

ASEA - Kontaktování - Exploze! (vašich 6 kroků)

Při strategii „Velké exploze“, budete organizaci desetkrát rychleji. Toto je nejdůležitější fáze procesu, jak se co nejrychleji dostat do pohybu – a do zisku.

Koncept exploze spočívá v tom, uvést co největší množství lidí do kontaktu s vaším podnikáním co nejrychleji za použití externích pomůcek.

Nemusíte výrobek nebo příležitost „prodávat“. Nechte mluvit pomůcky. Pamatujte, že pokud se vaše rty pohybují, měli byste mluvit o nějaké externí pomůcce. Po uvedení do kontaktu s pomůckou byste měli **naplánovat následnou schůzku během 12 až 24 hodin.**

Cílem Velké exploze je v krátké době získat alespoň 80 až 100 kandidátů pro váš prospektovací proud. Neznamená to však, že musíte 80 nebo 100 lidí sponzorovat nebo dokonce dělat tolik prezentací. **Jednoduše jim dejte příležitost se na vaše podnikání podívat a zjistit, zda by měli zájem.**

Uvést dostatečně velké množství lidí do kontaktu s podnikáním je důležité pro to, abyste získali dostatek lidí, kteří budují podnik, a mohli se od země odrazit co nejdříve.

Může to znít ironicky, ale je mnohem snazší budovat podnik rychle než jej budovat pomalu. **Začnete-li rychle, vytvoří se atmosféra nadšení, která se přenesení na vaši skupinu.** A tím že se rychle dostanete do plusu, budete udávat tón ve vaší skupině a budete na prospekta sami působit jako příklad úspěchu.

Síťový marketing je ideální pro každého – ale ne každý se hodí pro síťový marketing. Většina lidí právě teď nehledá obchodní příležitost. Jiní chtějí příležitost, avšak nejsou ochotní odvést potřebnou práci. A další se stanou zákazníky, avšak do podnikání se nezapojí. To je vše v pořádku. Jen je potřebujete roztrždit. Nejlepší je rozvětvený přístup, se kterým se dostanete do pohybu. Nyní vám prozradím, jak vytvořit úspěšnou Velkou explozi...

Krok 1: Exploze SOR

Základem získávání členů jsou **soukromé obchodní receptce (SOR).** Jedná se o neformální setkání **v prostředí vašeho domova, kam zvete klíčové osoby,** které byste rádi získali do svého týmu, a příležitost jim předběžně představíte. V ideálním případě byste pro prezentaci měli mít připravené video nebo by **prezentaci prováděl někdo z vaší sponzorské linie.** Je to velice přátelský a neagresivní způsob, jak kandidátům ukázat, o čem váš podnik vlastně je.

Naplánujte si první tři nebo čtyři SOR ku příležitosti „slavnostního otevření“ vašeho podniku. Vaše první SOR by se měla konat během tří až čtyř dnů od vašeho vstupu do podnikání a měly by následovat další dvě nebo tři, s několikadenními přestávkami. Takováto série dává vašim prospektům časovou flexibilitu a umožňuje jim si zvolit termín, který jim vyhovuje. Také zajistí registraci dostatečného počtu distributorů k tomu, aby se objevilo několik seriózních jedinců schopných vybudovat silný podnik a dostat vás do pohybu.

Vaším cílem je uskutečnit nejméně tři SOR v průběhu prvních sedmi až deseti dnů. To je nejbezpečnější způsob, jak se dostat do pohybu. Zde je několik rad pro co nejúčinnější SOR a následný rychlý start.

Před SOR...

- Projděte si seznam prospektů, pokuste se identifikovat nejlepší z nich a pozvěte je k sobě domů. Dejte jim vědět, že je to ku příležitosti „slavnostního otevření“ vašeho nového podniku a že byste si přáli, aby se jej zúčastnili a podpořili vás a vy jim mohli ukázat, o co vlastně jde. (Tato dvě slova výrazně zvyšují účast, protože téměř každého lákají slavnostní otevření.)
- **Nenechte se zatáhnout do velkého množství otázek.** Budou-li se ptát, řekněte jim název společnosti, a že pro ně máte speciální video prezentaci nebo že byste je chtěli s někým seznámit. Vysvětlíte jim, že teprve začínáte a nemůžete sami zodpovědět všechny otázky, **ale že** zmíněná prezentace obsahuje všechny informace, které by mohli chtít znát.
Před prezentací eliminujte veškeré rušivé elementy (telefony, zvířata, děti atd.).
- Neupravujte doma svůj nábytek kvůli setkání. Vše **nechte jako obvykle a pouze upravte** místa k sezení podle toho, jak budou lidé přicházet. Mějte připravené pouze nápoje (žádný alkohol) nebo lehké občerstvení. Pro své hosty mějte připravené balíčky, avšak neukazujte je.
Nevystavujte své výrobky.

Průběh SOR...

- Přivítejte příchozí a pohodlně je usadte. Navzájem představte své hosty a začněte přátelskou společenskou konverzací.
- Začněte do několika minut po plánovaném zahájení. Nemluvte o lidech, kteří přišli pozdě nebo nepřišli vůbec. Soustřeďte se na ty, kteří přišli.
- Na začátek všechny oficiálně přivítejte a poděkujte jim za účast. Během 30 vteřin vysvětlíte, proč jste se do tohoto podnikání pustili a poté přehrajte video nebo představte mluvčího.
- Během prezentace neodbíhejte. Zůstaňte sedět a sledujte prezentaci **spolu se svými hosty**
- Pokud někdo dorazí později, nezačínejte znovu. Řekněte jim, že s nimi později jednotlivě proberete to, o co přišli.

Po skončení prezentace každému z hostů nebo dvojic věnujte informační balíček.

Nyní je čas odpovídat na otázky. Je-li váš sponzor přítomen osobně nebo telefonicky, směrujte dotazy na něj. **Není-li k dispozici, použijte** pomůcky. Příklad: Mají-li kandidáti otázky týkající se plánu odměn, obraťte se na odpovídající části distributorské sady. Pokud mají otázky ohledně výrobků, použijte katalog výrobků.

Pokud někdo jeví velký zájem, zeptejte se, zda to chápe. Je-li odpověď kladná, zeptejte se, zdaje připraven začít.

- Ty, kteří jsou připraveni začít, zaregistrujte.
- **Ostatní**, kteří se nezaregistrují, požádejte, zda by se mohli podívat na informační balíček. Povězte jim, že podnik budujete rychle a přáli byste si, aby si zběžně prošli poskytnuté materiály a ujistili se, že mohou této příležitosti využít. Naplánujte si následné hovory nebo je pozvěte na další SOR nebo otevřený mítink, pokud se nějaké mají v několika dalších dnech uskutečnit.

Jak pokračovat po SOR...

Ty, kteří se nezaregistrovali, kontaktujte během následujících 12 až 48 hodin. Znovu je pozvěte na další setkání nebo s nimi uskutečňte hovor mezi šesti očima.

- Pomozte členům svého týmu naplánovat jejich vlastní řadu SOR a začněte celý proces duplikovat!

Několik rad pro úspěšné mítinky:

- Začněte včas a buďte struční.
- Nehovořte o podnikání příliš. Nechte mluvit pomůcky.

Buďte profesionální a náležitě se oblečte.

Poskytněte svým hostům zápisníky a něco na psaní, aby si mohli dělat poznámky.

Poznámka: Jak vidíte, stále věřím v koncept domácích mítinků. Mnoho lidí se je sice snaží zdiskreditovat a mluví o tom, že podnik můžete budovat také pouze oslovováním cizích lidí, pomocí internetové PPC reklamy (platby za kliknutí) nebo zakoupením adresářů k rozesílání elektronické pošty, já toho názoru nejsem. Tyto strategie se dlouhodobě neduplikují a je směšné, jak mnoho z nich dokonce radí, že byste neměli oslovovat své přátele, sousedy ani známé. Kdyby lidé, kteří toto hlásají, v naši profesi skutečně věřili, mluvili by především s těmi, na kterých jim záleží.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si SOR explozi:

.....
.....

Krok 2: Exploze s pomůckami pro prospektování masového trhu

Budete chtít do rukou prospektů dostat nejméně 50 pomůcek pro masový trh během prvních deseti dnů (průměrně tedy pět denně). Ne každý se samozřejmě na pomůcky podívá ihned, avšak chcete se dobrat k nejméně 25-30 solidním kontaktům – to znamená lidem, kteří skutečně věnovali čas tomu si materiály prostudovat.

Tento krok je vhodný pro lidi, kteří by podle vás pozvání na SOR nepřijali, ale přesto by se o tomto podnikání měli dozvědět. Je také ideální pro lidi, které občas potkáváte, avšak moc dobře je neznáte. Také je velice vhodný pro lidi, kteří vás zaujmou v každodenním životě, ať je to ochotný prodejce v obchodě s elektronikou, zdvořilý řidič taxíku nebo pohledná servírka.

Zde je několik příkladů toho, jak můžete oslovit své známé. Projděte si doporučené postupy a zvolte si ten, který je vám nejbližší.

„Petře, na tomhle DVD jsou ty nejdůležitější informace, které jsem v životě viděl. Kdy myslíš, že budeš mít čas se na to podívat?“

„Vím, Petře, že jsi jeden z nejlepších v tom, co děláš. Věřím, že bys mohl být velice úspěšný v novém podniku, kterému se teď věnuji. Rád bych znal tvůj názor na informace uvedené v tohoto časopisu. Kdy myslíš, že budeš mít čas si jej přečíst?“

„Petře, právě rozjíždím nový podnik, hledám leadery a okamžitě jsem si vzpomněl na tebe. Podívej se prosím na tohle CD a dej mi vědět, co si o tom myslíš.“

„Dávám dohromady skupinu nej chytřejších lidí, co znám, abych rozjel nový podnik. Tvé schopnosti by pro něj byly ideální. Mohl bys mi věnovat 30 minut času a podívat se na toto DVD?“

„Petře, nedávno jsem se rozhodl, že chci rozšířit svůj příjem a rozjel jsem kvůli tomu nový podnik. Řekl bych, že by tě tohle DVD mohlo velice zajímat. Kdy myslíš, že budeš mít čas se na něj podívat?“

Následná činnost...

Lidé vám mnohem častěji vyhoví, **skutečně si materiály prohlédne a budou na ně reagovat lépe, když je budete distribuovat s pocitem naléhavosti.** Dejte svým prospektům najevo, že postupujete velice rychle a požádejte je o to, aby si materiály prohlédli brzy.

Použijte zaneprázdněný přístup plný energie, avšak nepřehánějte to a na prospekta netlačte. Pokud lidé o nabízené informace opravdu zájem nejeví, poděkujte jim za jejich čas a jděte dál. Nejlepší výsledky se dostaví, když své kandidáty kvalifikujete a smluvíte si s nimi přesný čas, kdy se jim znovu ozvete. Může to vypadat například takto:

Když prospekt souhlasí s tím, že se na informace podívá, řekněte: **„Skvělé! Kdy myslíš, že se na to určitě budeš moci podívat?“** Počkejte na odpověď. Čas, který vám odpoví, není důležitý. Poté řekněte: **„Takže když ti zavolám [ihned po čase, kdy vám prospekt sdělil, že se na materiály podívá], tak už to budeš mít určitě prostudované, je to tak?“** Poté, co tuto informaci potvrdí, požádejte jej o číslo, na kterém bude v danou dobu určitě dostupný.

Tímto způsobem jste prospektovi dali hned několik příležitostí vám říci, že se na materiály podívá. Použitím tohoto závazku (a správného přístupu) **budete mít 80% nebo lepší šanci, že vám prospekt vyhoví, a to se bude dále duplikovat celou vaší organizací. Bez něj vám prospekti vyhoví v mnohem menší míře a i to se ve vaší organizaci bude duplikovat.**

Když pak prospekta ve smluvenou hodinu následně kontaktujete, jednoduše se zeptejte: **„Měl/a jsi už možnost se na ty informace podívat?“** Pokud vám prospekt odpoví, že se k tomu ještě nedostal, řekněte mu něco ve smyslu: **„Je to opravdu důležité. Kdy myslíš, že se na to budeš moci určitě podívat?“** Počkejte na odpověď a řekněte: **„Výborně, takže když ti zavolám v , už to budeš mít určitě prostudované?“**

Jednoduše tento proces opakujte, dokud vám prospekt nepotvrdí, že skutečně prezentaci zhlédl, nebo že nemá zájem.

Pokud ji zhlédl, zeptejte se jej: **„Pochopil/a jsi to? Dávalo ti to smysl?“** Pokud vám odpoví, že ano, zeptejte se: **„Jsi připraven/á začít?“** Pokud vám řekne, že nemá zájem, poděkujte mu za jeho čas a zeptejte se, zda nemá zájem stát se zákazníkem.

Pokud má prospekt zájem, avšak není ještě připraven, proces stupňujte. Toho lze docílit například pozváním na SOR nebo otevřený mítink, telekonferencí mezi šesti očima nebo pokud jej požádáte, aby si poslechl školení leaderů nebo webcast.

Zde je několik příkladů toho, jak můžete oslovit lidi, které jste právě potkali a kteří vás zaujali:

„Víte, jste v této práci příliš dobrá – příliš dobrá na tuto práci. Vsadím se, že byste v mém podniku byla velice úspěšná. Mohu vám zde

nechat pár informací, abyste se na ně mohla podívat? Pokud by to pro vás znělo zajímavě, moje číslo je na zadní straně. "

„Víte, práce, kterou tu odvádíte, na mě udělala dojem.

Věřím, že v podniku, kterému se věnuji, byste mohl být velice úspěšný.

Mohu vám zde nechat pár informací, abyste se na ně mohl podívat? Pokud by to pro vás znělo zajímavě, mé číslo je na zadní straně. "

„Víte, práce, kterou tu odvádíte, na mě udělala dojem. Říká vám něco síťový marketing? Zastupuji novou, rozvíjející se [zavedenou, expandující] společnost, která hledá leadery.

Mohu vám zde nechat pár informací, abyste se na ně mohl podívat? Pokud by to pro vás znělo zajímavě, mé číslo je na zadní straně. "

Někteří z vašich budoucích nejlepších leaderů mohou být lidé, které nyní ještě neznáte. Při každodenní činnosti tedy nezapomeňte hledat bystré lidi. Lidi, kteří jsou úspěšní v jiných oblastech, obvykle bývají úspěšní i v síťovém marketingu. Vždy mějte nějaké pomůcky v autě, v kabelce nebo v kufříku právě pro situace, kdy na takové lidi narazíte.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si explozi s pomůckami pro masový trh:-----

Krok 3: Exploze po telefonu

Tento krok je ideální pro lidi, na které máte vliv, kteří nebydlí dost blízko na předání balíčku nebo ty, kteří se nemohou zúčastnit SOR. Osobně jim zavolejte a znějte naléhavě. Můžete říci například:

„Ahoj Davide, vezmi si do ruky tužku. Zapiš si tuhle internetovou adresu: [adresa]. Jsou to stránky nového podniku, který rozjíždím, a chtěl bych znát tvůj názor.

Podívej se na to, prosím tě, a já ti pak v zavolám a promluvíme si o tom. "

„Nazdar Davide. Spouštím nový podnik a byl jsi mezi prvními, na koho jsem si vzpomněl. Myslím, že by sis vedl dobře. Máš tužku? Podívej se prosím tě na stránky [adresa].

Je to způsob, jak získat zájezdy zdarma, auto zdarma a značný reziduální příjem. Prosím tě, podívej se na to, já ti pak v zavolám a promluvíme si o tom. "

Následný hovor si vždy naplánujte na konkrétní čas ve stejný nebo následující den.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si explozi po telefonu:-----

Krok 4: Exploze na dlouhou vzdálenost

Pro tento krok rozešlete nejméně deset informačních balíčků kandidátům, kteří bydlí daleko od vás. Nalepte na ně **ručně psaný poznámkový papírek s nápisem jako „NALÉHAVÉ: Přehrajte si prosím DVD v balíčku, projděte si materiály a dejte mi vědět, jaký na to máte názor.**

Tento krok je ideální pro lidi, které znáte, avšak na které nemáte silný vliv, nebo s kým jste nějakou dobu nebyli v blízkém kontaktu. Mezi ty často patří bývalí spolužáci, bývalí sousedé a další lidé, kterým o svátcích posíláte pozdravy. Nejlepších výsledků docílíte tak, že jim zavoláte a stručně jim oznámíte, že jim posíláte něco důležitého a kdy to mohou očekávat. (Díky sociálním sítím, jako jsou **Classmates.com**, její česká obdoba **Spoluzaci.cz**, Facebook nebo Reunion můžete najít v podstatě kohokoli, s kým jste se v životě znali.)

Probudte v nich pocit očekávání a hovor rychle ukončete. Nenechte se zatáhnout do hromady otázek. Vyřídte jim, že máte jen chvilku a že jim balíček brzy dorazí a oni se všechno dozví. Také jim dejte vědět, že jim později zavoláte a promluvíte si o tom. Balíčky zašlete nejlépe jako „doporučený balík“ nebo jako obdobný typ dostupný ve vaší zemi.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si další explozi na dlouhou vzdálenost:-----

Krok 5: Exploze přes e-mail

Tento krok je ideální pro kandidáty, na které máte e-mailovou adresu a nikoli fyzickou. Také je skvělý pro vaše prospekty v zemích, kam by zaslání balíčků bylo příliš nákladné. Jedná se o dvoufázový kvalifikační proces.

Prvním e-mailem zjistěte, zda mají zájem, a druhým e-mailem je odkážete na webové stránky nebo online prezentaci.

Když jsem rozjížděl svůj podnik, tento proces pro mne fungoval skvěle. **Umožnil mi trávit čas s lidmi, kteří projevovali skutečný zájem, a zbytečně nevěnovat svůj čas neprospektům.** V níže uvedeném příkladu si povšimnete, že jsem byl od začátku upřímný, že se jedná o síťový marketing. Pokud by s tím měli nějaký problém, nechtěl jsem s nimi ztrácet čas.

Je to pouze příklad. Se svou sponzorskou linií vytvořte šablonu e-mailu uzpůsobenou vaší společnosti.

První e-mail...

PŘEDMĚT: Podnikání a reziduální příjem

Ahoj Karen,

měla bys zájem o vedlejší činnost, která ti může přinést značný reziduální příjem? Rozjíždím něco velkého a rád bych tě měl ve svém týmu.

Pracuji s novou, rozvíjející se [zavedenou, expandující] společností v síťovém marketingu, která má předpoklady k tomu, stát se dalším miliardovým podnikem na trhu. Tato nová společnost je obchodní příležitostí, která se rychle rozrůstá, a potřebujeme leadery ve tvé oblasti. Hledáme lidi s pedagogickými schopnostmi, kteří chtějí využít příležitosti stát na počátku úspěchu.

Zde je několik faktorů, díky kterým je tato příležitost právě teď tak působivá:

1) Můžeš u toho být už od začátku!

Společnost nedávno zahájila své působení v [země]. Máme tedy skvělou příležitost získat náskok – než většina lidí vůbec zjistí, že se už závodí. Hledáme leadery, které bychom zaškolili v našem týmovém systému, aby mohli ovládnout svůj místní trh a postavit základy dalšího rozvoje.

2) Možnost získat vysoký reziduální příjem.

Určitě víš, jak je reziduální příjem důležitý pro vytvoření skutečného bohatství. Plán odměn tohoto podniku umožňuje vydělávat několika způsoby a většina z nich je reziduální.

3) Výrobky jsou přitažlivé a pokrývají velkou poptávku trhu.

Jedná se o výrobky _____. V současnosti je po nich na trhu velká poptávka, především díky mnoha faktorům a trendům životního stylu. Tím je zajištěna stabilita podniku a dlouhodobý příjem.

Chtěla by ses tedy dozvědět více? Nebo jsi příliš zaneprázdněná a nemáš čas se na to podívat?

Dej mi prosím hned vědět.

Díky,

[Vaše Jméno]

Druhý e-mail..

Ahoj Karen,

jsem rád, že si rozumíme a že máš zájem. Věřím, že bys v tomto podniku mohla být velice úspěšná díky tomu, kdo jsi.

Vyvinuli jsme velice jednoduchý systém, který kdokoli dokáže duplikovat. Podívej se prosím na stránky [webová adresa] a přečti si informace, které tam jsou uvedené. Jakmile s tím budeš hotová, hned se mi prosím ozvi. Jdeme rychle kupředu a já bych tě měl rád ve svém týmu.

Díky,

[Vaše Jméno]

POZNÁMKA: Pokud do každého e-mailu přidáte několik osobních poznámek, bude vaše šance na pozitivní odezvu mnohem vyšší. Také pamatujte, tyto e-maily posílejte pouze lidem, které znáte! Na cizí osoby nepůsobí příliš dobře a pokud byste je zaslali na adresy v pronajatých adresářích, mohli byste se dostat do konfliktu s nařízeními pro regulaci nevyžádané pošty.

Nejlepších výsledků dosáhnete, pokud následnou komunikaci provedete během 24 hodin. Pokud má prospekt zájem, avšak není připraven se k vám připojit, proces stupňujte. Toho lze docílit například zasláním balíčku poštou, telekonferencí mezi šesti očima s někým z vaší sponzorské linie, poslat jej na živý mítink nebo mu zaslat webcast.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si explozi přes e-mail:-----

Krok 6: Exploze s literaturou

Zanechte pět až deset pomůcek pro masový trh na 20 různých místech vašeho místního trhu. Mezi taková místa mohou patřit myčky aut, kadeřnické salóny, čekárny u lékařů, hotelové lobby, kavárny, atd. Tento způsob není tak účinný jako ty předchozí. Pracuje však neustále a může k vám však přivést lidi, které ještě neznáte.

Sepište si časový rozvrh a naplánujte si explozi s literaturou:-----

Několik obecných rad pro dosažení co nejlepších výsledků s Velkou explozí...

Nezapomeňte, že tajemstvím vytváření bohatství v tomto podnikání je postupovat podle tohoto receptu:

Vytvořte velkou skupinu lidí – kteří budou dělat několik jednoduchých činností – po dlouhou dobu.

Zahájení vašeho podnikání výše popsáním způsobem pomocí Velké exploze zcela odpovídá tomuto receptu. Každý s jakýmkoli vzděláním nebo zkušenostmi se může těmito jednoduchými kroky řídit. A všimnete si, že všechny tyto kroky zahrnují použití externích pomůcek. Tím je zajištěno, že podnikání není o vás a že vaše výsledky může duplikovat každý.

Vždy používejte externí pomůcky a nepokoušejte se prezentaci provádět sami!! Když někomu dáte pomůcku, vždy si naplánujte konkrétní následnou schůzku. Pokud kandidát projeví zájem (byť pouze ve formě dotazů), okamžitě jej eskalujte na další úroveň.

Klíčem k tomu všemu je rozpoutání velké exploze a získání velkého počtu lidí, kteří váš podnik budou zvažovat. **Vždy si zachovávejte silný postoj. Jednejte rychle, ve spěchu. TO VY nabízíte. Nikdy se nedoprošujte.** Nebuďte emocionálně fixovaní k výsledku prospektování. Pokud se jim to nelíbí, odmítají externí pomůcku, nikoli vás.

Drobní podnikatelé...

Než ovšem budeme pokračovat dále, musím zmínit ještě jednu věc. A tou jsou distributoři, kteří se chtějí věnovat „drobnému podnikání“. Distributory, které zde nazývám drobnými podnikateli, nezajímá sponzorování ostatních a duplikace. Nejvíce je zajímají výrobky a chtějí se soustředit na jejich prodej. Nestanou se skalními členy a nebudou trávit 15 hodin týdně budováním svých podniků. Chtějí pouze sami používat výrobky a prodávat je svým přátelům a rodině.

Nebudou chtít klasické „rychlé školení“ a nebudou provádět takovouto Velkou explozi, takže je do toho nenuťte. Naopak, svým drobným podnikatelům věnujte hodinu nebo dvě při registraci, vysvětlíte jim, co kde najdou ve své distributorské sadě, jak objednávat výrobky a projděte s nimi všechny další procesy, které potřebují znát. Dejte jim přehled plánovaných akcí a zdůrazněte, že jsou vždy vítáni, ale netlačte je k účasti na všech akcích. Ne každý chce dělat velký podnik. Ujistěte je, že na ně nebudete nijak tlačit, ale pokud budou mít otázky nebo budou potřebovat pomoc, jste jim kdykoli k dispozici.

Nezapomeňte jim ale sdělit, že pravděpodobně narazí na lidi, kteří budou chtít „podnikat ve velkém“ (sponzorování a duplikace). Poradte jim, že takové lidi mají přivést za vámi. Velkopodnikatelé budou potřebovat vaši pomoc s prezentacemi, školením, poradenstvím a dalšími aspekty podnikání, kterou jim jejich drobní sponzoři poskytnout nemohou. Když se pod vaším drobným podnikatelem ocitne velkopodnikatel, pracujte s ním, jako kdyby to byl váš distributor na základní úrovni.

POZNÁMKA: Pokud se to stane, může být vhodné vašemu malopodnikateli navrhnout, zda by přeci jen nechtěl začít podnikat ve velkém. Vzhledem k tomu, že drobný podnikatel již stejně většinu potřebných činností provádí, mohl by několika prezentacemi navíc postoupit na úroveň velkopodnikatele a získávat ještě větší odměny. Drobní prodejci nakonec narazí na lidi, kteří budou chtít budovat velký podnik, a pokud někdy v budoucnu nepřejdou na vyšší úroveň, budou přicházet o spoustu peněz. K ničemu je ale nenuťte. Jsou-li se svým drobným podnikáním spokojeni, buďte jim vděční a podporujte je v jejich rozhodnutí.