New York Timesa*. Dwaj przyjaciele i giganci biznesu w 2011 roku wydali kolejną książkę zatytułowaną *Dotyk Midasa*.

Z innych książek Roberta Kiyosaki warto wymienić *Spisek bogatych. Osiem nowych zasad rządzących pieniędzmi* – innowacyjna, wręcz przełomowa publikacja udostępniana bezpłatnie w Internecie, która zgromadziła przed monitorami niewiarygodnie wielką rzeszę czytelników oraz dotarła na 5. miejsce listy bestsellerów *New York Timesa* wśród poradników.

Robert Kiyosaki był gościem w programach „Larry King Live” oraz „Oprah”, a niedawno wystąpił w magazynie *TIME* w kolumnie „10 Questions”, gdzie znane osoby, między innymi takie jak reżyser Spike Lee czy aktor Michael J. Fox, udzielają krótkich wywiadów.

Oprócz książek Robert publikuje też felietony „Why the Rich Are Getting Richer” na portalu Yahoo! Finance oraz comiesięczne felietony zatytułowane „Rich Returns” w magazynie *Entrepreneur*.

NIEZBĘDNE NARZĘDZIA DO ROZWIJANIA TWOJEGO BIZNESU

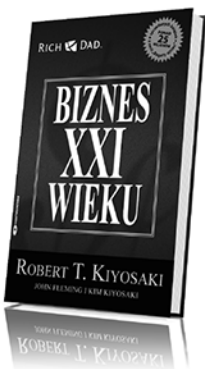
KSIĄŻKA SZKOŁA BIZNESU

Dobry biznes to taki, w którym każda strona wygrywa. *Szkoła biznesu dla ludzi, którzy lubią pomagać innym* pomoże Ci zbudować sieć, w której każdy będzie zwycięzcą. Poznasz osiem ukrytych walorów biznesu, które nie tylko pozwolą Ci zarobić pieniądze, ale zmienią też na zawsze Twoje życie. Robert Kiyosaki wyjaśni Ci, jak szybko stworzyć biznes w kwadrancie B, dzięki wykorzystaniu sieci. Idealna książka pomocna w promocji i szkoleniu.



KSIĄŻKA BIZNES XXI WIEKU

To kluczowa książka, która pomoże Ci rozpocząć biznes w marketingu sieciowym. Robert Kiyosaki wyjaśnia, dlaczego marketing sieciowy jest najlepszym modelem biznesu, szczególnie jeśli dotąd nie prowadziłeś własnej firmy. Dzięki tej książce Twój proces stawiania się przedsiębiorcą będzie o wiele mniej bolesny niż w tradycyjnym biznesie. Poznaj i zastosuj praktyczne rady doświadczonego biznesmena i inwestora. Sięgnij po swoją finansową niezależność.



AUDIO BIZNES XXI WIEKU

Kim lepiej być w XXI wieku – pracownikiem czy przedsiębiorcą?

Nie potrzebujesz zapewnień o tym, że mamy kryzys. Ale czy wiesz jak wykorzystać obecną sytuację na swoją korzyść? Jeśli obawiasz się, że stracisz pracę lub masz już dość bycia zatrudnionym, Robert Kiyosaki wyjaśni Ci jak stać się przedsiębiorcą i stworzyć majątek, który zapewni Ci dobrobyt na teraz i na zawsze.



VIDEO BIZNES XXI WIEKU

Pozwól Robertowi Kiyosaki wyjaśnić w specjalnej serii filmów, dlaczego marketing sieciowy jest biznesem XXI-ego wieku. Powie on jak osoby zainteresowane Twoją ofertą mogą zbudować sobie styl życia, o jakim marzą.



Video dostępne na www.Biznes21wieku.pl

BIZNES XXI WIEKU

PROBLEM NIE TKWI W GOSPODARCE JEST RACZEJ POWIĄZANY Z TOBĄ

Czy **niepokoi** Cię **korupcja** w świecie korporacji i międzynarodowych banków?
Czy **złości** Cię to, że rząd robi zbyt wiele złego i za mało dobrego?

A może jesteś **zły na samego siebie**, że wcześniej nie zająłeś się własnymi finansami?
Cóż, **życie nie jest łatwe**. Pytanie brzmi: **co masz zamiar z tym zrobić?**

Narzekać na stan gospodarki i zrzucanie winy na innych nie zapewni Ci lepszej przyszłości finansowej – jeśli chcesz być bogaty, musisz sam o to zadbać. Musisz wziąć przyszłość w swoje ręce i zatroszczyć się o własne źródło utrzymania – i to już dziś!

Potrzebujesz własnego biznesu.

Dla większości ludzi to mogą być trudne czasy, ale przed wieloma przedsiębiorcami właśnie teraz otwierają się wspaniałe możliwości. To jest odpowiedni czas na zakładanie własnej firmy. Nigdy nie było na to lepszego momentu!



Robert T. Kiyosaki jest multimilionerem i inwestorem, biznesmenem, wykładowcą i autorem bestsellerów z serii „Bogaty ojciec”. W wieku 47 lat został rentierem, a potem stworzył firmę Rich Dad Company, która pokazuje milionom ludzi na całym świecie, jak uzyskać wolność finansową. Kiyosaki napisał 16 książek, które sprzedały się w ponad 27 milionach egzemplarzy. Więcej informacji o nim można znaleźć na stronie www.BogatyOjciec.pl.

John Fleming jest odnoszącym sukcesy przedsiębiorcą, niezależnym konsultantem i mówcą, który pracuje obecnie jako wydawca *Direct Selling News*, najważniejszego magazynu branży sprzedaży bezpośredniej. Fleming jest autorem programu The One Course, który pomaga budować szczęśliwe życie zgodnie z zasadami architektury.

Kim Kiyosaki oddaje kobietom kontrolę nad ich własnymi finansami i nad ich własnym życiem; z pasją dostarcza im wiedzę o pieniądzu, czerpiąc z własnego doświadczenia w biznesie, edukacji, nieruchomościach i inwestycjach. Jest autorką książki *Bogata kobieta. Poradnik inwestycyjny dla kobiet*.

ISBN 978-83-61008-16-3



9 788361 008163

RICH  DAD™

WWW.BIZNES21WIEKU.PL