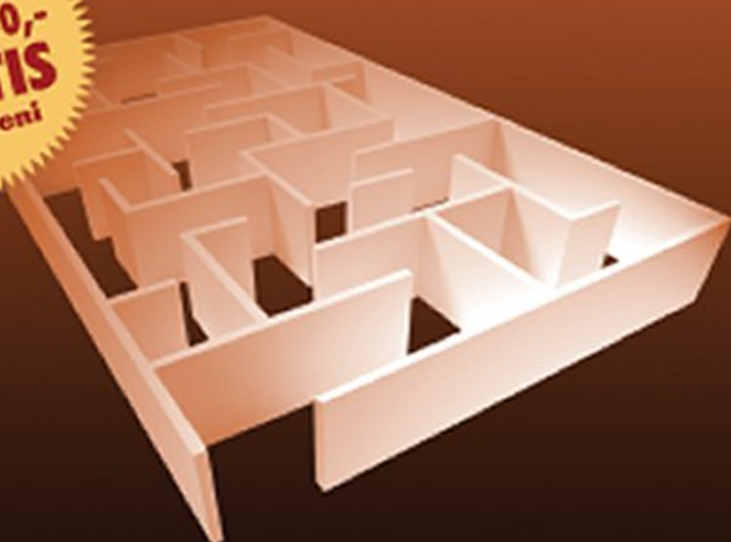


Patrick M. Powers

# MLM Faldgruberne Din Upline Aldrig Fortalte Dig Om

Bonuser For  
Over 2150,-  
**GRATIS**  
Se Indeni



**Og Hvordan Du Forhindrer Dem  
i At Ødelægge Din Forretning**

Copyright © 2009 [www.duplicationacademy.com](http://www.duplicationacademy.com)

Alle Rettigheder forbeholdt

Ingen dele af denne bog må kopieres, reproduceres eller gengives på nogen måde uden tilladelse fra forlæggeren. Forespørgsler om tilladelse skal rettes til: [permissions@patrickmpowers.com](mailto:permissions@patrickmpowers.com)

For information omkring mængde rabatter kontakt [sales@patrickmpowers.com](mailto:sales@patrickmpowers.com)



## **Dine Gratis Bonuser**

Som ejer at "MLM faldgruberne din upline aldrig fortalte dig om" får du extra gratis bonuser som f.eks extra live trænings opkald og audio træninger samt livstids opgraderinger på bogen.

Hver gang jeg skriver en ny faldgrube får du den også leveret via email. For at få dine gratis bonuser gå til: [www.mlmpitfalls.com/dkbonuser.html](http://www.mlmpitfalls.com/dkbonuser.html)

## **Anbefalede sites og ressourcer**

**Husk:** Det er altafgørende at fortsætte din uddannelse og holde dig orienteret om hvad der foregår i vores branche, hvis du vil til tops. Her er nogle få anbefalinger om hvor du kan finde inspiration, information om træninger og materialer der kan få din forretning til at køre endnu hurtigere.

### **Nyheder og tips på Engelsk**

Engelsk site med gratis nyhedsbrev, "Insider Secrets" etc.

[www.duplicationacademy.com](http://www.duplicationacademy.com)

### **Hukommelses joggeren**

En hukommelses jogger ( på engelsk) til at hjælpe dig med at få lavet din liste.

[www.duplicationacademy.com/memoryjogger.html](http://www.duplicationacademy.com/memoryjogger.html)

### **Andre boeger og traeninger.**

[www.dnaofduplication.com](http://www.dnaofduplication.com)

[www.irresistiblenetworking.com](http://www.irresistiblenetworking.com)

## Anerkendelser af "MLM Faldgruberne Din Upline Aldrig Fortalte Dig Om"

"Patrick.. denne bog er svaret på et af de største problemer i MLM branchen idag. Du går lige til kernen og viser folk hvordan de kan forøge deres resultater og vigtigst af alt duplikering! ALLE i branchen bør have denne bog".

Dan Kuschell, Forfatter af "A Champion In the Making", og grundlægger af ProsperityBasedLiving.com

"MLM faldgruberne din upline aldrig fortalte dig om", er helt klart den bedste bog jeg nogensinde har læst om MLM. Hver sætning er fuld af værdiful information. Ordene flyder somom du er en ven der virkelig er interesseret i min success.

Jeg tjener mere end en halv million årligt i MLM, men hvis jeg havde haft denne viden da jeg startede ville jeg have nået mine mål på en brøkdel af tiden.

Din bog er et "MUST" for hver eneste der kommer ind i min forretning, og resultatet er at jeg skaber flere ledere end nogensinde! Tusind tak.

Fred Franke

Jeg har besluttet mig for at tage ansvar for mit teams succes ved at inkludere denne bog som et must. Network Marketing er enkelt men ikke nemt. Denne bog hjælper ledere med at spare tid og reducerer muligheden for fejltagelser i training og dermed gør det muligt for teamet at få hurtigere success! Tak Patrick!"

Irene Zhu - Top Enroller - Pennsylvania/USA

"Et Super redskab til nye MLM folk"

Jørgen Larsen - Grenå

"Du famler rundt i mørket hvis du ikke kender disse strategier. Jeg ville ikke arbejde med Network Marketing uden denne bog."

Lisa Bianco – New York

Intet fyld, kun substans. Den er fyldt med information du kan bruge til at sætte turbo på væksten i din downline. Det burde være obligatorisk at læse denne bog i den første måned af ens MLM karriere.

Lars Callesen – Birkerød

Denne bog har sørget for, at jeg har flyttet mine grænser og nået mine mål med en hastighed jeg overhovedet ikke troede muligt.

Karen Marie Lundorff – Åbenrå

Et fantastisk redskab til opbygning af din forretning. Læs den og brug den.

Victoria Arbjørn – Nordjylland

Dette er sandsynligvis den mest grundige undersøgelse af de fejl man kan begå i Network Marketing. Det er altafgørende at kende disse strategier for at få succes i vores branche.

Ralf von Arenstorff – Vojens

Den er let at læse, men meget indsigtfuld. Den vil forøge duplikation og spare dig for års frustration.

Surinder Walia – London/UK

## Om Patrick M. Powers



Han er grundlægger af “Duplication Academy” , og forfatter af ”**Hvordan man bliver en uimodståelig Networker**” og ”**Advarsel: Dette vil forandre dit liv**”

Han er anset som en af Europas bedste talere og trænere i network marketing, success og personlig udvikling og har trænet tusindvis af mennesker i Danmark, England Tyskland, USA, Canada Caribien.

Han lever i øjeblikket i UK, Spanien og Caribien.

**For mere information kontakt Patrick på**

email: [pat@patrickmpowers.com](mailto:pat@patrickmpowers.com)

eller gå til [www.duplicationacademy.com](http://www.duplicationacademy.com)

# Indhold:

**Anerkendelser.....10**

**Indledning..... 11**

**Hvordan du bruger denne bog..... 13**

**Kapitel 1: Forberedelse ..... 14**

Faldgrube # 1: At sige "Lad os prøve at se om det virker".

Faldgrube # 2. Kun at sætte mål i stedet for commitments\*.

Faldgrube # 3. Kun at investere i den mindste startpakke.

Faldgrube # 4. At se for meget på (mangel af) resultater

Faldgrube # 5. Ikke at lave dit hjemme-arbejde.

Faldgrube # 6. At tro at det hele bliver en dans på roser.

Faldgrube # 7. At prøve at opfinde den dybe tallerken.

**Kapitel 2: Kunde-søgning ..... 20**

Faldgrube # 8. At dømmе folk på forhånd.

Faldgrube # 9. Ikke at bruge folks navn i samtaler.

Faldgrube # 10. Ikke at prospecte nok.

Faldgrube # 11. Ikke at bruge historier/testimonials.

Faldgrube # 12. At være for teknisk.

Faldgrube # 13. Ikke at arbejde med dit lokale marked først.

Faldgrube # 14. ikke at stille dit kunde-emne nok spørgsmål?

Faldgrube # 15. At tage afvisning personligt.

Faldgrube # 16. At blive defensiv når folk kommer med indvendinger.

Faldgrube # 17. Ikke at følge op.

Faldgrube # 18. Ikke at være medlem eller leder af en networking klub.

Faldgrube # 19. Ikke at sætte deadlines for dine kunde-emner.

Faldgrube #20. At fokusere mere på produkterne i stedet for menneskerne.

Faldgrube # 21. Ikke at skabe din liste.

Faldgrube #22. Ikke at spørge efter referencer

Faldgrube # 23. Ikke at tale til dit varme marked.

Faldgrube #24. Ikke at have nogen marketing materialer på dig.

Faldgrube #25. Ikke at bruge 3-vejs opkald.

Faldgrube #26. Ikke at sende takke kort.

Faldgrube #27. At løbe efter folk i stedet for at få dem til at løbe efter dig.

Faldgrube #28. Ikke at have visit kort.

Faldgrube #29. At tro du kan annoncere dig til succes.

Faldgrube #30. Ikke at bruge særtilbud.

Faldgrube #31. Ikke at bruge prøver.

Faldgrube #32. Ikke at bruge live teleopkald.

Faldgrube #33. ikke at nævne skatte fordele eller ikke at udnytte dem.

### **Kapitel 3: Præsentationer..... 39**

Faldgrube # 34. Ikke at tage del i møderne.

Faldgrube # 35. Ikke at præsentere nok.

Faldgrube # 36. Ikke at have musik til møderne.

Faldgrube # 37. Ikke at bruge hjemme møder.

Faldgrube # 38. At være for kedelig.

### **Kapitel 4: Personlig udvikling..... 43**

Faldgrube # 39. Ikke at have et skatte kort.

Faldgrube # 40. Ikke at bruge en mål partner.

Faldgrube # 41. Ikke at omgive dig med succes-rige mennesker.

Faldgrube # 42. Ikke at køre i din drømmebil.

Faldgrube # 43. Ikke at tage ansvar.

Faldgrube # 44. At blive ledt af dine følelser og ikke dine beslutninger.

Faldgrube # 45. Ikke at tage initiativ - ikke at være proaktiv.

Faldgrube # 46. At se på din fortid for at spå om din fremtid.

Faldgrube # 47. At miste modet når folk holder op.

Faldgrube # 48. At være for stolt til at indrømme at du sidder fast eller at spørge om hjælp.

Faldgrube # 49. Ikke at have en coach.

Faldgrube # 50. Ikke at få feedback.

Faldgrube # 51. Ikke at uddanne dig selv konstant.

Faldgrube # 52. At beklage dig.

Faldgrube # 53. Ikke at bruge din tid effektivt.

Faldgrube # 54. Ikke at stille dig selv de rigtige spørgsmål.

Faldgrube # 55. Ikke at have en "sag" der er større end dig selv.

Faldgrube # 56. At behandle folk som du selv vil behandles.

## **Kapitel 5: Lederskabs udvikling og duplikering..... 57**

Faldgrube # 57. Ikke at kende din downlines drømme.

Faldgrube # 58. Ikke at arbejde i dybden.

Faldgrube # 59. Ikke at give nok anerkendelse og ros.

Faldgrube # 60. At arbejde med folk der har brug for din hjælp i stedet for dem der fortjener det.

Faldgrube # 61. Ikke at bede efter commitments fra din downline.

Faldgrube # 62. Ikke at møde dit team jævnligt.

Faldgrube # 63. Ikke at bruge præmier.

Faldgrube # 64. Ikke at stile målrettet mod det magiske nummer 2000.

Faldgrube # 65. At gå i "management tilstand"!

## **Kapitel 6: Diverse..... 61**

Faldgrube # 66. Kun at se på dine egne resultater?

- Faldgrube # 67. Ikke at behandle det som en forretning
- Faldgrube # 68. Ikke at bruge en kontakt manager
- Faldgrube # 69. At tegne alle op du kan komme i nærheden af.
- Faldgrube # 70. Ikke at komme til tiden
- Faldgrube # 71. Ikke at arbejde tæt med en succesrig upline.
- Faldgrube # 72. At forvente for hurtige resultater.
- Faldgrube # 73. Ikke at være forberedt på succes.
- Faldgrube # 74. At tage imod råd fra mennesker der ikke har succes.
- Faldgrube # 75. At læse for mange e-mails.
- Faldgrube # 76. At springe fra et firma til det andet.
- Faldgrube # 77. At holde ved det samme firma i for lang tid uden at få succes.
- Faldgrube # 78. At sige: Jeg har ikke råd til det.
- Faldgrube # 79. Ikke at bruge blitzer.
- Faldgrube # 80. At være "for professionel".
- Faldgrube # 81. Ikke at bruge produkterne hver dag.
- Faldgrube # 82. Ikke at komme til møderne.
- Faldgrube # 83. Ikke at sende chokolader.
- Faldgrube # 84. Ikke at tage fri.
- Faldgrube # 85. Ikke at komme til de store konferencer.
- Faldgrube # 86. At stille spørgsmål til præsentationerne.

**Før du smutter:..... 75**

**Dedikeret til mit team. Tak for jeres hårde arbejde og for at have givet mig muligheden for at arbejde med jer.**

## **Anerkendelser:**

Alle de mennesker jeg har mødt i mit liv, har haft indflydelse på hvem jeg er og hvor jeg er i mit liv idag, men nogen af dem har gjort et dybere indtryk.

Først og fremmest vil jeg gerne takke mine coaches, David Ledoux, Peggy Long, Danni Johnson og Jeffery Combs.

Peggy for at have så stærk integritet og at lære mig VALG og COMMITMENT og så mange andre ting. Du er autoriteten når det drejer sig om at udvikle ledere.

Jeffery for at være "Holdnings Kongen". Du lærte mig at ikke acceptere "noget l..." fra folk og at stå frem og sige min mening.

Danni for din passion og energi.

Til David Ledoux: Tak for dine bøger, din utroligt dybe indsigt og dit commitment til min success.

I har alle haft en stor påvirkning på min succes. På min vej i livet har jeg mødt mange andre, der har påvirket mig og jeg takker jer alle sammen for at være med til at gøre mig til et af de lykkeligste mennesker i verden.

**Patrick M. Powers**

London - December 2009

## Indledning.

### **Velkommen og tak fordi du læser min bog.**

Jeg vil også godt takke dig for at være i Network Marketing. Jeg er overbevist om at du og jeg er en del af en særlig race, som kan og vil mere end gennemsnittet. Jeg har aldrig oplevet en anden type forretning hvor der er så mange visionære mennesker, der arbejder på at skabe virkelige forandringer i verden. Nogen kalder os for drømmere, men ingen mennesker har nogensinde lavet positive forandringer i verden uden at de først havde en drøm.

Jeg har set Network Marketing transformere liv og jeg er overbevist om, at hvis du vil gøre en forskel i verden, så er der ikke nogen bedre måde at gøre det på. Hvis du vil skabe frihed for dig selv og din familie er der ikke nogen bedre måde at gøre det på.

Desværre tjener de fleste mennesker ikke nogen ordentlige penge og de når aldrig det forjættede land med finansiel frihed, hvor de kan starte på at fokusere på de ting der er virkeligt vigtige for dem **OG** gøre en forskel i en verden der har desperat brug for det.

Fordi - lad os være ærlige; så længe folk skal kæmpe for at putte mad på bordet og betale regningerne er der ikke meget tid og energi til at forandre verden.

Hvordan kan det være, at i en forretning der ser så nem og logisk ud, at ca. 90 % aldrig klarer den? Den første årsag er at en stor del af de 90 %, er mennesker der simpelthen ikke er seriøse. De tror at Network Marketing er en garanteret lotteri seddel og at de ikke behøver at arbejde hårdt for at forbedre dem selv. Dette er selvfølgelig en attitude der fører til fiasko.

Men der er også mange seriøse og ærlige mennesker der ikke tjener nogen penge, og jeg ved at der er EN hovedårsag til det. **De får ikke den rigtige træning og uddannelse.**

En anden faktor der har indflydelse på folks manglende succes er, at de bliver fortalt at denne forretning er så nem at alle kan gøre det. Når de oplever at det ikke er nemt for dem, så giver de naturligvis op meget hurtigt fordi de føler at de er blevet snydt. (Denne årsag medfører selvfølgelig også at folk ikke bliver ordentligt uddannet)

Ok her er så sandheden: Det ER nemt, MEN det er OGSÅ svært. Hvis du har de rigtige redskaber den rigtige uddannelse, teknikker og holdning så ER det nemt. Men hvis du mangler en eller flere af de ovenstående så er det svært.

Desværre så er de fleste mennesker blevet bragt ind i denne branche på falske præmisser. Og det er at " hvis de BARE finder 3 mennesker og de gør det samme så .....". Jeg er sikker på at du kender resten af historien.

### **Her er så hele sandheden – er du parat til den? Super.**

At få succes i Network Marketing kræver commitment, personlig udvikling og evner. Salgs evner, præsentations evner og lederskabs evner er altafgørende for at nå toppen og blive der.

Jeg ved, at alle kan lære disse evner hvis de virkelig vil. Du behøver ikke at starte med en stor karismatisk personlighed som kun nogle få heldige er født med.

Det kan tage et stykke tid at få de evner du behøver, men når du først har dem og du har bygget en stor forretning, er dette den bedste forretning på jorden.

Men på vej til friheden er der faldgruber og mange steder at gå forkert, og jeg lavede selv en masse fejl igennem mine 16 års ”eksperimenter” med Network Marketing.

Derfor skrev jeg denne bog. Jeg ønskede at hjælpe nybegynderen og den mellem-erfarne Network Marketer til at bygge deres forretning hurtigere og uden at lave alle de fejl jeg gjorde, som mange gange totalt stopper folk fra at nå deres drømme.

Enten begår du sikkert allerede mange af de fejltagelser jeg har skrevet om i denne bog eller så vil du sikkert begå dem, hvis ikke du blev gjort bevidst om dem her.

Jeg har lavet flere fejl end jeg ønsker at tænke på og de tager taget mig år at lære at undgå dem. Jeg er overbevist om at du kan spare årevis ved at bruge rådene I denne bog og gå i aktion.

Men nok snak – lad os få startet, så du kan få bygget din forretning langt hurtigere. Jeg kan ikke vente med at se dig på toppen.

Hav en fantastisk dag og husk at gøre en forskel i verden.

Patrick “Unstoppable” Powers

## **Hvordan du bruger denne bog.**

Bemærk at jeg ikke sagde hvordan du læser denne bog, men jeg sagde ”Hvordan du **bruger** denne bog. Årsagen til, at jeg lægger så stor vægt på det er, at de fleste der læser en bog gør nemlig kun det – læser den. De laver ingen ændringer i deres adfærd eller handler på baggrund af hvad de har lært og derfor sker der selvfølgelig heller ingen ændringer i deres liv.

Hvis du kun læser denne bog vil den ikke hjælpe dig. Du bliver nødt til at gå i action og du bør gøre det i det øjeblik du bliver bevidst om behovet for det. Hvis du siger at du vil sætte dig ned i næste uge for at lave en plan over hvordan du skal gøre det, vil der ingenting ske. Du skal gøre det NU.

Det er derfor at jeg har en sektion i slutningen af hver kategori til at tage notater hvor jeg også vil stille dig nogle spørgsmål for at hjælpe dig med at skabe en handlingsplan mens ideerne og koncepterne stadig er friske i din hukommelse. Faldgruberne er inddelt i 6 kategorier, så det er nemmere for dig at gå tilbage og finde en fejl som du vil læse om.

De forskellige områder er:

- > Forberedelse.
- > Kundesøgning.
- > Præsentation.
- > Personlig Udvikling.
- > Lederskabs udvikling og duplikation.
- > Diverse.

**Men lad os nu for alvor komme i gang.**

# **Kapitel 1: Forberedelse**

Hvis du ikke forbereder dig, er det det samme som at forberede dig på at fejle. (Failing to prepare is preparing to fail)

De fleste starter fejltagelserne allerede inden de er gået ind i et Network marketing firma. Faldgruberne i denne kategori drejer sig om de fejl folk laver inden de er gået i gang eller helt i begyndelsen umiddelbart efter de er startet.

## **Faldgrube # 1: At sige “Lad os prøve at se om det virker”.**

Hvis du blev gift ville du så sige “**Lad os prøve at se om det virker**”? Nej du ville formodentligt lave dit hjemmearbejde (lære din tilkommende at kende ordentligt) for at du kan lave et ægte commitment. I medgang og modgang.

“**Lad os prøve og se om det virker**” er en holdning der simpelthen ikke virker. Hvis du har den indstilling så vil det næsten helt sikkert *ikke* virke, fordi det kræver et ægte commitment for at nå toppen indenfor hvad som helst.

Var du virkelig så naiv, at du troede at succes kom så let?

Og hvis du ikke har været succesrig før, troede du at network marketing som ved et sving med en tryllestav ville gøre dig succesrig? Hvis dette var sandt så ville alle være i network marketing i dag.

Forstå at det kræves en særlig person for at skabe særlige resultater, så hvis du ikke er usædvanlig, er du så comitted til at blive det? Hvis ikke du er indstillet på at blive en usædvanlig person vil det ikke virke.

“**Lad os prøve og se om det virker**” holdningen stammer fra at man ikke har gjort sit hjemmearbejde ordentligt.

(se Faldgrube # 5: **Ikke at lave dit hjemme-arbejde**)

Du bliver nødt til at kende dit firma, dets produkter og network marketing branchen, før du virkelig kan forpligte dig.

For mange gange tegner folk op, kun baseret på begejstringen de føler til et møde og glemmer at lave deres forarbejde.

### **MEN HUSK DETTE:**

Folk vil reagere på hvem du er, mere end hvad du gør. Så hvis du er en person der ikke totalt har committed dig, så vil folk mærke det.

Folk vil vide at de kan stole på at du er derfor dem om 3 år fra nu. Hvis ikke du er 100 % committed til dit firma, kan du så forvente at folk vil følge dig? Det gør de ganske enkelt ikke - folk følger mennesker, der er committede og ved hvor de er på vej hen og hvorfor.

Selv hvis du får tegnet en håndfuld mennesker op eller to, vil de være ligesom dig - ikke committede, og de vil falde fra når det bliver hårdt eller de finder ud af at det kræves arbejde at komme til tops i network marketing.

I det øjeblik, og jeg mener virkelig i det øjeblik, jeg committede mig til at nå toppen ændrede alt sig for mig – folk startede med at komme til møderne og de skrev sig op og det var den rigtige slags mennesker, der var committede til at gøre hvad der kræves.

**Løsning:** Lær din branche at kende. Læs bøger som f.eks. “The greatest opportunity in the history of the world” af John Calench. Interview ledere og kunder i dit firma(eller det firma du undersøger). Lav så en fast beslutning om at blive i dette firma i medgang og modgang og få det til at virke for dig.

**Tip:** Hvis du søger efter information på Internettet, så vær skeptisk om hvad du læser. Indse at de fleste større firmaer vil have negative informationer om dem på Internettet. Det betyder ikke nødvendigvis at det er en dårlig forretning. Husk at andre mennesker har en interesse i at publicere dårlige nyheder om dit firma, så tag ikke ALT hvad du læser for gode varer.

Husk også at mange “ikke MLM firmaer”, både store og små får dårlig presseomtale. Der er simpelthen bare flere dårlige nyheder i medierne end positive.

Et godt sted at finde objektive facts om MLM firmaer eller at finde ud af om de firmaer du undersøger er en dårlig fidus er [www.MLMWatchdog.com](http://www.MLMWatchdog.com)

## **Faldgrube # 2. Kun at sætte mål i stedet for commitments\*.**

Hvis du ikke ved hvor du er på vej hen, er du ikke på vej nogen steder hen. Du har sikkert hørt før at en mand uden mål er som et skib uden ror. Det er jeg fuldstændigt enig i, men hvor mange gange har du selv sat mål du ikke opnåede eller hvor ofte har nogen i din downline sat mål som de aldrig nåede?

Jeg har erfaret at traditionel målsætning ikke virker for mig, men jeg har til gengæld opdaget at et commitment næsten altid vil materialisere sig.

Jeg lærte af min coach Peggy Long at der kun er 2 ting der kan skabe dine drømme.

- 1)Valg.
- 2) Commitment.

Drømme, ønske-tænkning, håb og interesser har ikke styrken til at ændre din fremtid.

Så jeg anbefaler at du gør dette: Sæt ikke ”kun” mål, men lav commitments til dig selv og hold dig selv ansvarlig til dine commitments.

Hvad er definitionen på et commitment? Det er noget du vil gøre ”**uanset hvad der kræves**”. Når du bliver en “uanset hvad person”, vil folk begynde at lægge mærke til det.

I en verden hvor de fleste vader rundt uden retning eller formål, vil du skille dig ud fra mængden og de vil ønske at følge dig. Og hvis du er committede vil du tiltrække committede mennesker.

**Så bliv committed, bliv ved med at være committed og giv aldrig op.**

\*Commitment er et ord der er ved at snige sig ind i det danske sprog, fordi vi ikke har et ord der dækker det 100 % ordentligt. Det nærmeste vi kan komme på det er at ”forpligte sig” eller at ”binde sig” til noget.

### **Faldgrube # 3. Kun at investere i den mindste startpakke.**

Det er en almindelig fejl for begyndere at investere i den mindst mulige starter-pakke.

Husk dette - dine folk vil gøre det samme og det beløb du investerer vil også vise dit commitment eller mangel på samme. Kig på lederne i dit firma - investerede de i den største start pakke fra begyndelsen eller investerede de i den mindste pakke? Du vil sikkert finde ud af at de enten startede med den største løsning eller hurtigt fandt ud af en måde at få råd til den største løsning.

**Løsning:** I stedet for at sige ” jeg har ikke råd til den bedste løsning”, sig til dig selv “**Hvordan kan jeg få råd til den bedste**”? Sæt dig så ned og lav en brainstorm og kom med ideer til måder til at skabe pengene. Ring til din upline for at spørge om de har nogen ideer til at skabe de penge du har brug for til.

Se på **Faldgrube # 78: At sige: ”Jeg har ikke råd til det”**.

### **Faldgrube # 4. At se for meget på (mangel af) resultater i starten.**

Lad os indse det – du vågner sikkert ikke op i morgen og bliver en MLM superstar hvis du ikke har været succesrig før.

Hvis du ser på mangel på resultater, vil du sandsynligvis blive mismodig og før du ved af det har du givet op.

De fleste ser på de forkerte resultater i begyndelsen, og jeg var en af dem i årevis. Jeg så på bundlinien og kunne ikke se nogen resultater. Jeg havde dog en slags resultater, **men** jeg lagde ikke mærke til dem. Jeg gjorde fremskridt inden i og jeg forbedrede mine evner, men siden jeg ikke lagde mærke til det, var jeg halv-deprimeret det meste af tiden, når jeg kiggede på min indkomst. Så resultatet var at jeg altid gav op alt for hurtigt.

Men så lavede jeg et skift indeni, der førte mig på vejen til succes. Jeg besluttede mig for at jeg ville nå toppen, **uanset hvad**. Jeg besluttede mig for **aldrig** at se på de umiddelbare resultater, men at jeg ville fokusere på at lave forbedringer på **mig selv**. Jeg sagde til mig selv at hvis jeg blev ved at forbedre mig, så var jeg på vej mod mit mål og så ville jeg nå toppen en dag.

Det mærkelige var, at jeg begyndte at forbedre mine resultater næsten øjeblikkeligt. Hvorfor? Fordi folk mærkede at jeg ikke var desperat for at tegne dem op. Når du ikke er desperat bliver du langt mere attraktiv og interessant.

Da jeg begyndte at slappe af og fokusere på kun en ting: Hvad forbedrede jeg i denne uge og hvor meget, begyndte folk at lytte til hvad jeg havde at sige og mine resultater begyndte at forbedre med det samme.

Her er en ting jeg ved med sikkerhed: **DU VIL FÅ SUCCESS HVIS du bliver ved med at forbedre dig hver uge.**

**Så du bør stille dig selv dette spørgsmål:** Er dine visioner/mål vigtige nok for dig til at gøre en konstant indsats uge efter uge og fortsætte med at forbedre dig, selv om du ikke ser resultater med det samme, INDTIL du får succes?

Jeg håber det er et JA. Hvis det er, så ses vi på toppen lige om lidt.

## **Faldgrube # 5. Ikke at lave dit hjemme-arbejde.**

Desværre går de fleste mennesker blindt ind i Network Marketing uden den mindste ide om hvad det drejer sig om. Det er også de samme mennesker som bliver mismodige og giver op efter to afvisninger eller efter at deres svoger, som ikke har to flade ører, fortæller dem at det ikke vil virke.

Gør dit hjemme-arbejde før du beslutter dig for om du vil starte i et firma eller om du vil sige nej tak. Det kan være at det er et dårligt firma med dårlige produkter, men det kan også være at det er den bedste ting der kunne ske for dig.

Du ville vel heller ikke beslutte dig for at købe en traditionel forretning uden at undersøge det grundigt først, ville du?

Bare fordi det er langt billigere at starte i et Network Marketing firma, er det ikke nogen undskyldning for ikke at undersøge det ordentligt først. Det er stadig en forretning og hvis du ikke behandler det som en seriøs forretning er du næsten sikker på at tabe penge.

Jeg gjorde selv den fejl mange gange at bare springe ind i det første firma jeg blev præsenteret for, bare fordi det lød godt til en forretnings præsentation. Da jeg endelig gjorde mit hjemmearbejde fik jeg kæmpe succes på mindre end et år.

## **Faldgrube # 6. At tro at det hele bliver en dans på roser.**

Det er en almindelig fejl for begyndere at tro at det bliver en dans på roser at nå toppen i Network Marketing – og jeg forstår dem godt - de fleste gange er de blevet fortalt det til forretnings præsentationerne, og måske endda af deres sponsor.

Så det er ikke noget under at folk tror det bliver nemt. Det troede jeg selv de første mange gange jeg tegnede op i et Network marketing firma.

Det lyder også enormt nemt at “bare finde 4 der finder 4” OSV. Enhver idiot skulle være i stand til at gøre det ikke?

Virkeligheden er bare at det ikke er SÅ nemt – det kræver hårdt arbejde, personlig udvikling og villighed til at lære af fiaskoer. Det er ikke bare at finde 4 mennesker, det drejer sig om at finde **de rigtige 4** mennesker. For at gøre det skal du selv være den rigtige person først.

For at holde dig lang tid nok i denne forretning før du får succes, bliver du nødt til at forberede dig selv OG din downline for de negative oplevelser og følelser der VIL komme, ellers vil du og de give op alt for hurtigt.

Her er nogen facts som næsten ingen tør fortælle dig om hvad du kan forvente i denne branche:

- Folk vil sige nej til dig – mange folk. **SÆRLIGT I STARTEN.**
- Det vil være sværere end du regner med.
- Din familie og nære venner vil sige at du har en skrue løs og at det er den der holder på alle de andre.
- Folk i din organisation vil fejle og holde op (ca. 90 %). (Og nogen vil give dig skylden).
- Folk vil bryde faste aftaler med dig.
- Konkurrenterne vil stjæle din downline.

- Du vil få lyst til at give op.
- Du vil blive bange, nervøs, frustreret, skuffet og til tider vred.
- Måske vil dit firma få dårlig omtale fra tid til anden.

Dårlig presse omtale er ikke noget at bekymre sig om i øvrigt. De fleste større firmaer får dårlig omtale på et eller andet tidspunkt, simpelthen fordi dårlige nyheder sælger godt. Se for eksempel på Microsoft. Selv med meget dårlig omtale, klarer de sig vist meget godt.

Dårlig omtale er en del af spillet, når du er i "Big business". Efter 2 uger vil folk have glemt alt om de dårlige nyheder, så tag det helt roligt. Det er en del af livet og vil blæse over. Indse at det ikke er den dårlige presseomtale der er problemet – det er distributørernes reaktion på det. Så reager som en leder hvis det sker for dit firma. Ledere holder ved i tykt og i tyndt.

Jeg kender personligt en person der tjente 20 millioner dollars på at et network marketing firma havde dårlig omtale – da aktierne faldt opkøbte han alt hvad han kunne og da aktierne steg igen havde han tjent 20 millioner dollars.

**Løsning:** Lav dit forarbejde og find det rigtige firma- og commit dig så til at blive ved indtil DU fungerer. I tykt og i tyndt.

Stil dig også selv dette spørgsmål: Er alle de negative ting værd at leve med i et stykke tid for at opnå dine drømme? Hvis svaret er noget som helst andet end et klart JA, er denne forretning sikkert ikke for dig.

Og selv om det ikke er nemt at nå toppen i MLM, er det stadig nemmere i denne branche end stort set alle andre brancher. OG i denne forretning får du gratis coaching/træning fra super succesrige mennesker. Det er et ufejlbarligt koncept og hvis du committer dig selv til at lære hvad de gør VIL du nå toppen.

### **Faldgrube # 7. At prøve at opfinde den dybe tallerken.**

(at tro du er smartere end dine uplines)

Jeg kan ikke holde tal på de mennesker i denne branche som er startet og en af de første ting de prøver på er at lave et nyt kundesøgnings system eller en ny præsentation eller en ny og bedre "et eller andet". Sjovt nok har disse mennesker sjældent prøvet på at mestre det system deres upline har.

Brug det system du har lige nu hvor du er og brug det med fuld kraft.

Stol på mig, hvis du ikke har mestret de grundlæggende systemer, så lad være at prøve at forbedre dem, eller at opfinde et avanceret system, præsentation etc. Mange gange virker de avancerede strategier ikke i denne forretning. Det er det enkle der vinder, fordi det kan duplikeres.

**Løsningen:** Fokuser på at forbedre DIG i stedet for systemet.

Ring til så mange succesrige uplines som muligt og spørg dem hvad de gjorde for at få succes. Du vil sikkert opdage at de holdt sig til et enkelt system og lærte fra deres uplines.

Og JA - nogen gange er du kvikkere end dine uplines - men intelligens er ikke nødvendigvis hvad der kræves for at nå toppen i Network marketing. Beslut dig for at gøre det på den "dumme" måde der virker for andre mennesker i dit firma. Du vil opdage at det også vil virke for dig.

Asiater er de bedste til denne forretning, fordi de er geniale til at kopiere. Når en succesrig person siger til dem, "Gør det på den her måde og så vil du få succes" ved du så hvad? **Så gør de det!** De bygger de hurtigst voksende downlines, fordi de arbejder med de systemer som allerede er der og som virker.

Sjovt nok er hovedårsagen til at folk prøver at genopfinde dem dybe tallerken, ikke at de tror de er klogere en deres upline. Det er simpelthen fordi de er bange for at tale med mennesker. Så de bliver nødt til at finde på en eller anden aktivitet, der retfærdig gør at de ikke taler med mennesker.

**Jeg har erfaret at der er 2 slags mennesker i denne forretning:**

- 1) Dem der vil gøre hvad som helst for at undgå at tale med mennesker.
- 2) Dem der vil gøre hvad som helst for at tale med så mange som muligt.

**Kun den sidste slags vil få succes. Hvilken slags er du?**

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## **Kapitel 2: Kunde-søgning**

(Kundesøgning kaldes for ”Prospecting” på engelsk og denne betegnelse bliver ofte brugt i branchen i Danmark )

Prospecting er det denne forretning drejer sig om. Hvis du aldrig bliver god til at finde de rigtige mennesker og gøre dem interesserede vil du fejle i denne forretning. Så her er de mest almindelige fejl folk laver i denne kategori.

### **Faldgrube # 8. At dømme folk på forhånd.**

Jeg tror de fleste begyndere falder i fælden at prøve at beslutte for andre mennesker om de vil være interesseret. De tænker noget i stil med: “Åh onkel Sigurd vil aldrig være interesseret i sådan noget. Han er allerede alt for succesrig” eller “faster Gudrun interesserer sig ikke for kosttilskud” etc.

Når du beslutter dig på andres vegne, du tager deres rettighed væk til at tage en beslutning og vælge for dem selv.

Desværre har jeg begået denne fejl adskillige gange og er blevet ubehageligt overrasket over at opdage at nogen som jeg troede aldrig ville være interesserede, var startet i et andet Network marketing firma eller endda det samme som mig.

Giv dem et valg - bare spørg dem. Du ved virkelig ikke hvad de vil og selv om de ikke er interesseret kan det være at de gerne vil give dig henvisninger til nogen der er interesseret.

### **Faldgrube # 9. Ikke at bruge folks navn i samtaler.**

Den mest behagelige lyd i universet er lyden af dit navn. Gør dig umage at huske folks navne og bruge det i samtaler. Det er en enkel måde at adskille dig fra mængden, der for det meste er ligeglade med andre mennesker og gider derfor ikke huske deres navne.

### **Faldgrube # 10. Ikke at prospecte nok.**

Jeg vil skyde på at 95 % af mennesker i MLM simpelthen ikke prospecter (taler med folk) nok. Normalt er det p.g.a. frygt for afvisning. Hvis ikke du overvinder frygten for at tale med mennesker og at blive afvist, vil du aldrig blive succesrig.

Begyndere gør ofte fejlen at kigge på deres resultater i begyndelsen og siden det ikke virker for dem konkluderer de at det ikke vil virke nogensinde.

Deres logik er noget i denne stil : “Hvis jeg har talt med 10 mennesker og de alle har sagt nej er der ingen grund til at fortsætte – de næste 10 vil sige det samme. Jeg duer åbenbart ikke til det her.”

Dette er en kæmpe fejl for her er sandheden: Du skal tale med MANGE mennesker for bare at begynde at få nogenlunde resultater.

Folk ser på **dig** først - ikke de brochurer og det præsentations materiale du har. Hvis ikke du virker selvsikker og professionel, ser de på det først. Det tager mindst et par hundrede samtaler før du begynder at blive selvsikker nok til at begynde at få seriøse resultater. Når du har lavet 500-1000 samtaler begynder du måske at blive så god at du tegner en ud af 4 eller 1 ud af 2 du snakker med.

Du bliver nødt til at kompensere for manglende erfaring ved at tale med flere i starten. Så kig ikke for meget på manglende resultater - se det som en lektion som vil skabe en mester ud af dig.

Hvis du er skræmt fra vid og sans over at tale med andre mennesker skal du ikke give op over det. Du KAN blive frygtløs – stol på mig.

Af alle de mennesker jeg har kendt, var jeg en af de mest nervøse og bange. Jeg var så bange at jeg simpelthen undgik kontakt med andre mennesker, især fremmede. Jeg er et levende bevis på at man kan overkomme det. Hvordan? Den enkleste strategi er simpelthen at gøre de ting du er bange for.

Hvis du prospekter massivt vil du blive immun overfor nejerne, for hvis du snakker med 100 mennesker om ugen, så vil du helt sikkert få nogen jaer og det vil helt automatisk blive det du fokuserer på og du vil blive begejstret fordi du vil have nogen der har startet i forretningen.

Du siger måske at du ikke kan snakke med 100 mennesker om ugen. Jo du kan hvis du stopper med at fortælle hele historien før de overhovedet har udtrykt en interesse. Du kan hurtigt diskvalificere mange mennesker ved at stille nogen få spørgsmål, så du i stedet fokuserer på at finde dem der er interesserede. Det burde ikke tage mere end 1 – 2 minutter at finde ud af om det er kvalificerede eller ej. Du kan lave temmelig mange 1 minutters samtaler på en dag.

Jeg kender en fyr der talte med 2000 mennesker den første måned. Han tegnede 27 ud af dem op og han har nu over 500.000 ( ½ million ) mennesker i hans downline.

### **Faldgrube # 11. Ikke at bruge historier/testimonials.**

Facts fortæller - Historier sælger. Det er historierne der driver værket i Network marketing. Jo flere historier du kender jo mere er du potentielt værd på markedet.

Folk er temmelig ligeglade med facts (medmindre de er forskere eller læger).

De eneste de vil vide er: "Hvilke fordele kan jeg få, vil det virke for mig og er det sikkert".

Den mest effektive måde at få folk til at forstå hvordan dine produkter eller forretning virker er via at fortælle historier (testimonials), og jeg har aldrig mødt en succesrig netværker der ikke kunne fortælle en bunke historier om produkternes effektivitet og hvordan indtjeningsmuligheden har virket.

Her er en strategi der kan gøre dig til millionær. Gør det til en vane hver uge at finde en ny person i din upline eller downline (eller crossline), og ringe til dem for at lære dem og deres historie at kende. Optag deres historie og lyt til den igen og igen indtil du kan den udenad.

Der er flere årsager til at du vil tjene mange penge hvis du gør dette:

1) Du vil blive mindet om styrken af Network marketing og effektiviteten af dine produkter. Dette vil bygge din tro. Tro er ligesom penge og kærlighed - du kan aldrig få for meget af det. Stol på mig, du behøver at blive mindet om styrken selv om du allerede har en stærk tro.

Jeg oplevede det selv for nylig hvor jeg tog til en præsentation med vores Nummer 1 distributør i vores firma. Selv om jeg har mødt ham mange gange og hørt historierne han fortalte flere gange før, gik jeg fra mødet med en styrket tro på vores firma og vores produkter og en fornyet begejstring.

2) Desto flere historier du kan fortælle jo flere mennesker kan du relatere til = flere optegninger og flere penge. Folk reagerer mere positivt på historier om andre der er ligesom dem selv eller har lignende problemer, som dine produkter/service har løst.

### **Hvordan fortæller du din historie på en effektiv måde?**

#### **Her er en enkel opskrift.**

- 1) Beskriv hvordan dit liv var før du brugte disse produkter serviceer.
- 2) Evt. hvad du har prøvet som ikke virkede tilfredsstillende.
- 3) Hvordan fandt du dette produkt/service og hvorfor valgte du at prøve det.
- 4) Hvilke resultater har du fået.

Dette er en meget effektiv og enkel måde at lave en testimonial, men begynd også at studere de mennesker i dit firma der har de bedste historier og læg mærke til hvad der gør dem gode.

### **Faldgrube # 12. At være for teknisk.**

Folk vil bare vide om produkterne/serviceerne vil forbedre deres liv. Tal ikke om alle egenskaberne ved jeres produkter, men tal om de fordele de vil give folk.

Undtagelsen der bekræfter reglen er hvis du taler med en forsker, læge eller nogen der ser verden gennem videnskabelige øjne. Hvis det er tilfældet er det sikkert mere effektivt at dirigere dem til tekniske data og videnskabelige undersøgelser der bekræfter effektiviteten af jeres produkter, medmindre du selv er en forsker og i det tilfælde ved du sikkert allerede hvad du skal gøre.

Når vi snakker forretning så undgå at bruge en masse tid på at forklare kompensations planen. Det vil kede folk ihjel. Fortæl i stedet historier om virkelige mennesker der har tjent penge og fortæl et par eksempler på hvor mange mennesker man skal have i sin organisation for at nå til forskellige indtjening om måneden.

Det der er virkelig vigtigt for dem at forstå er IKKE hvordan kompensations planen virker i detaljer, men i stedet hvor stærkt et koncept eksponentiel vækst er. Hvis de virkelig forstår at  $4 \times 4 \times 4 \times 4 =$  en masse mennesker, som bliver til rigtig mange penge, har de fanget det vigtigste.

Du forklarer det bedst ved at fortælle historier om almindelige mennesker som dem der har tjent gode penge. Ofte er det ikke million kroners historierne der overbeviser folk, men i stedet historien om en normal fyr ligesom dem der tjente 1000-2500 kroner den første måned. Mange mennesker kan ikke relatere til million-kroners historien og vil sige til dem selv at det aldrig vil ske for dem alligevel.

### **Faldgrube # 13. Ikke at arbejde med dit lokale marked først.**

Græsset er altid grønnere på naboens mark – ikke sandt? Det er ligesom om at andre markeder altid er bedre end dit eget hjemmemarked. Eller det er i det mindste sådan som det opfattes af mange i Network marketing.

Jeg troede engang at Danmark, var et forfærdeligt land at lave Network marketing i. Jeg hørte mange udtalelser som f.eks. ” Nååh det der MLM er et Amerikansk koncept – det virker meget bedre derovre og i England.

Da jeg tog til England hørte jeg dette fra englænderne “Ahh Network Marketing virker ikke her – det er alt for Amerikansk til os. Det virker bedre I USA og østen”.

Da jeg endelige nåede til New York, en af de mest dynamiske byer i verden og hvad hørte jeg så der? “Network marketing?? Nej NEJ, ikke i dette marked. Folk er alt for skeptiske her - det er meget bedre ude vest på i Californien, Oregon etc. og i fjern østen selvfølgelig.”

Det jeg har erfaret er, at folk der er committede vil få det til at ske hvor som helst - uanset hvad – selv i fattige lande og områder, hvor de “ikke burde” have råd til at købe en start pakke eller produkterne, men de finder en eller anden måde alligevel.

Overbevisningen “ Det virker ikke her på vores kanter” bliver en selvopfyldende profeti, og det er ikke området der ikke virker – det er overbevisningen der ikke virker. Hvis du opfører dig som en leder vil folk blive tiltrukket til dig HVOR SOM HELST, selv i din hjemby.

Start i din baghave og arbejd dig længere og længere ud derfra. Jeg kender mange der har fejlet og tabt penge fordi de troede at det ville være “cool” at gå ind på markeder langt hjemmefra, før de byggede en gruppe lokalt.

**Her er 6 årsager til hvorfor at arbejde langt fra din hjemstavn (i det mindste i starten) er en dårlig forretning**

- 1) Det er dyrere.
- 2) Du kan ikke give den samme support over telefonen som ansigt til ansigt.
- 3) Der vil ikke blive den samme team-spirit imellem dine teammedlemmer.
- 4) Det tager meget tid at rejse.
- 5) Der kan være kulturelle forskelle, der gør det sværere.
- 6) Din organisation vil have den samme undskyldning for ikke at bygge i deres baghave.

Det er bedre at vente med fjern-markederne til du har en større gruppe lokalt. Der er store chancer for, at nogen i din lokale gruppe kender nogen i det fjerne marked du gerne vil arbejde i. Når du så tager dertil, har du flere mennesker at arbejde med. Dette gør det langt mere økonomisk.

### **Faldgrube # 14. ikke at stille dit kunde-emne nok spørgsmål?**

**At fortælle er ikke at sælge.** Kun at stille de rigtige spørgsmål er at sælge. Hvis ikke du stiller dit kunde-emne spørgsmål hvordan ved du så hvad der er vigtigt for dem? Og hvis du ikke ved hvad der er vigtigt for dem hvordan kan du så sælge dem noget?

Gør ikke den almindelige fejltagelse at sige ”ååh det her produkt er lige dig – jeg ved at du vil blive vild med det, det er totalt genialt”.

Den naturlige tendens for folk er at stritte imod udtalelser der ikke kommer fra dem selv, men når du stiller de rigtige spørgsmål, vil de opdage fordelene selv og de kan ikke modstå følelser eller udtalelser der komme fra dem selv.(Og hvem tror du i øvrigt du er, hvis du beslutter for dem hvad der er godt eller dårligt for dem)

Her er et lille rollespil som forhåbentligt vil få dig til at se styrken i at stille spørgsmål. Forestil dig at du her taler med et kunde-emne. Det kan være hvem som helst.

Dig: “Hvordan ville det føles at være i stand til at sove til du er udhvilet, og vågne op og have al den tid til at gøre hvad end du har lyst til?”

Kunde-emne: “Det ville da være fantastisk”.

Dig: “Hvad ville du egentlig gøre med al den tid?”

Kunde-emne: “Jeg ville bruge mere tid med mine børn, spille mere golf, og bruge tid på at passe mit helbred, og jeg ville fiske mere.”

Dig: Vil du sige at disse ting har en høj prioritet for dig?”

Kunde-emne: “Absolut.”

Dig: “Hvilket system bruger du på nuværende tidspunkt til at opnå disse ting i den nærmeste fremtid?”

Kunde-emne: “Ikke rigtigt noget”.

(Kunde-emnet har lige fortalt dig at han/hun ikke har noget system til at opnå det der er vigtigt for ham/hende.)

Dig: “Hvordan føles det?”

Kunde-emne: “Tjaa vel ikke godt nu jeg tænker efter.”

Dig: Ok – Så hvis du fandt et system til at få mere af de ting ville du så tage et seriøst kig på dem?

Kunde-emne: “Selvfølgelig, Hvad har du da?”

Hvis du har fulgt med her i det lille rollespil er sikker på at du kan føle og forstå styrken i de spørgsmål jeg stillede.

Her er nogle få spørgsmål mere til at stimulere din kreativitet til at finde ud af hvad du kan spørge dine kunde-emner:

Hvor vigtigt er dit helbred for dig?

Kan du se dig selv i dit job 5 år fra nu? Hvorfor?

Hvad ville du forandre ved dit helbred hvis du kunne?

Hvad ville du forandre ved din karriere hvis du kunne?

Hvad er du mest bekymret om ang. din fremtid/Helbred/Karriere etc?

Er du tilfreds med de priser du betaler nu for X (telefoni Internet etc.)

Ville du have noget imod at spare nogen penge på X ?

Hvis jeg kunne hjælpe dig med at spare 10 % på din X vil du så være interesseret?

Det der vigtigt at forstå er at når du stiller nogen et spørgsmål så SKAL og MÅ de besvare det. Måske udtrykker de ikke svaret højlydt men de bliver i det mindste nødt til at besvare det indeni dem selv, er det ikke sandt?

Læg mærke til at jeg lige stillede dig et spørgsmål og at du besvarede det indeni dig selv, gjorde du ikke?

Siden svarene kommer fra dem selv, kan de ikke modstå dem i modsætning til at når du kommer med udtalelser og giver dem svarene (dine svar). Du vil bygge meget mere tillid ved at stille de rigtige spørgsmål, end nogen udtalelse du kommer med. Men for at spørgsmålene skal være virkeligt kraftfulde skal de komme fra at have den rigtige holdning.

Det jeg mener med det er at du bliver nødt til at være ægte interesseret i hvad der er vigtigt for den person du stiller spørgsmålene til. Når du virkeligt ønsker at hjælpe dem og give dem den bedst mulige løsning, vil de rigtige spørgsmål komme frem naturligt, men personen vil også føle din oprigtighed.

Når du møder nogen der virkeligt er interesseret i dine ønsker og behov føler du så ikke, at du stoler på dem og at du føler dig tiltrukket af dem?

Det er nøjagtigt hvad der vil ske med dine kundeemner når du stiller de rigtige spørgsmål og du virkeligt ønsker at støtte og hjælpe dem.

At stille de rigtige spørgsmål er så vigtigt at jeg anbefaler at du bliver en evighedsstudent i emnet at stille spørgsmål. Begynd at lægge mærke til hvilke spørgsmål rigtigt gode sælgere stiller dig? Bemærk så hvordan det fik dig til at føle og hvordan du kan tilpasse det til din forretning.

### **Faldgrube # 15. At tage afvisning personligt.**

De fleste begyndere tager afvisning personligt. Lad være med det, for hvis du gør det, vil du hurtigt være ude af denne forretning.

Afvisning har ikke noget at gøre med dig. Nogen er simpelthen ikke klar endnu eller de forstår det ikke eller har ikke noget behov for det.

Respekter folks ønsker uanset hvad det er – hvis du respekterer dem uanset hvad, vil de føle det og blive langt mere tiltrukket af dig, og din chance for at du kan komme tilbage senere og gøre dem interesserede er blevet forøget væsentligt. Bare fordi de siger nej nu betyder ikke at de siger nej for evigt. Da jeg startede for 16 år siden tog jeg det temmelig personligt når folk “afviste mig” og jeg følte mig virkelig såret.

Men så læste jeg hvordan top folk i branchen så på afvisning og jeg begyndte af se på det på en anden måde. Jeg begyndte at indse at det intet havde med mig at gøre, men at de afviste deres egen drømme og håb for en bedre fremtid. Jeg begyndte også at indse at det var temmeligt arrogant af mig at tro at jeg kunne vide hvad der var bedst for dem.

Nogen gange træffer folk simpelthen dårlige valg. Da jeg lærte at lade dem være ”dumme” og samtidig respektere dem og deres valg uanset hvad, begyndte mine resultater at forbedre sig.

Nogen mennesker har bare besluttet sig for at der hvor de er "Ok" og de frygter at ændre på tingene. Nogen mennesker har givet op, og nogen mennesker ønsker at være elendige så andre mennesker kan have ondt af dem. Lad ikke deres beslutninger påvirke dig.

Du har valgt at være mere end almindelig og du må ikke lade dig blive hevet ned, bare fordi de ønsker at blive hvor de er.

Tag det ikke personligt - bliv ved med at tale med flere mennesker, så VIL du nå toppen og gøre en kæmpe forskel i verden.

### **Faldgrube # 16. At blive defensiv når folk kommer med indvendinger.**

Amatører frygter indvendinger - professionelle elsker dem.

Professionelle ser indvendinger som et tegn på interesse. Hvad kundeemnet siger mellem linierne når de kommer med indvendinger er: "Fortæl mig mere, jeg er ikke overbevist endnu."

Den første regel omkring indvendinger er at respektere folk for deres indvending. Indse at de ikke alle ved de samme ting som du gør, så selvfølgelig kan de ikke være ligeså "solgt" som du er.

Nummer 2 regel er: Lyt virkelig til dem og hør på dem. Vær sikker på at du forstår dem.

Sig for eksempel noget i stil med "det er en virkelig vigtig ting du bringer op" eller "Jeg forstår hvorfor du føler sådan".

Hvis du bliver defensiv over noget får det personen til at ville kæmpe endnu mere imod.

Vær i stedet glad for indvendinger, for når folk ikke har indvendinger, er når de har besluttet at det ikke er for dem.

Så stopper de simpelthen kommunikationen og siger som regel noget i stil med "Jeg vil tænke over det" eller endda "Det lyder godt - jeg kommer tilbage til dig i morgen"

Du bør tage imod indvendinger med åbne arme og være glad for at personen stadig kommunikerer med dig – så længe de kommer med indvendinger har du en chance.

### **Faldgrube # 17. Ikke at følge op:**

**Guldet er i opfølgningen.** Undersøgelser i branchen har vist at du skal i gennemsnit kontakte en person 6,8 gange før de tager en positiv beslutning. 80 % af alle sælgere kontakter ikke folk mere end 1 gang.

Indse for det første at når noget er nyt er folk skeptiske. Hvorfor tror du, at du ser de samme reklamer igen og igen og igen på tv? Fordi der er en styrke i gentagelser – og jo mere folk føler at de kender noget,, desto mere sandsynligt er det at de føler sig sikre på det og vil prøve det.

Jeg har fået folk ind i min forretning simpelthen pga. at jeg stadig var i firmaet efter et år. Det der sker i folks sind er at de tænker noget i stil med " hvis du stadig er i denne her forretning efter et år så må det vel også være godt".

Den anden ting du skal vide er at timing er alting i denne forretning. Mennesker bevæger sig igennem livet og deres prioriteter forandrer sig konstant. Det der ikke er interessant i dag kan måske være en top prioritet i morgen.

Det kan være at folk læser noget i en avis om dit produkt eller firma eller de hører noget fra en ven som får dem til at forandre deres mening og være mere åben.

Det kan være at de bliver fyret eller måske har deres firma lavet en masse nedskæringer og de tænker måske om de bliver den næste der bliver fyret. Uanset hvad årsagen er, så forandrer folk sig nogen gange til det bedre. En person der er totalt lukket i dag kan være fuldstændig åben om 3 måneder. Derfor er opfølgning essentielt. Men hvor ofte skal man gøre det og hvordan?

Opfølgning betyder ikke at forpuste folk igen og igen. Lad være at ringe til folk og prøve at "sælge" til dem. Men hold dig blot i kontakt med dem og lad dem vide, at du er der hvis de har brug for dig og fortæl dem også hvad der sker i dit liv.

Put dem på en "dryppe kampagne". Kom tilbage til dem hver 2-3 måned for at sige hej og bygge et forhold med dem.

En god måde at holde kontakten på er at skrive et personligt e-mail nyhedsbrev som du kan sende til folk. Hvad skal man så skrive i sådan et nyheds-brev? Fortæl ganske enkelt om hvad du laver i livet hvad du har lavet, hvad du er begejstret omkring etc.

Fortæl også et par ting der sker i din forretning og måske nogen succes-historier. Hvis du vinder en rejse med dit firma, så husk at tage masser af billeder og inkluder dem i dit nyhedsbrev. Du kan også putte billeder fra dit firmas konvent etc.

Dette er en super måde at holde kontakten på, som ikke er pressende for folk. Og når de læser flere og flere historier om resultaterne af dine produkter og ser hvad der sker når man arbejder med dit firma, vil nogen af dem komme tilbage, når det er det rigtige tidspunkt for dem.

Joe Girard som er i Guinness rekord bog som den bedste bil sælger i verden, sendte sine kunder et kort hver eneste måned. Han forstod værdien i at holde kontakten med folk og han havde en enorm genbestillings-procent og masser af henvisninger.

Når alt er blevet sagt om værdien af opfølgning, så bliver jeg nødt til at fortælle at der er nogen få succesfulde mennesker i branchen der IKKE følger op.

Min coach Jeffery Combs fulgte ikke op da han byggede sin forretning. Hvorfor? Fordi han talte med så mange mennesker, at der altid var nok mennesker der kom tilbage til ham af sig selv, og de er selvfølgelig de mest motiverede. Han behøvede simpelthen ikke at følge op.

Ikke at følge op vil KUN virke HVIS:

1) Du taler med tonsvis af nye mennesker. (Mindst 100 nye mennesker om ugen)

2) Hvis du har en enorm erfaring og er meget stærk i din fremtoning.

Så medmindre du har en kæmpe erfaring, så følg op – det virker.

## **Faldgrube # 18. Ikke at være medlem eller leder af en networking klub.**

Networking klubber er et fænomen der ikke er så udbredt i Danmark endnu, men det vil helt sikkert blive mere og mere populært.

En Networking Klub er simpelthen en gruppe mennesker der mødes med jævne mellemrum og udveksler kundemner og hjælper hinandens forretninger.

BNI ([www.bni.com](http://www.bni.com)) er en af de mest kendte og udbredte klubber i verden. Der er mange andre, bare prøv at søge efter dem på Internettet. Prøv for eksempel at søge på ord som "breakfast clubs", "business networking clubs", "business referral clubs", "business referral networks" etc.

### **Hvordan du får networking grupper til at virke for dig.**

Der er nogen få ting du skal passe på med disse grupper. For det første så kan der kun være en person fra samme profession i den samme lokal afdeling. Dette kan være et potentielt problem hvis du laver noget mange andre gør. Normalt kan du komme ud over dette problem ved at finde andre klubber eller andre afdelinger af den samme klub.

Den anden ting du skal vide er at networking klubber vil som regel ikke acceptere Network Marketing folk i ordets egentlige forstand. Hvad det betyder i praksis er simpelthen; "Lad være at promote forretnings-muligheden, men sælg dine produkter i stedet. Så hvis du er i et kosttilskuds firma så kan du markedsføre dig selv som velvære ekspert. Hvis du sælger hudpleje så markedsfører du dig selv som hudpleje specialist.

Den største fejl folk begår når de går ind i en networking klub, er at de tror at det er en mulighed for bare at reklamere for din forretning og produkter. DET ER DET IKKE.

Fundamentet for succes med networking klubber er at GIVE. Og du bliver nødt til at være tålmodig. Forvent ikke at få en masse kunde emner de første par gange. Du bliver nødt til at committe dig til gruppen og arbejde for de andre medlemmer. Når folk begynder at lære dig at kende efter 4-6 gange eller flere, vil de starte med at lytte til dig og stole på dig.

### **For at få succes skal du give, give og give.**

Hvis du konstant viser dit commitment til at give de andre medlemmer kundemner, så vil de også arbejde for at finde kunde-emner til dig.

Hvis du har tid til det, vil det give noget ekstra hvis du er leder af en gruppe. Check på [www.BNI.com](http://www.BNI.com) og andre klubber om muligheden for at blive leder af en lokal-afdeling.

### **Andre ideer og steder.**

Der er også et tons af lignende klubber online. Jeg ville vælge en som også mødes i den virkelige verden. Intet er bedre end ansigt til ansigt. Jeg er f. eks medlem af [www.ecademy.com](http://www.ecademy.com) Jeg har ikke rigtigt fået det brugt, men jeg ved at det virker godt for mange mennesker.

Du kan også bruge **sociale networking klubber** som f. eks. [www.meetup.com](http://www.meetup.com). Den gode ting ved dem er at du kan finde grupper med næsten hvilken som helst interesse. Jeg har for nyligt startet "Entrepreneurs Night Out" Meetup i London og har faaet rigtigt mange nye kontakter igennem det.

## **Her er et godt tip omkring meetup.com og andre sociale networking klubber:**

Hvis du f.eks. er i et slanke firma, er den bedste gruppe at deltage i måske IKKE slanke gruppen. Nogen gange finder du en masse andre slanke konsulenter der, så konkurrencen kan være så stærk at det ikke er arbejdet værd.

Så kan det være en bedre ide at deltage i en gruppe der er totalt urelateret til dit firma, men med et emne som fanger din interesse. Den hurtigste måde at skabe tillid er at finde nogen, der har de samme interesser som dig. Jeg ville f.eks. deltage i en gruppe for hunde ejere eller lyst-fiskere.

På den anden side hvis dit slanke produkt virker bedre end alle de andres, kan det stadig være en god ide at deltage i slanke gruppen også. For måske kan du rekruttere nogen af de andre konsulenter. Du kunne måske endda starte din egen gruppe og som grundlægger af gruppen ville du have lettere ved at markedsføre dig selv end nogen af de andre i gruppen. Men det kan tage et godt stykke tid at få bygget en gruppe op og jeg vil absolut anbefale at du deltager i nogle andre grupper først så du kan få noget erfaring fra dem.

## **Faldgrube # 19. Ikke at sætte deadlines for dine kunde-emner.**

Når du giver materiale til dine kundeemner til at studere, så gør ikke fejltagelsen at bare give det til dem og sige: "Kom tilbage til mig når du har læst det". Eller "Jeg ringer til dig i næste uge".

Hastighed er ekstremt vigtigt og du bliver nødt til at få dine kunde-emner til at forstå at det er vigtige at studere materialet hurtigt. Særligt i tilfældet hvor du giver folk noget fysisk som du har betalt for (en Cd f.eks.). Jo hurtigere du kan få det tilbage og give det til en anden desto bedre.

Tænk over dette: Lad os antage at du har en organisation på 100 mennesker. Og lad os antage at det tager kunde-emnet 1 time at kigge/se/lytte materialerne igennem. Så hvis det er noget der er vigtigt for dem burde de være i stand til at se få det klaret på 24-48 timer.

Men hvis du ikke giver dem en deadline kan det tage meget længere tid. Lad os sige at det tager 5,5 dage at få det set igennem, i stedet for 2 dage. SÅ har du tabt 3,5 dage X 100 for hver gang din organisation deler noget ud = 350 dage !!! Det vil sige at næsten 1 års tid bliver spildt måske en gang om måneden, og det er fuldstændigt unødvendigt.

Den anden årsag til at hastighed er vigtig er at jo længere det tager fra du har talt med kunde-emnet til de kigger på materialerne desto mere "kolde" og uinteresserede bliver de.

Og det er ret nemt at forøge hastigheden af hele processen. Når du har et kundeemne der er interesseret siger du simpelthen bare noget i stil med: "Hr. kunde-emne – er du seriøs omkring det her? Ok vil du så love at du får det lyttet igennem indenfor de næste 24 timers? Hvis du ikke kan så er der nogen andre der skal have det fordi jeg har en kø af mennesker der venter på at lytte til det."

Og aftal så en tid hvor du vil følge op og besvare evt. spørgsmål de måtte have. Og så sørg for at du ringer på det tidspunkt. Vis dem at du holder dit ord.

Hvis du sender noget til dem via e-mail kan du sige noget i stil med: "Hvornår kan jeg vende tilbage til dig for at besvare nogen af de spørgsmål du sikkert har"

Lav så en fast aftale om at ringe tilbage på et bestemt tidspunkt og jeg håber det er unødvendigt at nævne at du bør gøre alt i din magt for at overholde den aftale.

### **Faldgrube #20. At fokusere mere på produkterne i stedet for menneskerne.**

Husk at folk køber dig først, før de køber produkterne eller forretnings muligheden. **DU** er det vigtigste produkt og din fokus bør ikke være at blive en ekspert i dit firmas produkter, men i stedet blive en ekspert i mennesker, i hvordan du skaber tillid og stærke forhold og hvordan du leder mennesker.

Lær mere om mennesker og kommunikation end dine produkter og du vil blive rig.

### **Faldgrube # 21. Ikke at skabe din liste.**

Hvis jeg havde en tier for hver gang jeg har hørt nogen sige ”Jeg har ikke brug for at lave en liste” ville jeg have til udbetalingen på en ny bil.

Hvad er din liste? Det er en liste over alle du kender og ønsker at kende.

For at starte med at bygge din liste så brug hukommelses joggeren. (For at se et eksempel på en hukommelses jogger på engelsk gå til [www.duplicationacademy.com/memoryjogger.html](http://www.duplicationacademy.com/memoryjogger.html))

Gå igennem din personlige telefonbog din kontakt liste og din mobilos og skriv alle ned. Undlad at kvalificere eller diskvalificere nogen på dette tidspunkt, men skriv dem blot ned. Pointen ved at putte ALLE på listen er ikke nødvendigvis at ringe til dem alle sammen, men det er også for at stimulere din hukommelse. Nogen gange når du skriver nogen på listen som du ikke engang ønsker at arbejde sammen med, så kommer du i tanker om nogen andre i forbindelse med den person.

Når du har skabt en liste på 100-200 mennesker så vælg din ”hotte liste”. Det er de 10-20 mennesker som du tror, har den højeste sandsynlighed for enten at købe dine produkter eller at gå ind i forretningen. Derefter arrangerer du at ringe til dem med din upline.

Hvis du virkelig ikke kan finde nogen at ringe sammen med, hvilket jeg tvivler hvis du er committed til at få succes, så skal du IKKE ringe til din ”hotte liste” først. Så ringer du i stedet til de værste først, så du kan få noget erfaring og lave fejlene på nogen som ikke betyder så meget alligevel.

Og husk: Hav altid en notesbog på dig og skriv navnene ned på folk når du kommer på dem. Arbejd konstant på at udvide din liste. Det kan blive et at de mest værdifulde aktiver du nogensinde kommer i besiddelse af.

### **Faldgrube #22. Ikke at spørge efter referencer**

Bare fordi folk siger nej til dig, betyder ikke at de ikke vil hjælpe dig. Faktisk har folk mange gange en højere tendens til at give dig en reference hvis de lige har sagt nej, fordi de synes det er lidt synd for dig. Gør det til en vane altid at spørge efter referencer. Selv mennesker du aldrig ville have i din forretning kender måske nogen som vil være perfekt. Enhver spurv kender en ørn - enhver sardin kender en hval.

Ifølge folk der har studeret det, siger at vi kun er 6 mennesker væk fra alle mennesker i verden. Temmelig fascinerende tanke. Så bliv ved at spørge efter referencer, det vil lede dig til guld hvis du gør det nok.

Hvordan spørger du efter referencer? Det er nemt nok - du spørger ganske enkelt:

“Hvem kender du der XX ( har et problem du kan løse)”?

F.eks. interesserer sig for helse, har brug for et ekstra job, ønsker større finansiell sikkerhed, vil have mere energi, synes deres telefon regning er for høj osv osv.

Når de giver dig nogen navne så sig: ”Må jeg have lov til at få deres nummer og din tilladelse til at ringe til dem?”

Bemærk at hvis du konstant får nej når du spørger efter referencer så er der noget du ikke gør rigtigt. Du er sandsynlig for pressende, aggressiv eller begejstret eller taler for meget og så bliver folk beskyttende over for deres kontakter. De ønsker ikke at du “angriber” deres venner og bekendte, hvis de fornemmer at du vil presse dem.

Få fat i dine uplines og få dem til at lytte til dine samtaler for at få feedback fra dem. De kan sandsynligvis finde problemet temmelig hurtigt.

### **Faldgrube # 23. Ikke at tale til dit varme marked.**

Varme marked = Dem du kender.

Mange mennesker der tidligere har været involveret i Network Marketing, ønsker ikke at kontakte de mennesker de kender.

De føler det ofte at det er som om de presser deres venner til at købe noget de ikke ønsker og selvfølgelig føles det ikke rigtigt.

Hvis det er tilfældet for dig, så er jeg overbevist om at du ikke griber det an på den rigtige måde. Der er måder at affektivt kontakte dit varme marked, uden at få dem til at føle at du presser dem. Men før jeg forklarer de specifikke måder at gøre det på vil jeg lige gennemgå et par vigtige ting først.

Først og fremmest – forvent ikke at tjene en formue på dit varme marked. Der er en talemåde der hedder “Du er aldrig en profet i din hjemby”. Det betyder at når du (som i de fleste tilfælde ikke har været succesrig tidligere) fortæller dine venner og familie at du har fundet en måde at gøre alle rige på, så stoler de ikke på dig, fordi de kender dig ikke for at være en ekspert i at tjene penge.

Eller hvis du fortæller at du har fundet en måde at give dem et bedre helbred og få dem til at se yngre ud, vil de ikke stole på dig medmindre at du allerede er en ekspert på disse områder.

Så du får måske ikke de store resultater med dit varme marked, men det er vigtigt at lade dem vide hvad du laver af flere årsager.

1) De er de nemmeste at få en aftale med for at lave en præsentation. Det betyder at du kan få noget øvelse i at præsentere og blive god før du begynder på dit kolde marked.

2) De kan være en god kilde til referencer.

Bare lad dem vide hvad du laver. Hvis du tror på at dine produkter vil forbedre deres liv, hvorfor ville du så ikke fortælle dem om det? (og hvis du ikke tror på at dine produkter kan forbedre deres liv, hvad dølen laver du så i det firma?)

Hvis du åbnede en sko forretning (eller en Porche forhandler hvis du er en mand), ville du så ikke ringe til dine venner og bekendte og bede dem om at fortælle det til deres venner og bekendte?

Men for at få det til at virke ordentligt, bliver du nødt til at have den rigtige indstilling.

Du bliver virkelig nødt til lade **dem** tage beslutningen – pres dem ikke. “åben forretningen” for dem og lad dem vælge hvad de end har lyst til, selv om det er ingenting. Lad dem have deres meninger og respekter dem uanset hvad og indse også at familie og venner ofte vil ofte være dit værste ”publikum”.

Der var engang hvor jeg heller ikke ønskede at kontakte venner og familie, indtil jeg ændrede noget i min indstilling. Først og fremmest gav jeg slip på behovet for at “forandre og redde dem”. Jeg mistede behovet for at ”have ret”.

Jeg lod dem være ”dumme” hvis de ønskede det og velsignede dem i mit hjerte. Det sjove var at efter jeg gjorde det, begyndte de at være interesserede. En anden årsag til at mange ikke ønsker at kontakte familie og venner er at følelsen af afvisning ofte gør mere ondt når det kommer fra nogen der er tæt på dig. Hvis du lader dig lede af din frygt for afvisning arbejder du ud fra en fejlagtig holdning.

Hvis du har denne holdning er du mere interesseret i at beskytte dig selv end du er i at tjene dem du holder af. HUSK at denne forretning drejer sig ikke om dig – det drejer sig om hvad du kan gøre for andre.

Ok lad mig nu fortælle dig et par fremgangsmåder som virker rigtigt godt med de mennesker du kender. For øvrigt, jeg ville normalt ikke henvende mig til mit nære varm-marked med forretningsmuligheden. Jeg ville enten henvende mig til dem, for at forklare dem om mine produkter (de har jo brug for dem ik’?) eller jeg ville ganske enkelt spørge dem efter en reference til forretnings interesserede eller produkt interesserede.

### **1. Fremgangs måde.**

Hej Peter, jeg ringer for at spørge dig om en tjeneste. Jeg har startet en ny forretning og har brug for din hjælp til at finde de rigtige ledere til vores team. Det jeg kunne gøre for dig er at sende dig nogen af mine visit kort og hvis du støder på nogen med de rigtige kvalifikationer så kunne du give dem mit kort. Ville du gøre det for mig?”

Du kan evt. tilføje dette: “Peter der er en betydelig findeløn for den helt rigtige person. Hvis nogen som du henviser til mig bliver en af vores topledere, vil jeg give dig 50.000 kroner i finde løn.” Dette burde fange hans/hendes opmærksomhed.

Du kan bruge nøjagtigt den samme fremgangsmåde når du spørger efter produkt referencer bortset fra 50,000 kroners findelønningen, men du kunne måske give dem et gratis produkt i stedet.

Hvis du har en virkelig effektiv DVD eller CD præsentation, kunne du tage ovenstående fremgangsmåde et skridt videre. Det er lidt ligesom før, men denne gang spørger du efter lidt mere hjælp:

## **2. Fremgangs måde:**

Hej Peter. Jeg ringer for at spørge dig om en tjeneste. Jeg har startet en ny forretning og har brug for din hjælp til at finde de rigtige ledere til vores team. Jeg vil spørge dig om jeg kan få dig til at kigge en DVD igennem og fortælle mig hvem du kender, der har de rigtige kvalifikationer til dette. Vil du gøre det for mig?"

Med begge disse fremgangsmåder får du muligheden for at lade dem vide hvad du laver uden at du prøver på at tegne dem op. Folk er som regel mere end villige til at hjælpe dig og mange gange bliver de interesserede, **FORDI** du ikke prøvede at "få dem" direkte.

For flere ideer til hvordan du kontakter folk i både dit varme marked og kolde marked så check mit kursus "**Irresistible Prospecting**". Check [www.duplicationacademy.com](http://www.duplicationacademy.com) for flere informationer.

### **Faldgrube #24. Ikke at have marketing materialer på dig.**

Gå aldrig udenfor en dør uden visitkort eller en eller anden form for marketing materiale. I modsætning til en normal forretning har vi ikke nogen åbnings tider. Vi kan ikke fysisk åbne dørene til forretningen og sige: "nu er vi klar til at modtage ordrer. Derfor bliver du nødt at være åben mentalt og altid have marketing materialer på dig. Jeg lærte tidligt i min karriere at **"hvis du ikke har nogen produkter og ingen marketing materialer så har du ingen forretning.**

Jeg anbefaler at du committer dig til at dele et specifikt antal materialer ud om dagen. F.eks. 2 cd'er eller 3 brochurer etc. Hvis du gør det til en daglig vane at gøre en lille smule vil det blive til en hel masse i det lange løb.

### **Faldgrube #25. Ikke at bruge 3-vejs opkald.**

Den hurtigste måde at lære hvad man skal sige til folk er at få en succesfuld upline til at gøre det for dig, mens du lytter og lærer. Det er så billigt og nemt at få 3-vejs opkald på sin telefon i dag, at det er sindssygt ikke at gøre det. Og d3et er endda blevet endnu nemmere/billigere at goere det i de sidste par aar med mange forskellige online muligheder som for eks skype hvor du kan lave gratis konferencer. Og ja det er egentligt ikke mere at sige om det. Brug det - det er tumpet ikke at gøre det.

### **Faldgrube #26. Ikke at sende takke kort.**

De fleste stopper med at sælge når aftalen er skrevet under. De tror at arbejdet er overstået når de har tegnet nogen op. Faktisk er det her de virkelig burde starte med at arbejde for deres kunde eller distributør, fordi de fleste vil holde op med at bruge produkterne selv i dit firma.

Årsagerne til at de stopper har ligeså meget at gøre med din indsats (eller mangel derpå) som det har med virkningen og kvaliteten af dine produkter/servicer.

Det koster langt mere og kræver mere arbejde at finde en ny kunde end at bygge mere tillid og styrke forholdet med dem du allerede har. Så hvis du gør det til en prioritet at gøre dine kunder

til den mest tilfredse kunde i verdens historien, vil de ikke bare blive ved med at være hos dig længere tid, men de vil også åbne døre for dig, til deres familie og venner.

En af de strategier jeg bruger er at sende dem et takke kort når jeg har tegnet dem op. Du kan også notere deres og deres partners, børns, kæledyrs fødselsdag og sende dem et kort på de dage.

Når nogen går til det næste lederskabs niveau er det også en god undskyldning for at sende dem et kort. Hvis du har haft kunder eller distributører i lang tid er det den perfekte undskyldning for at sende dem et kort for at fortælle dem hvor meget du påskønner at have dem som kunder eller som distributør i din organisation.

Hvis du gør det til en vane vil din frafaldsrate falde drastisk og væksten blive langt stærkere.

### **Faldgrube #27. At løbe efter folk i stedet for at få dem til at løbe efter dig.**

Når det drejer sig om kundesøgning er din holdning sikkert det allervigtigste at sørge for at have på plads. Du bliver nødt til at have en indstilling til det her, som er noget i stil med: “jeg sidder på en guldmine”, “jeg har de bedste produkter og servicere der kan hjælpe folk”, “Folk har brug for dette”, “kunde-emberne har mere brug for dette end jeg har for at have dem i min forretning”.

Hvis du arbejder fra en holdning som er “ jeg SKAL tegne dig op” eller “Jeg har brug for dig i min forretning”, så vil de fornemme det og løbe den anden vej.

De fleste mennesker (jeg gjorde det også) falder i denne fælde, og dette her er så vigtigt at få på plads at jeg vil godt bede om din fulde opmærksomhed her..

Forestil dig dette:

Lad os sige at du er på udkig efter en læge, så du interviewer 3-4 som du er blevet anbefalet, for at finde den rigtige for dig.

Den første starter med det samme med at sige ”Ja du kan komme til med det samme og jeg er sikker på at vi kan hjælpe dig, du behøver ikke at lede mere ”.

Den næste læge siger med det samme “Vi tager egentlig ikke nye klienter i øjeblikket og selv om vi gjorde er der normalt en venteliste på 3 måneder. Men nu du er anbefalet af hr. X så er det muligt at vi kan få dig klemt ind før – hvad er i øvrigt dit problem?”

Hvem af dem ville du føle havde den største ekspertise?

Nummer 2 Selvfølgelig - hvorfor? Fordi det er sådan vi mennesker er indrettet at hvis noget er svært tilgængeligt, så vi ønsker det mere.

Her er en anden situation som jeg sikker på at du selv har oplevet;

Tænk tilbage til dengang du var teenager og du løb efter den kønneste pige i skolen eller den flotteste fyr. Du ville bare være sammen med dem sååå meget. Hvad skete der i den situation? Sandsynligvis løb de så hurtigt væk som de kunne.

På den anden side har du sikkert oplevet at du var forelsket i nogen og at du derfor ikke var interesseret i andre mennesker, men pludselig oplevede du at mennesker af det modsatte køn begyndte at løbe efter dig. Det der skete var, at du ikke var til rådighed og at du derfor pludselig blev mere interessant.

Så jo mere desperat du er for at tegne nogen op desto mindre er din chance for at gøre dem interesseret. Du bliver nødt til at gøre dig selv svært tilgængelig og måske gøre det lidt "svært" for folk at komme ind i din forretning. Hvis du er desperat vil du skræmme folk væk. Hvis du har den rigtige holdning vil folk rende efter dig.

Når jeg taler med potentielle forretnings emner har jeg erfaret at det er særligt effektivt at tænke på mig selv som personale chef for et stort firma som f.eks. IBM. Hvis du var i den position ville du så løbe efter folk og sige "Vil du ikke nok tage det her job – jeg ved det er det helt rigtige for dig, det vil være helt perfekt og du vil tjene en masse penge"?

Selvfølgelig ikke. Du ville stille en masse spørgsmål for at finde ud af om de er den rigtige person.

Lad dig ikke blive kontrolleret af negative mennesker. Hvis folk starter med at blive negative eller grove så sig simpelthen "Det lyder ikke som om det her passer til dig - skal jeg stryge dig af min liste?"

Hvis du lader dem have kontrollen, vil de ikke opfatte dig som en leder eller en ekspert på dit område. Hvis du skulle hyre nogen personer for et stort firma og de var negative ville du så ansætte dem? Selvfølgelig ikke.

Selv hvis du taler med potentielle købere af dine produkter er det vigtigt at have den rigtige holdning og gøre det en lille smule svært (eksklusivt) for dem at få dine produkter eller service. Jeg siger som regel at jeg kun arbejder med mennesker der er virkelig seriøse omkring at gøre noget ved deres problemer og så spørger jeg dem om de betragter dem selv som seriøst interesserede i at gøre noget ved problemerne.

Når de siger ja (og det gør de i 9 ud af 10 tilfælde) Så spørger jeg "hvorfor"? Dette får dem til at sælge dem til mig i stedet for omvendt. Tro mig det er lang mere effektivt og sjovt end den anden vej rundt.

## **Faldgrube #28. Ikke at have visit kort.**

Undersøgelser i branchen viser at en af de mest effektive ting du kan gøre for at forhindre folk i at give op og falde fra er at sørge for at de får visitkort øjeblikkeligt når de starter.

Frafalds raten i vores branche er stor. 80- 95 % af de mennesker der starter i dag er ikke aktive 1 år fra nu og de fleste giver op indenfor et par uger så du må gøre alt hvad du kan for at beholde dem i din forretning. Undersøgelser har vist at hvis man kan bringe frafald ned med bare 3 %, vil man forøge overskuddet med 68 %.

De første par dage er ekstremt vigtige så hjælp dem med det samme med at få lavet det visit kort og hjælp dem med at få det bestilt. Overlad det ikke til dem at få det gjort – mange gange får de ikke lige nået det inden det er for sent. Du kan gå til [www.vistaprint.com](http://www.vistaprint.com) eller [www.vistaprint.co.uk](http://www.vistaprint.co.uk) og få 250 kort gratis, så det er ikke en undskyldning at du ikke har råd.

## **Faldgrube #29. At tro du kan annoncere dig til succes.**

”Behøver jeg virkelig at snakke med familie og venner – kan jeg ikke bare putte en annonce i avisen eller sætte et website op?”

Jeg har hørt dette spørgsmål flere gange end jeg ønsker at tænke på. Og svaret er: “Det kan du godt, hvis du ønsker at spille en masse penge og tid. Sagens kerne er at nogen mennesker har brugt annoncering meget effektivt OG de startede aldrig med det helt fra begyndelsen.

At annoncere får ikke folk på magisk vis til at tegne op. Du bliver nødt til at være god til at besvare spørgsmål og håndtere indvendinger over telefonen – og det er ikke noget du vil være i stand til fra den første dag.

Min resultater med annoncering har været relativt dårlige, men det betyder ikke, at det ikke virker, men du skal være temmelig trænet for at få det til at virke. Medmindre du vil bruge de leads du får ud af annonceringen, til at træne på, men det er en meget dyr måde at gøre det på.

Mit råd er at holde dig fra annoncering i det mindste indtil du har en god erfaring i at tale med folk og en god størrelse organisation. Hvis du så vil eksperimentere med at annoncere så gå sammen med en gruppe af dine mest seriøse ledere og måske nogen af dine uplines. Gå sammen om en kampagne hvor i deler omkostningerne. På den måde kan du minimere risikoen og have flere penge til at teste med.

For øvrigt, i følge Jeffery Combs som har brugt annoncering særdeles effektivt, så skal du køre den samme annonce mindst 4 gange for at få den til at fungere. Så hvis du ikke har råd til at køre annoncen mere end 1-2 gange så lad være med det overhovedet, i følge ham.

## **Faldgrube #30. Ikke at bruge særtilbud.**

Særtilbud virker. Bare kig efter i dit nærmeste indkøbscenter og du vil se et tons af forskellige Særtilbud. Start med at holde øje med hvad der virker og find ud af en måde at tilpasse det til din forretning. De virker ofte endnu bedre til eksisterende kunder end nye.

## **Faldgrube #31. Ikke at bruge prøver.**

Hvis du har produkter som du kan give prøver på så brug det – Det er virkeligt effektivt.

Hvis dit firma ikke har prøver kan du nogen gange selv lave nogen. Jeg var engang i Nuskin og da købte jeg små beholdere og fyldte dem med nogen af vores mest populære produkter. Nogen gange gav jeg dem væk men andre gange betalte folk gladelig for dem. Det virkede rigtigt godt – De fleste mennesker havde gode resultater og ønskede at købe mere.

Store firmaer som f. eks L’loreal giver prøver væk og selv med middelmådige produkter er det effektivt for dem. Hvis de kan gøre det, er jeg sikker på at du kan gøre det med jeres produkter som garanteret er i top kvalitet.

### **Faldgrube #32. Ikke at bruge live teleopkald.**

Jeg er sikker på at der er nogen i dit firma der laver live tele konferencer. Hvis ikke du kender til nogen så spørg din upline. Live teleopkald er som regel langt bedre end en web-præsentation eller trykt materiale.

Men overlad det ikke til kunde emnet at komme på opkaldet – kobl dem på opkaldet via 3-vejs opkald. Sig til dem “Jeg ringer til dig 5 minutter før opkaldet begynder og så sørger jeg for at koble dig på.” Og sørg for at følge op efter opkaldet for at spørge hvad de fik ud af det.

### **Faldgrube #33. Ikke at nævne skatte fordele eller ikke at bruge dem.**

Der er kæmpe skatte fordele ved at have en forretning i hjemmet. Du kan trække rejser fra, at spise ude, din computer, kontor forsyninger, en del af huslejen etc. etc. Du kan endda betale dine børn for at gøre rent på kontoret eller andre ting som du så kan trække fra. I visse situationer kan du også trække din månedlige produkt ordre fra og i hvert fald prisen på din startpakke.

Du burde uden de store problemer være i stand til at putte 20,000- 30,000 kroner i lommen ekstra om året som du ellers ville have betalt til skatte far.

Så selv hvis du ikke tjener en øre det første år så vinder du alligevel uanset hvad. Brug det som et salgargument når du forklarer nogen om forretningen. Det kan være virkeligt effektivt og bør bruges hver gang.

Bare husk at du kan selvfølgelig ikke blive ved at drive en forretning med underskud. Skatte væsnet vil ikke acceptere dette for evigt og som regel er grænsen 3 år. Det betyder også at du har 3 år til at gøre din forretning profitabel og i mellemtiden kan du putte flere penge i lommen p.g.a at du driver forretning hjemmefra.

Skatte love varierer fra land til land og år til år så husk altid at hyre en god revisor så du ved nøjagtigt hvad du kan trække fra, uden at overtræde loven

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## **Kapitel 3: Præsentationer**

At være god til at præsentere er super vigtigt – det er som regel ved præsentationen at folk vil beslutte sig for om de vil med eller ikke. De fleste præsentationer jeg har set var enormt kedelige og det er som regel et af de områder de fleste har brug for at forbedre.

### **Faldgrube # 34. Ikke at tage del i møderne.**

Dette gennemgår jeg i detaljer i faldgrube # 73 og # 82.

### **Faldgrube # 35. Ikke at præsentere nok.**

Du bliver nødt til at være god til at præsentere for at få en stor MLM forretning.

Der er desværre ikke nogen vej uden om det med mindre du vender i lotteriet og tegner 2-3 distributører op som ER gode til at præsentere. Men jeg regner ikke med at du vil overlade din succes til held - hvorfor ville du ellers læse denne bog?

At præsentere og tale foran et publikum er en af de mest skræmmende opgaver for de fleste mennesker. Faktisk viser undersøgelser at flere mennesker er mere bange for at tale offentligt end noget andet. Jeg kan relatere til det, fordi jeg var selv enormt bange for at tale offentligt.

Men jeg troede ikke at det var min skæbne at være bange resten af livet. Faktisk ville jeg ikke acceptere det, så jeg startede med at lære mere omkring hvordan jeg kunne kontrollere min frygt, og jeg startede med at tale med fremmede mennesker for at øve mig i at kontrollere min frygt.

Jeg husker klart det første foredrag jeg lavede. Jeg var så bange at min stemme bævrede, mine knæ rystede bogstaveligt talt og mit hjerte bankede som en gal, men den følelse af sejr jeg oplevede bagefter, var så enorm at jeg var ”fanget” for livet. Det betyder ikke at min frygt forsvandt øjeblikkeligt, men det betød at jeg vidste at det var det rigtige for mig, fordi følelsen var så fantastisk.

Hvordan man overvinder frygt er for stort et emne til at gå i dybden med her, men her er det bedste råd jeg kan give dig omkring at overvinde frygt:

### **Gør det du er bange for og du vil overvinde frygten.**

Du siger måske ”jeg kan da ikke bare gøre det jeg er bange for”. Ok - men hvad er alternativet? At lade dig styre af din frygt? Betyder det at du har valgt at leve dit liv defineret af din frygt? Gør det ikke, din frygt er ikke virkelig. Det er noget du har lært på et eller andet tidspunkt i dit liv og du kan omlære det hvis du vil. Og du er absolut ikke ”bare sådan som du er” som jeg har hørt mange sige.

Så lad ikke din frygt stoppe dig - der er for meget at vinde for dig, din familie og verden når du overvinder din frygt.

Her er et praktisk råd til dig for hvordan du kommer i gang med at overvinde frygt. Ring til din upline og fortæl dem at du vil lære at blive super god til at præsentere. Spørg dem hvilken rolle du kan tage i den næste præsentation eller spørg dem om du kan gå med dem til nogen af deres

præsentationer for at se og lære hvad de gør. Måske kan du starte med kun at fortælle din egen historie. Så når du er til alle møderne brug hver en chance for at fortælle din historie.

Hvis du gør det vil din underbevidsthed snart begynde at se at der overhovedet ikke er nogen fare og du vil begynde at slappe af. Når du starter med at slappe af vil du vågne op en dag og være en super præsentator. Og der få oplevelser i verden, der kan overgå fornemmelsen af at have lavet en god præsentation.

### **Faldgrube # 36. Ikke at have musik til møderne.**

Dette er specielt vigtigt ved hotel møder. Jeg taler ikke om at skabe et rock show hvor folk danser og går amok, men almindelig positiv musik i baggrunden. Dette er vigtigt fordi når folk kommer ind i et rum fuld af fremmede mennesker og der er ingen der taler er folk meget stille og sidder roligt på deres stole og stilheden kan være ubehagelig.

Musik løfter din energi og får os til at føle os glade, og med lidt baggrundsstøj fra musikken vil flere mennesker være tilbøjelige til at tale. Desto mere folk taler, desto højere vil energien blive i rummet og det vil påvirke alle.

Husk at de første få minutter at folk kommer ind i et rum er utroligt vigtige. Energien og humøret fra menneskene omkring dem påvirker folk og måske vil det være det der får dem til at beslutte sig for at komme ombord på et ubevidst plan. OG det er en enorm fordel at starte et møde når publikummet allerede føler sig godt tilpas.

Eksempler på baggrunds musik der er motiverende og glad. Frank Sinatra er godt til næsten alle generationer, men der er masser af glad musik der appellerer til de fleste.

### **Faldgrube # 37. Ikke at bruge hjemme møder.**

Den største del af vores branche er bygget på et fundament af hjemme-møder.

Og selv om hjemme-møder er super effektive og måske endda nødvendige har jeg hørt denne undskyldning for at ikke at lave hjemme-møder mindst 100 gange: "Men mit hjem ser forfærdeligt ud".

Ok - Drejer sig om dig nu?

Denne forretning drejer sig ikke om image. Faktisk jo værre dit hjem ser ud desto bedre, for hvis du lever i et slot vil folk komme med den undskyldning, at de aldrig kunne lave denne forretning, fordi de ikke har et hjem der ser sådan ud.

Jeg hørte faktisk om en fyr der tjente en formue i MLM. Han havde et helt fantastisk hus men han købte en mindre lejlighed i nærheden til at lave møder fordi folk ikke kunne se sig selv få succes i forretningen, når de så hans enorme hus.

Det betyder ikke at du skal være sjusket. Gør dit hjem så rent som du kan – men gør ALDIG den fejltagelse ikke at invitere folk ind i dit hjem fordi du synes at dit hjem ikke ser godt nok ud.

Det overrasker mig altid når folk siger at de ikke kan invitere nogen hjem til dem for at lave en præsentation. Inviterer disse mennesker aldrig deres venner hjem?“ Jooh. men de er jo venner”, hører jeg disse mennesker indvende.

Jamen det er jo lige netop dem du skal invitere, så hvad er forskellen? Hjemme møder virker fordi de er intime, de koster næsten ingenting at holde, men først og fremmest er de kopierbare.

En ting du skal være opmærksom på er at ikke gøre mødet til en mulighed for at vise dine kokke evner. Så lad være at lave kager eller noget i den stil.

Faktisk, bør du ikke servere andet end vand. Jo mere du serverer, desto dyrere bliver det. Jo dyrere det ser ud, desto mindre har kunde emnet lyst til at gøre det. Undtagelsen der bekræfter reglen, er selvfølgelig hvis dine produkter er spiselige/drikkelige og du vil give en smagsprøve.

Of for resten, gem husdyr og børn væk. **“ååhh men mine dyr er så dejlige - alle elsker dem.”**

Ja, det er lige netop det der er problemet. Det har ikke noget med dyrene eller børnene at gøre - det drejer sig om de mennesker der er med til mødet. Hvis de har deres fokus på at kæle eller lege med dyrene eller børnene lægger de så mærke til hvad du siger? Nej stol på mig - jeg har prøvet det hele – gem dem af vejen eller få dem passet så længe mødet varer.

### **Faldgrube # 38. At være for kedelig.**

9 ud af 10 præsentationer er så kedelige at man får lyst til at sove eller løbe skrigende bort.

Hvordan gør man så en præsentation levende og underholdende? Først og fremmest skal du forstå at de fleste mennesker ikke kan holde koncentrationen på det samme emne i mere end nogle få minutter af gangen, så du må gøre noget ekstra for at skabe interaktion med dem og holde deres opmærksomhed på dig og dit budskab.

En nem og effektiv måde at gøre det på, er at stille masser af spørgsmål. At lave små øvelser som involverer publikum, kan også virke godt.

**Husk dette – det er altafgørende:** Folk vil ikke huske hvad du sagde til mødet og sikkert ikke engang hvad du gjorde? Men de vil huske 10 år fra nu af, hvordan du fik dem til at føle sig. Hvis du skaber en positiv følelsesmæssig oplevelse, vil de elske dig for det og de vil få lyst til at være med på dit team.

Så tal ikke kun om hvor godt dit firma er, men tal om ting der er vigtige for folk – deres problemer og bekymringer og drømme og hvordan dit firma kan hjælpe med at løse eller opfylde disse ting.

Start med at studere dem der er bedst til at præsentere i dit firma for at finde ud af hvad de gør og kig ikke kun på indholdet af det de gør, men læg mærke til hvordan de skaber forbindelse med publikummet og hvordan de bevæger dem. Det er det, der er virkeligt vigtigt.

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## **Kapitel 4: Personlig udvikling.**

Vigtigheden af personlig udvikling i Network Marketing kan ikke overvurderes, fordi dine begrænsninger, frygt, og tvivl vil vise sig i din forretning. I sidste ende vil din succes afhænge af dit forhold med dig selv og hvordan du ser dig selv.

Og husk at du kun bruger en forsvindende lille del af din indre styrke – du er i bogstaveligste forstand ubegrænset.

Hvad du er lige nu, er kun er skygge af dit potentiale. Put mere energi i at udvikle dig og din forretning vil vokse med dig.

**Din forretning vil kun vokse ligeså hurtigt som du gør.**

### **Faldgrube # 39. Ikke at have et skatte-kort.**

Et skatte-kort (også kaldet et visionboard) er simpelt hen en plakat, hvor du putter billeder, ord og fraser, der repræsenterer din vision af det perfekte liv for dig. D.v.s. hvordan dit liv vil se ud når du har nået dine mål. Dit sind arbejder i billeder så det er vigtigt for dit sind at hver dag se hvad det er du vil have så det kan hjælpe dig med at opnå det.

Der er masser af gode magasiner som for eksempel “Robb Report”, som du kan skære billeder ud af. Husk at ikke **kun** sætte billeder på der repræsenterer materiel velstand, men også noget der repræsenterer personlige kvaliteter, som f. eks integritet, stærkt lederskab, super kommunikator, venskab, velvære, sundhed fitness etc.

Du kan også putte ord og fraser der repræsenterer disse kvaliteter, f. eks “super coach ”, inspirerende træner, hurtig duplikator, en leders leder, den bedste mor, perfekt helbred etc.

En ting jeg lærte af min coach Peggy Long, er at putte billeder af de mennesker på mit team jeg coacher, sammen med deres mål på mit skatte-kort. Dette er en af de første ting jeg gør med en ny person og det har en dybtgående effekt på personen og på forholdet imellem os.

Skal du kun have 1 skatte kort? Selvfølgelig ikke. Dine visioner af hvad du vil opnå ændrer sig gennem livet og i takt med at du opnår dine mål på dit første skattekort kan du begynde at bygge nye.

En super aktivitet at lave med dit team er at invitere dem til en skatte-korts aften, hvor folk tager magasiner med til at klippe billeder ud af og til at bygge deres skatte kort.

Dette er en super måde at have noget sjov sammen og bygge forhold og team ånd.

### **Faldgrube # 40. Ikke at bruge en mål partner.**

En mål-partner er nogen der hjælper dig med at holde dig ansvarlig over for dine egne handlings planer og du hjælper dem med at gøre det samme.

Den sværeste del af at lave denne forretning er at holde dig selv ansvarlig over for dine handlings-planer, så det at have en mål partner er en fantastisk hjælp.

Find nogen i din upline, crossline eller downline og lav en aftale om at ringe til hinanden en gang om dagen for at checke hvad i har lavet.  
Hvis du ikke har en mål partner er det nemt at falde i ikke at overholde dine aftaler med dig selv og det er en vej der lynhurtigt leder ingen steder hen.

### **Faldgrube # 41. Ikke at omgive dig med succes-rige mennesker.**

Hver eneste bog jeg har læst om at få succes, taler om vigtigheden af at have et ”Mastermind team”. Et ”Mastermind team” er ganske enkelt en gruppe af succesrige mennesker som du kan få feedback, inspiration og input fra jævnligt.

Værdien af at omgive dig med succesrige mennesker er absolut uvurderligt. Hvis du ikke allerede gør det, kan du simpelthen ikke forestille hvor kraftfuldt en effekt det vil have på dig.

I begyndelsen føler du dig måske nervøs eller utilpas ved at være sammen med succesrige mennesker, men det skal du ikke tage så tungt - det er ganske normalt.

Du er den nye dreng/pige i klassen og det føles altid lidt ubehageligt. Jeg er sikker på at du kan huske et tidspunkt hvor du startede på et nyt arbejde og du vidste ikke rigtigt hvordan du skulle opføre dig eller behandle dine nye kolleger.

Denne situation er nøjagtig den samme – hvis du omgiver dig med dem et stykke tid vil du hurtigt blive en af vennerne. Husk bare ikke at prøve på at lyde smart fra begyndelsen eller at tale meget. Stil i stedet spørgsmål og lyt. Du vil lære mere af dem på den måde men du vil også vinde langt mere respekt.

Værdien af at have et mastermind team er ikke kun de teknikker og strategier du lærer fra dem, men måske vil du få endnu mere ud af at studere deres overbevisninger og attituder.

Nogen gange er værdien af at være sammen med rige mennesker, at du finder ud af at du er mindst ligeså god eller i hvert fald næsten ligeså god som dem.

Jeg har oplevet adskillige gange i mit liv at jeg mødt nogen der var super succesrig og blevet overrasket over hvor lidt forskel der var på dem og mig.

På en eller anden måde troede jeg at de var langt mere intelligente eller geniale, men de fleste gange har jeg erfaret at der ikke var den store forskel. Måske vidste de nogle få ting mere end mig, men de er som regel ikke mere intelligente.

Mange gange er det ikke så meget hvor meget man ved eller hvor dygtig man er der adskiller succes'erne fra fiaskoerne, men det er mere graden af hvor meget de markedsfører og sælger den viden og de evner de har.

Men du vil ikke lave et skift i dine overbevisninger indtil du oplever det selv, så gør det til en prioritet at opbygge et netværk af succesrige mennesker, som du ser jævnligt eller hvis det ikke er muligt, så i hvert fald taler med over telefonen.

I den ”normale” forretnings-verden kan det nogen gange være svært at møde succesrige mennesker, men i Network marketing er det bygget ind i systemet. Hvis ikke der er nogen succes-rige uplines i dit lokal område, så gør en indsats for at finde nogen længere væk som du kan mødes med.

Muligheden for at netværke og lære fra succesfulde mennesker er en af de bedste fordele måske endda den allerbedste fordel ved Network marketing. Hvis du ikke bruger denne mulighed smider du dit bedste redskab væk og ødelægger styrken i systemet.

Det er også af enorm værdi at møde mennesker der har succes **uden** for Network marketing.

Et af de bedste råd jeg kan give dig er at deltage i en forretnings reference klub ( også kaldet networking klub) som for eksempel BNI( [www.bni.com](http://www.bni.com) ), og starte med at lære gruppe lederen at kende eller nogen af de mest succesrige i klubben. Du vil opdage at de fleste af dem er åbne og villige til at dele deres erfaringer med dig og hjælpe dig med at få succes.

Et andet godt tip er at gå til en af de mest eksklusive restauranter eller cafeer hvor succesrige mennesker kommer. Studer dem og se hvordan de bevæger hvordan de går taler etc. Du kan lære meget af bare at observere dem og du vil begynde at føle dig mere tilpas blandt dem.

Hvis du kommer med jævne mellemrum til et bestemt sted, så vil de begynde at se dig som en af deres egne og måske vil du lære nogen af dem at kende. Dette vil være uvurderligt for dig.

### **Faldgrube # 42. Ikke at køre i din drømmebil.**

Et af de bedste succes-tips jeg lærte af David Ledoux var “tag ud og kør din drømmebil hver måned”. Dette er vigtigt af 2 årsager.

- 1) Det vil skabe langt mere motivation.
- 2) Du vil vænne dig til rigdom.

Det der skete den første gang jeg gik ud for at køre i min drømme var at følte mig nervøs og utilpas. Jeg følte det som om at menneskerne hos forhandleren kunne se lige igennem mig og at de tænkte “ “Den fyr kan da aldrig få råd til en BMW ”. Eller jeg frygtede at de havde en eller anden form for papirer jeg skulle udfylde omkring min indkomst og at jeg så blev nødt til at overdrive min daværende løn lidt, for at få lov til at tage en prøvetur.

Hvad denne oplevelse lærte mig var hvor vigtigt der er for dig at vænne dig til velstand hvis du vil være rig. Jeg var utilpas med RIGDOM og følte at jeg ikke hørte ”Hjemme” i det billede.

Det der er vigtigt er, at jeg ikke opdagede det før jeg var i situationen. Hvis du på et ubevidst plan føler dig utilpas med rigdom og succes, tror du så dit ubevidste sind vil støtte dig i at blive rig? Selvfølgelig ikke. Det vil forhindre dig i at blive rig.

For øvrigt – hvordan føltes det så da jeg sad i bilen og kørte den? Fantastisk! Følelsen var ubeskrivelig. Siden den gang har jeg gentaget oplevelsen adskillige gange og har det i dag godt med symboler på rigdom og rige mennesker.

Og det virkelig interessante er at jeg først blev succesrig EFTER at jeg blev vænnet til og havde det godt med symboler på succes og rigdom.

Den anden årsag til at gøre dette er ren motivation. Det vil give dig en motivation til at få den bil, fordi den følelsesmæssige oplevelse ved at gøre det er 100 gange stærkere end bare at se bilen på gaden. Din hjerne og nervesystem vil begynde at arbejde på at komme tilbage til den stærkt positive oplevelse igen. Du siger måske at biler ikke gør noget for dig, Men det er jo ligesom ikke pointen. Brug din kreativitet – Find noget der GØR noget for dig.

Gå for eksempel ud og bliv vist rundt i dyre villaer til salg eller se på sejlbåde. Gå ud og prøv dyre smykker eller sko eller hvad der nu motiverer dig. Jeg lover dig at det vil give en stærk indvirkning på din psyke. Gør det nok gange indtil du begynder at føle at det er normalt for dig. Når det begynder at blive normalt for dig vil det være langt nemmere at tiltrække i dit liv.

### **Faldgrube # 43. Ikke at tage ansvar.**

Når noget sker i dit liv kan du gøre en af to ting ; Du kan tage ansvar, eller du kan skyde skylden på nogen eller noget for at det skete.

Distributører skyder skylden på firmaet, priserne, uplines eller downlines, deres familier deres mangel på uddannelse deres mor og far og alt muligt andet. En af de ting der kendetegner ledere er at de tager ansvar, fordi de indser at det er den ENESTE måde at gøre noget. I det øjeblik du skyder skylden på noget uden for dig selv mister du din styrke.

Jeg lever efter denne regel:

***Jo mere ansvar du tager, desto mere vil du tjene.***

Jeg anbefaler på det kraftigste at du læser mere om det at tage ansvar. De fleste bøger om lederskab taler om at tage ansvar men der er specielt en bog jeg vil anbefale. Desværre ved jeg ikke om den er oversat til dansk, men den hedder "The one minute millionaire". Den har et kapitel om at tage ansvar der hedder: "**live life above the line**".

Indtil du læser noget mere om at tage ansvar så husk dette: Det er **ALTID DIT ANSVAR** og hvis du skyder skylden på noget eller nogen, vil du ikke få de resultater du ønsker.

### **Faldgrube # 44. At blive ledt af dine følelser og ikke dine beslutninger.**

Her er en af de vigtigste ting du nogensinde vil lære og det er af allerhøjeste nødvendighed at du koncentrerer dig om dette her. Det er noget der ikke kun vil påvirke din forretning, men hvert eneste aspekt i dit liv.

Lige nu kan du tage en beslutning der vil ændre dit liv øjeblikkeligt og for altid.

Hvad hvis du besluttede dig for at kontakte 5 nye mennesker om dagen 6 dage om ugen i de næste 4 måneder, uanset hvad? Hvad hvis du besluttede dig for at gå i trænings-centret og dyrke motion i en time mindst 4 gange om ugen? Hvad hvis du besluttede dig for at lære et nyt sprog?

#### **Hvordan ville disse beslutninger forandre dit liv?**

Vi tager alle beslutninger dagligt omkring mange ting, men for det meste træffer vi ikke disse beslutninger bevidst og baseret på hvad der er godt og dårligt for os.

En gang om året på den samme dag, træffer næsten alle en beslutning om at forandre deres liv, som de glemmer eller om-beslutter den næste dag/uge/måned. Hvilken dag tror du det er? Nytårs aften selvfølgelig. De fleste var godt nok under indflydelse af alkohol, men vi gør det alle sammen i løbet af året også. Hvad der sker nytårs aften og desværre også resten af året er at folk træffer beslutninger baseret på den følelsesmæssige tilstand i øjeblikket.

Så når de kommer til næste dag eller uge så føler de ikke på samme måde og pludseligt er det ikke ligeså bekvemmeligt at lave forandringerne eller det er for svært eller hvad der nu er grunden.

At blive "overtalt" af følelserne i øjeblikket er en kæmpe fejltagelse der kan lede til et liv med fiasko og ulykkelighed. Lad mig give dig et eksempel.

En person beslutter sig for at starte i Network marketing og bestemmer sig for at nu skal deres liv ændres og de skal have succes. De tager en beslutning om at tale med 50 mennesker om ugen - 10 nye mennesker om dagen fra i morgen.

Deres første dag i deres nye liv starter og da de kører hjem fra arbejde er de begejstrede, fordi de skal i gang med at skabe deres nye liv.

**MEN** først skal de jo lige checke deres e-mails. Og så siger de til dem selv at hvis de lige går en tur med hunden først ,så vil de have det bedre når de skal til at ringe.

Når de kommer tilbage skal de "bare LIGE" se hvad der er i fjernsynet i aften og utroligt nok er der en ny katastrofe et eller andet sted i verden, som du simpelthen bliver nødt til at se sammen med konen/manden/hunden.

Før du ved af det så er det ved at blive lidt halvt-sent at ringe til folk og så er første dag over, men "det er OK" siger du til dig selv. "Jeg vil indhente det forsømte i morgen. Jeg vil ringe til 15 mennesker om dagen de næste to dage."

Men det sker bare aldrig for der er altid noget der "haster" mere eller er mere bekvemmeligt og sikkert mindre skræmmende end at lave opkald (Som for eksempel at prøve at forbedre din uplines præsentations materialer).

Genkender du dette mønster? Jeg brugte det i årevis og jeg har mistet flere penge og gode oplevelser ved at gøre dette end jeg har lyst til at tænke på. Fordi jeg blev ledt af mine følelser i øjeblikket i stedet for af mine beslutninger.

Det der adskiller mennesker med succes fra mennesker med fiasko er at de succesrige laver faste beslutninger baseret på langsigtede fordele og ikke for at undgå ubehag eller opnå behag lige nu. OG de holder sig fast på deres beslutninger.

Mennesker der ikke opnår noget, træffer beslutninger baseret på hvad der føles godt eller dårligt lige nu og hvis de prøver at lave beslutninger der kunne gavne dem på langt sigt, så forandrer de dem ligeså hurtigt som de har lyst til det.

Indse at for at forandre dit liv vil der **ALTID** være situationer hvor du bliver nødt til at ofre det nemme eller behagelige i øjeblikket for at få langsigtede fordele.

Jeg ville aldrig have afsluttet denne bog på en måned, hvis jeg var blevet styret af mine følelser. Så ville jeg have gået tur på stranden med min hund eller gået i bjergene. Lige nu mens jeg skriver disse ord er jeg træt af at sidde foran computeren , men jeg har lavet en beslutning om at i dag skal jeg afslutte denne bog.

For at holde dig i form og have de langsigtede fordele af at have et godt helbred og være attraktiv så bliver du nødt til at træne fysisk selv om du måske ikke har lyst til det. For at være succesrig og blive rig i Network Marketing, bliver du nødt til at snakke med kunde-emner og lave præsentationer selv om du er bange for at gøre det og du ikke har lyst.

Det er ligeegyldigt hvilket aspekt af dit liv vi snakker om, så må du ALTID ofre det nemme og behagelige for at få de virkelig gode ting i livet.

**Så hold dig til dine commitments, uanset hvad, indtil hvad du vil have er opnået.**

### **Faldgrube #45. Ikke at tage initiativ - ikke at være proaktiv.**

Hvad gør ledere? Tager de initiativ konstant? Hvis de gør det, så må du gøre det. Tager du initiativ til at skabe træninger og møder i dit lokal område? Laver du konference opkald etc.

Bare fordi dine uplines ikke laver noget er ikke en undskyldning for dig, til at sætte dig ned på din flade og vente på dem. Ring til nogen af dem og fortæl at du gerne vil tage initiativ til at starte noget op og spørg dem hvilken hjælp du kan forvente fra dem. Det vil vække nogen af dem op og måske sidder de bare og venter på sådan en som dig der gider tage initiativ.

Hvis ikke du kan finde nogen uplines, ja så bliver du nødt til at gøre det selv. Eller vil du være en af de millioner af distributører der sidder og tuder” Ååhh jeg får aldrig noget hjælp fra mine uplines – derfor får jeg ikke nogen succes”. Nej det er ikke derfor de ikke har succes. Folk får ikke succes fordi de ikke tager initiativ – DERFOR.

Så gør noget - Få det til at ske uanset hvad.

### **Faldgrube # 46. At se på din fortid for at spå om din fremtid.**

Din fortid påvirker ikke din fremtid – kun hvis du tillader den at gøre det. Jeg kan ikke holde styr på alle de mennesker jeg har mødt, som har forandret deres liv på ganske kort tid. Mange af dem har haft kæmpet i lang tid og har været lige ved at give op.

Bare fordi du har været en total fiasko indtil nu betyder ikke at du ikke kan forandre dig og blive en succes i næste uge. Jeg var en totalt fiasko i 12 år, men jeg fortsatte med at gå fremad og lære konstant. Det var simpelthen ikke muligt for mig at lade alle skeptikerne og dem der havde sagt det ikke kunne lade sig gøre, vinde.

Giv ikke op endnu – du er tættere på at finde guldet end nu regner med og husk at vi har brug for dig i herude – verden har behov for ledere som dig, der aldrig vil give op når de finder den rigtige sag, så bliv ved med at gå fremad. Du er på rette spor.

### **Faldgrube # 47. At miste modet når folk holder op.**

Det er et faktum at folk giver op i Network Marketing. Undersøgelser viser at 80-95 % holder op med at lave forretningen indenfor det første år.

Når du ved det behøver du ikke at blive nedtrykt når folk giver op - omfavn i stedet det. Tegn flere mennesker op og sid ikke og vent på at de bliver din næste stjerne. Bare fortsæt med at tegne folk op og arbejd i dybden med dem der virkelig viser commitment til at lave noget.

Husk at alt efter hvilken bonus plan du har, så har du kun behov for 2-4 gode mennesker for at være finansielt sikker for livet.

Indse også at du er stadig i en indlæringsproces og de første mennesker du tegner op er måske ikke så gode som du havde regnet med. Bare fordi de første 10 droppede ud betyder ikke at de næste 10 vil.

Indse at du udvikler dig og er ved at blive en leder, som vil starte med at tiltrække committede mennesker af en højere kvalitet, så fortsæt med at gå fremad.

### **Faldgrube # 48. At være for stolt til at indrømme at du sidder fast eller at spørge om hjælp.**

Det mærkeligste er at folk har ikke det mindste imod at ringe eller e-maile dig og spørge om hvor de kan finde noget information som de sagtens kunne have fundet selv, hvis de gad at kigge efter.

Men når det virkelig gælder og de har brug for hjælp ringer de sjældent. Hvad mener jeg med "når det virkelig gælder". Det er f.eks. når du føler at du sidder fast, når du er nervøs eller du har lyst til at give op.

Der var en person i min downline der virkelig forstod dette koncept da jeg fortalte ham; "når du sidder fast så ring efter hjælp. En dag ringede han fra hans bank og sagde " jeg står i en kø her i banken og jeg ville gerne snakke med menneskerne i køen men jeg tør ikke - jeg ved ikke hvad jeg skal sige. Jeg gik det hele igennem med ham og hjalp ham med at få overvundet nervøsiteten.

Hvad skete der med ham? Han blev ved med at ringe når han sad fast og han opnåede finansiell frihed på 6 måneder. Det betaler sig at spørge efter hjælp når det virkelig gælder.

Hvornår gælder det virkelig? Tommelfinger reglen er at det er når du er nervøs, bange har det ubehageligt, eller hvad som helst der forhindrer dig i at gå i aktion. Normalt når det drejer sig om at tale med mennesker, at lave præsentationer eller at lede din downline.

**Føl dig aldrig for stor eller for lille til at indrømme at du sidder fast og har brug for hjælp.**

### **Faldgrube # 49. Ikke at have en coach.**

At have den rigtige coach kan være en af de mest styrkende oplevelser du nogensinde vil få. Da jeg fandt den rigtige coach for mig, transformerede jeg mit liv på 2 måneder. Det er ikke nødvendigvis nok at have kun 1 coach og måske bliver du nødt til at se uden for dit eget netværk for at finde den rigtige.

Men du bliver nødt til at have en coach. At tro at du kan finde løsningerne selv vil komme til at koste dig en bondegård – nogen gange kan du selv, men det tager ALTID meget længere tid når du gør det på egen hånd. At have den rigtige coach vil skære år eller årtier af din indlæringskurve. Så hvordan finder du den rigtige?

Først anbefaler jeg at du laver en liste over dine svagheder og de ting du har behov for at lære for at blive en mester i MLM og nå toppen. Begynd så derefter at spørge dine kolleger og uplines hvem der er ekspert på de områder. Fortsæt opad i din organisation og bliv indtil du

finder den rigtige. Hvis ikke du finder den rigtige coach blandt dine uplines så spørg dem evt om de kender nogen professionelle MLM coaches.

Ring så til disse coaches og interview dem uden at afsløre de specifikke ekspertise områder du søger. Spørg dem hvad de specialiserer sig i og hvad der gør dem anderledes end andre coaches. Så anbefaler jeg at du vælger den du **føler** dig bedst tilpas med, men husk også at se på deres resultater i Network marketing.

Der findes masser af coaches der enten aldrig har været i Network marketing eller som ikke har arbejdet med det i årtier og hvis du spørger mig er det ikke de rigtige at vælge.

### **Faldgrube # 50. Ikke at få feedback.**

Du kan ikke lære denne forretning af dig selv i et vakuum. Du bliver nødt til at få konstant feedback om hvad du gør. For at få feedback af en høj kvalitet, bliver du nødt til at arbejde sammen med nogen der virkelig ved hvad de laver.

Sørg for at du har en upline der kan give dig feedback mindst de første 5-10 gange du laver en præsentation. Når du taler med kunde-emner over telefonen så få din upline til at lytte til dig og give feedback bagefter. Hvis du gør dette vil du lære enormt meget hurtigere end dine kolleger. En ting der er vigtig omkring feedback er at det skal komme fra de rigtige mennesker.

Vær ekstremt på vagt overfor at tage imod feedback fra downlines. Tidligt i min karriere gjorde jeg den fejltagelse at tage imod råd fra downlines som syntes at min presentation var for lang og kedelig. Optegnings procenten var afsindigt høj, men fordi jeg var meget uerfaren fulgte jeg deres råd og ændrede presentationen. Det slog forretningen ihjel og jeg var aldrig istand til at vende det om igen.

Lyt med respekt til dit teams ideer og anbefalinger, men hvis du har nogen som helst tvivl om at hvad de siger er rigtigt, så ring til en upline med en kæmpe organisation og spørg dem hvad de vil anbefale i denne situation.

**Tip:** Optag dig selv når du laver opkald. Lyt derefter til dig selv og send optagelsen til din upline eller coach for at få dem til at give dig feedback. Jeg læste om dette tip i Joe Rubino's bog "Been there done that", og han siger at han har **aldrig** haft nogen der har brugt denne teknik som ikke er gået til tops. Jeg bruger det selv og anbefaler det på det kraftigste.

### **Faldgrube # 51. Ikke at uddanne dig selv konstant.**

Det øjeblik du tror du ved det hele, er det øjeblik din indlærings-evne stopper. Jeg lytter konstant til bånd, læser bøger, går på kurser og bliver coachet af de bedste. Jeg bruger faktisk flere penge på personlig og faglig udvikling end på min husleje.

Ofte siger folk når de høre mig sige dette" Selv følgelig kan du gøre det Patrick: " du har masser af tid, du har tids-frihed og ikke en familie du skal bruge tid på".

Her er faktum: Da jeg **ikke** havde tids-frihed og da jeg **havde** en familie, lyttede jeg til flere bånd og læste flere bøger end jeg gør idag, fordi jeg var mere sulten for at få succes og mere motiveret til at ændre mit liv. At have travlt bør ikke blive brugt som en undskyldning til at ikke at studere, det bør bruges som ÅRSAG til at studere. Hvis denne undskyldning stopper dig, **vil hvilken som helst undskyldning stoppe dig på din vej til succes.**

Du kan kun have ENTEN undskyldninger **eller** resultater – ikke begge to på samme tid. **Start med at tag dig tid.** (men kun hvis dine drømme er vigtige selvfølgelig. Ellers bliv ved med at gøre det samme)

Her er et par ideer til at få dig startet. Hvordan kommer du på arbejde? I bil ?? Lyt til audio training på vej til arbejde og hjem. Offentlig transport? Få en walkman, mp3 spiller eller cd spiller og lyt til træning på vej frem og tilbage.

Gør det til en vane og du vil snart begynde at opdage en forskel i dig selv og de resultater du får.

### **Faldgrube # 52. At beklage dig.**

Folk der brokker og beklager sig hele tiden er ikke attraktive – Så du vil ikke tiltrække en masse mennesker ved at brokke dig.

Jeg hører tit folk beklage sig over deres firma, priserne bonus planen, andre mennesker, vejret, regeringen og over næsten hvadsomhelst. Det er ligesom om at de ikke ved hvad de skal sige og de føler at de skal sige et eller andet så de beklager sig over noget fordi de er vant til det. Indse at denne adfærd vil skræmme succes-mindede positive mennesker væk. Arbejd så meget på at forbedre dig selv at du ikke har tid til at klage over andre mennesker eller omstændighederne.

Og husk at dit firma og menneskerne i det ikke er perfekte. **GET OVER IT!!!**

Lav et stærkt commitment til din forretning og dit firma i tykt og i tyndt. Og vælg at være en positiv person.

### **Faldgrube # 53. Ikke at bruge din tid effektivt.**

Vi har alle sammen 24 timer om dagen til at bruge på hvilken som helst måde du vælger. Nogen mennesker siger at de aldrig har tid til noget, men min erfaring siger mig at det har mere noget at gøre med hvor vigtigt noget er, og hvordan du styrer dig selv.

For at få mere tid til at gøre det der kan forandre dit liv, er det nødvendigt at du bliver mere bevidst om hvad du bruger din tid til

Der er 4 grundlæggende forskellige ting vi kan bruge vores tid på.

- 1. Ting der er vigtige og som haster.**
- 2. Ting der ikke er vigtige og som haster.**
- 3. Ting der er vigtige og som ikke haster.**
- 4. Ting der ikke er vigtige og som ikke haster.**

	Ikke Vigtigt	Vigtigt
Haster	1 Haster Ikke Vigtigt	2 Haster Vigtigt
Haster Ikke	3 Haster Ikke Ikke Vigtigt	4 Haster Ikke Vigtigt

### **Kvadrant 1: Haster - ikke vigtigt.**

Ting som kræver din opmærksomhed lige nu, men som ikke vil forøge din livskvalitet eller flytte dig tættere på dine mål. Ting som ikke gør en forskel.

#### **Eksempler:**

Telefonen ringer og det er din ven eller mor der ringer for at høre hvordan det går – Før du ved af det har du brugt 45 minutter på at tale om ingenting. Du hører lyden fra din computer at du har en ny e-mail og du løber over for at se hvad det er.

### **Kvadrant 2: Vigtigt – haster.**

Disse ting er noget som man bliver nødt til at handle på lige nu for ikke at miste noget eller for at undgå at tingene bliver værre.

#### **Eksempler:**

- >> Din computer får en virus.
- >> Bremserne på din bil går i stykker.
- >> Du er på den sidste dag i måneden eller din forretnings periode og du bliver nødt til at lægge en ordre ind i sidste øjeblik for at kvalificere dig til din bonus.
- >> Du bliver syg p.g.a af stress og bliver nødt til at tage fri fra arbejde.
- >> Der er ild i dit hus og du bliver nødt til at slukke branden.
- >> Du er i den sidste uge i en konkurrence periode hvor du kan vinde en rejse fra dit firma. Du mangler 50% af pointene – du går lige pludselig amok for at få pointene i hus.

Det er ting som for det meste kunne værre undgået hvis du havde brugt mere tid i kvadrant nummer 4. Samtidig skaber det stress at være i denne kvadrant.

### **Kvadrant 3: Haster Ikke - Ikke Vigtigt.**

Ganske enkelt ting som du bør stoppe med. Hvis det ikke er vigtigt så lad være at gøre det.

#### **Eksempler:**

- >> Se TV, lytte på radioen.
- >> Tale om din dumme chef eller svigermor.
- >> Slå tiden ihjel, kigge lige ud i luften, bekymre dig, tale med venner eller kolleger om hvad der var i fjernsynet i går eller hvad der kommer i aften.

### **Kvadrant 4: Vigtigt - haster ikke.**

Det er ting som du ikke nødvendigvis behøver at gøre lige nu, men som vil forbedre dit liv eller forhindre at tingene går galt senere.

#### **Eksempler:**

- >> Fysisk træning .
- >> Lære et nyt sprog eller en ny færdighed.
- >> Bruge tid på at styrke dit forhold med din kone/mand/børn. >> Investeringer.
- >> Tale med nye kunde-emner hver dag.
- >> Opdatere din virus beskyttelse på din computer.
- >> Børste tænder.
- >> Spise sundt.

For at blive bedre til at styre din tid effektivt og være stress fri det meste af tiden så spørg dig selv konstant:

**”Hvad er den mest effektive måde at bruge min tid på lige nu?”** (I denne forretning bør svaret det meste af tiden være ”Prospecting, Prospecting og Prospecting)

### **Pas på energi slugere.**

Pas også på papir bjergene på dit skrivebord og for mange e-mails i din inbox. De er energi-slugere. Jo større dyngerne er desto mere energi sluger de.

Her er et enkelt og effektivt system til at få styr på papir arbejde, e-mails og andre ting som jeg lærte af min coach Peggy Long.

Det hedder RADS og er et akronym der står for:

**Reager, Arkiver, Deleger, Smid ud**

**Reager:** Klar opgaven NU. Få det klaret nu så du ikke behøver at kigge på det igen.

**Arkiver:** Arkiver det du ikke har brug for nu, men måske for brug for senere.

**Deleger:** Giv opgaven videre til en anden.

**Smid ud:** Slet eller smid det ud. Hvis det har ligget på dit skrivebord eller siddet i din indbox i 5 måneder har du sikkert ikke brug for det.

## **Faldgrube # 54. Ikke at stille dig selv de rigtige spørgsmål.**

Hvad er det der adskiller dig fra mig? Forskellen på os og en milliardær er i virkeligheden kun vores tanker. Tanker skaber følelser, følelser styrer vores handlinger og handlinger skaber resultater. Så hvis du vil forandre dit liv så SKAL du ændre dine tanker, men hvordan kontrollerer du og styrer dine tanker?

Spørgsmål er løsningen. Spørgsmål styrer vores tanker og tænkning er simpelthen en process hvor du stiller og besvarer spørgsmål.

Vi stiller os selv alle mulige slags spørgsmål konstant. Desværre foregår det mest på ubevidst plan og derfor er vi også ubevidst om de resultater vores spørgsmål producerer.

Lad mig give dig et par eksempler på spørgsmål nogen mennesker stiller dem selv:

- >> Har jeg lyst til at gå til mødet i aften?
- >> Har jeg lyst til at ringe til kunde emner lige nu?
- >> Hvad mon de tænker om mig?
- >> Hvad har jeg lyst til at gøre lige nu?
- >> Kan jeg virkelig gøre det her?
- >> Er jeg god nok ?

Genkendte du nogen af dem? Svarene på vores vanemæssige spørgsmål vil være baseret på 2 ting.

1) Den mentale tilstand du er i nu. 2) Din programmering.

Da din sindstilstande ændre sig hele tiden og da din programmering kun har bragt dig til hvor du er nu, kan du ikke lade dig lede af dine sindstilstande og programmering for at få dig til et andet sted end der hvor du er.

Du bliver nødt til at vælge dine spørgsmål bevidst og med mere omhu. Når du ændrer dine spørgsmål vil du forandre dine tanker og dermed dit liv.

Lad mig vise dig et par spørgsmål som er bevidst designet til at producere et positivt resultat i stedet for spørgsmålene ovenover som for det meste kommer fra en ubevidst programmering.

- >> Vil det bringe mig tættere på mine mål hvis jeg går til mødet i aften?
- >> Vil jeg bevæge mig i retning af mine mål hvis jeg ringer til nogen kundeemner nu?
- >> Hvad kan jeg gøre lige nu der vil forbedre mit liv?
- >> Hvordan kan jeg bliver bedre til dette?
- >> Er der nogen andre der har gjort dette og helt nøjagtigt hvordan gjorde de det?
- >> Hvordan kan jeg konstant forbedre mig og er jeg villig til at committe mig til det?

Kan du se at du vil få en helt anden slags svar når du ændrer dine spørgsmål?

I biblen står der **”spørg og du skal få”**. Hvis det er sandt, hvorfor så ikke spørge efter det bedste. Stol på mig – når du spørger efter mere af dig selv og omverdenen, vil du få det. Hvis du ingenting spørger efter vil du også få det.

## **Faldgrube # 55. Ikke at have en “sag” der er større end dig selv.**

Bare at arbejde for penge for din egen skyld, inspirerer dig måske ikke til at udvikle dig og gøre store ting. Find en sag der vil få dig til at gøre mere og tænke større.

Mange mennesker har et problem med at være rig – de ser rige mennesker som selviske og grådige, måske endda onde. Penge er ikke onde – Det er bare papir. Kun mennesker kan være onde. Onde mennesker med flere penge kan gøre mere ondt, mens gode mennesker kan gøre mere godt med flere penge.

Jeg ser det som selvisk at være fattig. Hvorfor - jo tænk lige engang over dette.

Hvor mange gode gerninger kan du gøre i verden hvis du selv skal kæmpe for at holde skindet på næsen? Når du kommer træt hjem fra arbejde hvor meget overskud har du så til at gøre en forskel i verden?

At gøre en forskel er nemmere når du har masser af penge. Så stop med at lytte til dine egne undskyldninger og kom i gang med at blive rig så du kan gøre en forskel.

Vi har brug for flere rige indflydelses-rige mennesker med hjertet på det rigtige sted, der arbejder på at skabe positive forandringer.

Tro på mig, verden har brug for dig.

## **Faldgrube 56 #. At behandle folk som du selv vil behandles.**

HVAD?? Ja du læste rigtigt – jeg anbefaler ikke, at du behandler folk som du selv vil behandles.

Hvorfor? Fordi alle mennesker ikke er ligesom dig og nogen menneskerr ønsker ikke at blive behandlet ligesom dig. Reglen burde istedet for hedde;

**”Behandl folk som DE ønsker at blive behandlet.”**

Så hvordan ved du hvordan folk vil behandles? Det kan du kun finde ud af det ved at stille spørgsmål, men de fleste mennesker har for travlt med at snakke om dem selv eller at imponere andre, til at være interesseret i hvad andre mennesker siger – dette er selvfølgelig en af de største fejl du kan begå. Stil spørgsmål indtil du er rød i fjæset.

Mennesker der betragtes som de bedste kommunikatorer er ALTID mestre i at stille spørgsmål.  
**HUSK: Spørg og du skal få.**

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## **Kapitel 5: Lederskabs udvikling og duplikering.**

Network marketing drejer sig i sidste ende om at tiltrække og udvikle ledere. Distributører kommer og går, men ledere hænger ved og du behøver typisk kun (afhængig af din Kompensations plan) 3-4 virkelige ledere for at blive finansielt fri for livet.

De fleste MLM distributører forstår ikke hvad lederskab drejer sig om hvordan man bliver en leder og i særdeleshed hvordan man bygger ledere.

Her er nogen af de allermest skadende fejltagelser de fleste laver, når det drejer sig om lederskab.

### **Faldgrube # 57. Ikke at kende din downlines drømme.**

Hvis ikke du kender din downlines drømme hvordan kan du så inspirere dem? Hvis ikke du kender hvor mange penge de vil tjene, hvordan kan du så hjælpe med at indfri deres forventninger. En af de første ting jeg gør med en ny person er at lære hvad der er virkelig vigtigt for dem og hvorfor de vælger at lave denne forretning - uden den viden famler jeg blot rundt i blinde.

En anden årsag til at det er nødvendigt at vide dette er at i den process hvor du lærer om deres mål og drømme hjælper du dem med at opdage hvad der er vigtigt og at få vækket deres drømme til live. Hvis du bare overlader det til dem selv så får de måske aldrig klargjort hvad de virkelig vil og hvis de ikke ved hvorfor de laver denne forretning, er det meget let at give op når der er udfordringer.

### **Faldgrube # 58. Ikke at arbejde i dybden.**

Der findes et udtryk om en bestemt adfærd i network marketing. Det er den adfærd at tegne en masse mennesker op og derefter mere eller mindre overlade dem til dem selv. Det kaldes for: **"At kaste mudder på væggen og se hvor meget af det der bliver siddende"**.

Denne adfærd vil næsten altid skabe udbrændthed og virker sjældent. Det virker kun hvis de mennesker som kaster mudder på væggen er heldig nok til at finde nogen få ledere som bliver hængende på væggen (dvs de mennesker der kan lave forretningen uden support)

Baser ikke din forretning på held . Stort set alle kan blive udviklet til ledere hvis de er committede og hvis de får den rigtige træning .

Når du har tegnet nogen op og du har klargjort at de fortjener din support, så arbejd tæt med dem og deres folk. Sørg for at lave opkald og præsentationer med dem bliv ved med at gå dybere og dybere indtil du finder en virkelig leder der stiger til toppen og får det ben til at vokse og duplikere af sig selv.

Mange gang vil det ikke være nogen du selv har signet op men måske nogen i din 5. generation eller 25. generation. Uanset hvor de er, så support dem.

Når du ser nogen der har tegnet nogen op så giv dem et ring og introducer dig selv og tilbyd din hjælp. Folk har langt mindre tendens til at holde op med forretningen hvis de har nogen under sig, så du vil have langt større sikkerhed i en dyb organisation end en flad.

Husk at denne forretning mere end noget andet drejer sig om lederskabs-udvikling. Hvis du finder/udvikler 3-4 gode ledere, vil du kunne pensioneres rig.

### **Faldgrube # 59. Ikke at give nok anerkendelse og ros.**

Anerkendelse er mere værd end penge og det koster ikke noget at give. Folk arbejder for penge, men de vil dø for anerkendelse. De fleste får ikke nok anerkendelse i deres normale job, dette kan du bruge til at tiltrække mennesker og få dem til at holde ved indtil de tjener seriøse penge.

Så brug hver en mulighed for at give anerkendelse og ros – og gør det ikke kun offentligt. Mange gange har det en endnu stærkere effekt, hvis du gør det på tommands-hånd.

### **Faldgrube # 60. At arbejde med folk der har brug for din hjælp i stedet for dem der fortjener det.**

Der er mange mennesker der har brug for din hjælp, men desværre er der kun få der fortjener det. Du bliver nødt til at holde øje med de mennesker der kun har behov for dig, for de vil stjæle din tid og endnu værre - din energi.

Indse at du arbejder gratis for dine folk i din organisation. Når du arbejder gratis for dine folk bliver du nødt til vælge de rigtige mennesker at investere din tid og energi på. Så hvordan ved du hvem der fortjener din tid?

Jeg bruger 2 kriterier for at finde ud af det.

- 1) Arbejder de med forretningen? Dvs taler de med nye mennesker hver uge og har de en plan som de arbejder systematisk på for at opnå klart definerede mål.
- 2) Holder de deres ord og aftaler.

Jeg vil anbefale at du giver dem et par nemme opgaver i starten for at se om de overholder aftalerne med dig.

Hvis de ikke overholder aftalerne så mind dem om at du arbejder *gratis* med mennesker som er seriøse og holder deres ord. Spørg om de er villige til at følge disse simple regler i fremtiden. Hvis folk ikke laver forretningen og overholder aftaler, er det sikkert en langt bedre investering af din tid at se efter nogen der vil, i stedet for at prøve at forandre nogen der ikke vil.

### **Faldgrube # 61. Ikke at bede efter commitments fra din downline.**

Hvis du ikke får et udsagn fra dine folk om klare aftaler og om at de vil binde sig (committe) til de aftaler du har med dem, vil du opleve tonsvis af frustration og forventninger der ikke bliver indfriet. Min erfaring er, at hvis du ikke har faste aftaler og commitments så sker der som regel ikke ret meget.

Så når folk siger ”Jeg kommer til mødet” kan du sige til dem ”Er du committed til det?”

Når de siger: ”Jeg kommer til konferencen” kan du sige ”Er du committed til det?”

Når de siger: ”Jeg vil tale med 5 mennesker om ugen” kan du sige ”Er det et committment?”

Lad dem beslutte sig for hvad de vil committe sig til, men hold dem ansvarlige til deres commitment.

Lær dem at der kun er 2 ting der vil bygge deres drømme: 1)Valg og 2) Commitment

### **Faldgrube # 62. Ikke at møde dit team jævnligt.**

Du bør møde dit team mindst en gang om måneden. **Jeg anbefaler en månedlig træning, men du bør også have sociale events hvor i laver sjov og dreambuilding.**

Dreambuilding er hvor i for eksempel går ud og kigger på og prøvekører dyre biler, sejlbåde og andet der kan få gang i motivationen og drømmene.

Hvis du ikke møder dit team jævnligt, vil der ikke være nogen team spirit og uden team spirit er det nemt for folk at falde fra. At have det sjovt og have et stærkt sammenhold vil holde folk i forretningen i lang tid selv hvis de ikke tjener nogen store penge. Tænk på hvor mange ting folk betaler for, for at have det sjovt. Så ved at skabe et sjovt miljø, vil du tiltrække folk og få dem til at være i forretningen lang tid nok til at de starter med at tjene gode penge.

### **Faldgrube # 63. Ikke at bruge præmier .**

Præmier/konkurrencer kan være en super måde at sætte ekstra skub i væksten. Der er folk i min organisation, der vil gøre næsten hvad som helst for at vinde konkurrencerne.

Jeg har erfaret at konkurrencerne virker bedst, hvis der er mulighed for at de fleste at vinde dem. Hvis det kun er den der tegner flest op indenfor en særlig periode der vinder, stopper det de fleste fra at prøve fordi de allerede ”ved”(tror) at de ikke vil vinde alligevel.

Hvis du siger at du ikke har råd til at starte en konkurrence så tager du fejl? Det er altid muligt at komme med en løsning. Hvis du ikke selv kan finde en, så ring til dine uplines og spørg dem og de kan give nogen ideer. Måske vil de endda være med til at sponsorere konkurrencen.

### **Faldgrube # 64: Ikke at stile målrettet mod det magiske nummer 2000.**

Undersøgelser har vist at hvis folk tjener omkring 2000 om måneden vil de blive ved med forretningen.

Skab en plan for dine folk for at få dem til at tjene 2000 om måneden så hurtigt som muligt. Når de når dertil, så få dem til at hjælpe deres folk med at gøre det samme.

### **Faldgrube # 65. At gå i “management tilstand”!**

Når du bygger en stor gruppe er det nogen gange en fristelse at gå i management tilstand.

Når man er i denne tilstand bruger man for meget tid til at overse træninger, skabe træninger, opfinde nye systemer, præsentationer, pleje sine folk for meget etc. Det vil føles som om du har en masse aktivitet, men mange gange vil det at være i management tilstand resultere i negative vækst.

Selv med en stor gruppe bliver du nødt til at fokusere det meste af din tid på at finde kunder og at lave presentationer, og finde de mennesker du kan opbygge til ledere så du ikke behøver at pleje dem.

Nogen mennesker går i management-tilstand, selv uden en stor downline. Dette er typisk fordi de er bange for at tale med mennesker.

Uanset hvad årsag du har for at gå i management tilstand, bliver du nødt til at skifte og være i opbygnings-fasen. Dette er hvor du fokuserer på at finde kunder og præsentere produkterne og forretnings muligheden og bliver ved med at tilføre nye mennesker til din downline konstant. Dette er hvor du bør være 80 % af tiden.

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## Kapitel 6: Diverse

Denne kategori er de fejl som jeg simpelthen ikke kunne finde en kategori på eller hvor der var for få til at lave en kategori for sig selv. Dette gør dem ikke mindre vigtige.

### Faldgrube # 66. Kun at se på dine egne resultater?

Denne fejl passer nok mest på helse og hudpleje firmaer. De fleste folk siger ” lad os prøve og se om produkterne virker på mig - hvis det virker på mig så vil jeg virkelig gøre det.”

Hvad hvis du ikke fik nogen særlige resultater - betyder det at det ikke virker for nogen andre? Hvad hvis nogen i din by fik super resultater? Hvad nu hvis din nabo eller chef fik resultater? Eller hvad hvis din partner, børn eller forældre fik resultater, ville du så være overbevist? Hvor mange mennesker ud over dig selv, skal du se det virke på for at du får den overbevisning der skal til?

Pointen som jeg forsøger at lave her er at et kosttilskud, velvære produkter eller hudpleje produkter vil aldrig virke på 100 procent. (og selv om det virkede på 100 % kan du være sikker at der er nogen af kunderne der ikke bruger produktet på den rigtige måde eller jævnlige nok) Men hvad hvis det virker på 87 og du ikke er en af dem? Ville det gøre det til et dårligt produkt og en dårlig forretning? Selvfølgelig ikke - det ville være et super produkt og en fantastisk forretnings mulighed.

Da jeg lavede mine undersøgelser af det firma jeg arbejder med, så jeg at produkterne havde så dramatisk en effekt at på folks liv at jeg ikke rigtigt bekymrede mig om mine egne resultater. Når alt kommer til alt, synes du at det ville være rimeligt at jeg kun fokuserede på hvad der var vigtigt for mig??

Lav nogen seriøse undersøgelser af de resultater produkterne giver og hvor tilfredse kunderne er. Kun derefter kan du lave en informeret beslutning. Og se ikke kun på hvad det kan gøre for dig - fokuser på hvor mange mennesker du kan hjælpe eller gøre en forskel for.

OG selvfølgelig hjælper det at have gode resultater selv, men det du virkelig har brug for er en stærk overbevisning at dine produkter kan hjælpe andre mennesker og du kan også få den tro ved at tale med nok mennesker der har haft gode resultater.

Når vi snakker om forretning er det også en fejl kun at kigge på dine egne forretnings resultater. Jeg hører tit folk sige ” Jaaah jeg prøvede det et par måneder (eller uger) og det virkede ikke”. Normalt kigger disse mennesker kun på deres egen manglende resultater. Hvis du aldrig har været succesrig i dit liv, hvorfor så kigge på dine egne resultater for at beslutte om det er en god forretning eller ej?

Brug noget tid med de mest succesrige mennesker i dit firma og bliv coachet af dem. Interview så mange af dem som muligt og kig på deres resultater. Jeg vil fortælle dig det her direkte og du vil måske ikke lide hvad jeg har at sige, men stol på mig: **Hvis du aldrig har været succesrig, så ved topledere i dit firma mere om succes end du gør. Lyt til dem og følg deres råd og det vil gå dig rigtigt godt.**

## **Faldgrube #67. Ikke at behandle det som en forretning**

Hvis du behandler din forretning som en forretning vil du tjene mange penge. Hvis du behandler det som en hobby - tjaaa man tjener jo ikke nogen penge på hobbyer - de koster penge.

De fleste behandler deres Network marketing forretning som en hobby, selv om de tror de er professionelle. Her er et par eksempler på adfærd der afspejler hobby mentalitet og professional mentalitet.

### **Hobby mentalitet mennesker:**

- >> Kommer til møderne når de har lyst til dit.
- >> Studerer ikke dagligt eller studerer slet ikke.
- >> Vil "prøve" at se om det vil virke.
- >> Bruger produkterne engang imellem eller bruger det mindst muligt antal produkter.
- >> Taler med mennesker om produkter/forretningen når de har lyst eller når emnet tilfældigvis kommer op i en samtale.
- >> Har ikke en handlingsplan eller laver en masse planer og udfører dem aldrig.
- >> Giver op når det bliver hårdt eller når noget ikke er perfekt.

### **Forretnings Mentalitet mennesker:**

- >> Investerer i dem selv og forretningen..
- >> Har en eller flere coaches der er væsentligt mere succesrige end de er.
- >> Læser nyhedsbreve og abonnerer på branche magasiner.
- >> Bruger tid og penge på personlig udvikling.
- >> Er til møder, træninger og konference opkald hver eneste gang det er menneskeligt muligt.
- >> Er til nationale og regionale træninger hver gang.
- >> Har altid marketing materialer på dem hver gang de går uden for en dør og de taler med mennesker dagligt eller i det mindste ugentligt.
- >> Køber bøger og audio træninger og studere dagligt.
- >> Er Committede til at nå toppen uanset hvad.

Hvis du skulle sætte et kryds ud for hvor du er, i hvilken sektion ville du så have flest krydser? Hvis du har de fleste ud for hobby mentalitet, så indse at du bliver nødt til at forandre dig for at komme til de store penge.

Behandl det som en forretning - du sidder på en guldmine større end du kan forestille dig, men du finder kun guld det hvis du opfører dig professionelt. Studer de professionelle og gør nøjagtigt som dem.

## **Faldgrube # 68. At ikke bruge en Kontakt manager**

Brug en kontakt manager (Som f.eks Outlook ). Det vil spare dig masser af tid og hjælpe dig med at holde styr på dine på aftaler, hvornår du skal følge op etc. Det er et uvurderligt redskab.

Du siger måske: " Men jeg har ikke behov for det, jeg har ikke så mange mennesker I min gruppe nu". Det er ikke ligesom pointen. Pointen er om du planlægger at have en stor gruppe. Hvis svaret er JA, Så har du behov for en kontakt manager.

Tror du at et firma som IBM styrer deres firma på notes blokke ? Sikkert ikke.

Humlen er at hvis du fortsætter med at opføre dig som en amatør vil du blive ved med at få amatøragtige resultater. Du bliver nødt til at arbejde som en professionel for at blive professionel. START med at opføre dig som en person med en stor gruppe og du vil få en stor gruppe.

Og hvornår tror du at du har mest tid til at lære at bruge en kontakt manager? Nu eller når du har en stor/større gruppe?

### **Faldgrube # 69. At tegne alle op du kan komme i nærheden af.**

(At sætte kvantitet over kvalitet)

Det her er en som jeg ihvertfald har begået og jeg tror næsten alle begår den i starten. Jeg troede at ved at tegne så mange som overhovedet muligt, at jeg ville vinde uanset hvem de var (Fordi enhver idiot kan da finde ud af denne forretning ikke sandt? Neeeeeej – forkert! )

Det er ikke den person der tegner flest op der vinder, det er den person der tegner de fleste mennesker op af en høj kvalitet, og som er selv-motiverede. De fleste mennesker er ikke værd at bruge tid på og nogen af dem kan være enorme energi-slugere eller det der er værre.

Så hvordan ved du om folk er gode eller ej?

Først og fremmest bør dit allerførste kriterie være om du kan lide denne person. Du vil komme til at arbejde tæt med dine ledere og hvis du tror en person vil drive dig til vanvid er det sikkert en dårlig ide at tegne denne person op.

Den eneste undtagelse der bekræfter reglen, er når det er en person som f.eks. en erfaren Network markeder eller en anden som vil være i stand til at tage vare på sig selv så du ikke behøver at tage dig for meget af dem.

For at finde ud af om de er værd at arbejde med, bliver du nødt til at begynde at stille dem en masse spørgsmål.

Tænk på dig selv som personalechef hos f.eks. IBM som har ansvar for at hyre en leder. Hvilke spørgsmål ville du spørge hvis du var i den position? Jeg ville spørge f.eks.:

Hvilke succes'er har du haft?

Holder du dine ord?

Hvordan er dine arbejdsvaner?

Giver du nemt op?

Hvorfor er du interesseret i at gøre noget som dette?

Hvor vigtigt er det for dig at nå dine mål?

Hvilke kvaliteter mener du at du kan tilføje til vores team?

Er du lære villig?

Kig også på deres energi. Er de positive, er de klædt smart etc. etc.

Indse at situationen er meget lig at hyre nogen til et job. Du leder efter dine ledere - dem der virkelig kan få tingene til at ske, så du er i din fulde ret til og bør stille dem en masse spørgsmål.

Du har kun 24 timer om dagen så du kan kun arbejde med et vist antal mennesker af gangen, så du bliver nødt til at bruge tiden på de bedste. Det interessante er at jo mere du stiller spørgsmål, desto mere ønsker de at være på dit team, fordi de kan se at du ikke er desperate for at få dem til at tegne sig op.

Husk dette - jo flere krav du sætter, desto bedre ser muligheden ud for folk. Jo sværere det er at komme ind desto mere vil folk have det.

**Og husk at MLM er en sorterings forretning, ikke en salgs forretning.**

### **Faldgrube # 70. Ikke at komme til tiden**

Når du laver en aftale med kunde emner og din downline (og din upline) så sørg for at være der til tiden. Det viser professionalisme.

Vær til træninger og præsentationer mindst 20 minutter før det starter med alt klart og parat. Det MÅ simpelthen ikke ske at dit kundeemne kommer før dig. De vil føle sig utilpas blandt mennesker de ikke kender. De første par minutter en person er der, er altafgørende og du ved aldrig hvem der kommer hen til dem og siger et eller andet rigtigt dumt. Det har jeg oplevet mere end en gang. Heldigvis var det ikke mit kunde-emne det gik ud over fordi jeg VAR der til tiden.

Ikke at være der til tiden er mangel på respekt for andre menneskers tid og planlægning og det kan nemt ødelægge et ellers positivt møde og det vil i hvert fald ødelægge noget der er langt mere vigtigt - nemlig dit ry.

### **Faldgrube # 71. Ikke at arbejde tæt med en succesrig upline.**

Dette er sikkert den allerstørste fejl du kan begå. De fleste arbejder kun med deres umiddelbare upline, men hvis ikke din upline er enormt succesrig kan du så forvente at lære succes fra ham/hende? Succes i Network marketing drejer sig ikke blot om udveksling af informationer. Succes kommer fra mange forskellige tanke-mønstre, holdninger, overbevisninger og metoder. Mange tror at træningerne afholdt af firmaet er nok til at give en succes. Det er det overhovedet ikke. Dit firmas opgave er at lave et kvalitets produkt og levere det til tiden og betale distributørerne til tiden. Dit firma er dit køretøj der skal fragte dig til dine mål, men du bliver nødt til at putte brændstof på i form af de rigtige indstillinger overbevisninger og handlinger. Det er DIT ansvar at lære at markedsføre kommunikere præsentere etc.

Du vil kun lære alle dele af pusle-spillet fra en særdeles succesrig upline. Succes er ofte et mere komplekst puslespil end du regner med og sandheden vil gemme sig for dig, medmindre du bliver en lærling af en der er virkelig succesrig.

Så hvordan kommer du til at arbejde med en super succesrig upline? Først og fremmest må du indse at hvis nogen har meget succes så har de sikkert tusindvis af mennesker i deres downline. De arbejder som regel kun med nogen der er super committede. Så du bliver nødt til at sælge dig selv til dem – du bliver nødt til at gøre det tiltrækkende for dem at arbejde med dig. Så før du kontakter dem bør du vide med 100 % sikkerhed at du er committed.

Når du er sikker på det, så anbefaler jeg at du ringer til dem og siger noget i stil med:

Hej Hr/fru Diamant upline. Jeg hedder XXX og jeg er I din downline.

Jeg vil godt fortælle dig at jeg har committed mig til at bliver diamant leder/overhoved/kommandør (eller hvad der nu er top titlen i dit firma) d \_\_\_\_\_( dato)

Jeg vil gerne arbejde tæt sammen med dig for at nå dette mål fordi jeg har hørt at du er en super coach og enormt succesrig.

Jeg garanterer dig at det vil være en god investering af din tid. Hvad skal jeg gøre for at fortjene din support og tid”?

Og vent så på deres svar. Bliv ikke ked af det hvis ikke de har tid eller ikke ønsker at coache dig – bare gå videre til den næste over dem og fortsæt indtil du kommer helt til toppen.

Hvis du når din øverste upline uden at finde nogen (hvilket jeg stærkt tvivler) så hyr en professional coach.

For mere info om hvordan du finder den rigtige coach, se på faldgrube # 49: Ikke at have en coach.

### **Faldgrube # 72. At forvente for hurtige resultater.**

Dette er næsten det samme som **Faldgrube # 4** - læs det igen og husk: Det tager 1-3 års commitment at nå friheden (mindst).

Er det indsatsen værd? Det kan du bide spidsrod på – lige nu sidder jeg i min nye lejlighed på Costa del sol. Jeg kan se havet fra min balkon og jeg er så tæt på det at jeg kan høre bølgerne.

Jeg behøver ikke at stå op om morgenen til nogen bestemt tid og jeg behøver ikke at tage imod ordrer fra nogen, og jeg behøver ikke at gøre noget der er i strid med mine værdier eller overbevisninger for at kunne overleve og betale mine regninger.

Hvad ville det være værd for dig at have 100 % kontrol over hvor du bor og hvad du laver? Det kun du svare på.

### **Faldgrube # 73. Ikke at være forberedt på succes.**

Det lyder som om det er indlysende, men lad mig fortælle dig at antallet af gange jeg har oplevet en distributør til et møde som har taget en gæst med, men som ikke har en kontrakt med, er ubehageligt højt.

Mit spørgsmål til disse distributører er: Forventer du ikke at din gæst vil starte? Hvis du virkelig forventede at tegne dem op ville du så ikke have en kontrakt parat?

For det meste er årsagen, at man simpelthen ikke har gidet at tænke situationen igennem. Hvis det er tilfældet så gæt hvad der sker? Kunde-emet gider lige pludselig ikke at tegne sig op.

Så vær forberedt på succes:

Hav formularer klar til at tegne dem op – Dem alle sammen.

Hav kuglepenne.

Hav en start-pakke (el. produkter) klar og informationer til den nye distributør om hvordan de får en flyvende start.

Hav produkter til nye produkt brugere.

Se prof ud.

Vær parat - tænk det igennem.

Vid hvad du skal gøre og sige i slutningen af mødet.

**Her er en anden ting omkring at forberede dig på succes:** Du skal forberede dig til at gå til det næste niveau. Hvad mener jeg med det?? Jeg mener, at hvis du ikke er en leder endnu, så skal du forberede dig på at blive det.

For eksempel: Laver du præsentationer? Laver du træninger? Det gør lederne da, gør de ikke? Hvis du ikke laver præsentationer og træninger siger du sikkert nu” Jamen Patrick, jeg har ikke nogen at præsentere til - jeg har ikke nogen at træne.

Sagen er den, at hvis du ikke forbereder dig på at lave præsentationer vil du aldrig få et stort publikum. Hvis du ikke ved hvordan du skal træne nogen vil du ikke få en stor gruppe.

Ville du gå ind i et stort firma og sige “Hej jeg vil gerne ansøge om et job som computer programmør”. Og de siger “Super vi har netop brug for en - hvad er dine erfaringer? Du siger til dem: ”Jeg har ikke nogen uddannelse eller erfaring, men jeg regner med at lære det på jobbet”. Ville du blive ansat? Sandsynligvis ikke.

Hvis du var en skuespiller, tror du at du ville få nogen jobs hvis du ikke øvede og trænede på at blive god? Sikkert ikke.

På samme måde får du heller ikke ”jobbet” som Network Marketing leder, hvis du ikke er mentalt og følelsesmæssigt forberedt på det.

Mange gange vil frygten for hvad der vil ske hvis du får succes, vil holde dig væk fra succes. Hvis de er bange for at være på en scene foran mennesker vil dit ubevidste sind ikke støtte dig at opnå noget der kan putte dig på en scene foran mennesker. Derfor er det nødvendigt at træne og forberede dig på at være afslappet i den rolle.

Så hvordan præsenterer og træner du, hvis du ikke har nogen at træne og præsenterer for?

Stil dig selv de rigtige spørgsmål for at finde de rigtige løsninger i stedet for at se på begrænsningerne.

Hvad med at ringe til din upline og sige til dem: “Hej super upline: Jeg har besluttet mig for at blive en leder, og har brug for at øve mig – kan jeg tage del i den næste træning/præsentation?

På den måde vil du trin for trin lære hvad du behøver for at blive en stor leder og formindske din frygt og øge din kompetence.

**HUSK:** Du vil aldrig opnå noget stort uden at prøve noget du ikke har mestret endnu.

Beslut dig for at blive en leder – vis det i din handlinger ved at starte med at træne og præsentere, og det vil vise sig i dine resultater før eller siden.

## **Faldgrube # 74. At tage imod råd fra mennesker der ikke har succes.**

Her er en af de faldgruber jeg synes er mærkeligst og alligevel en af de almindeligste. Den underligste ting er at mange nybegyndere i MLM starter med at lytte til deres kone/mand/lærer/buschauffør/ kollega etc. om hvordan denne forretning fungerer og dine chancer for succes etc.

Her er et af de bedste råd du nogensinde vil få:

LYT ALDRIG til råd fra nogen der ikke har succes hvis du vil have succes.

Det er ligesom at spørge en ejendomsmægler om du bør vælge en karriere som kunstner, det giver ingen mening overhovedet.

Og tag ikke mod råd fra nogen om Network Marketing der ikke kender branchen eller endnu værre: at lytte til nogen der har prøvet det og ikke kunne finde ud af det.

Det ville være ligesom hvis du ville lære og spille violin og du gik ud og begyndte at lytte til nogen der havde prøvet at lære det i 3 måneder og ikke kunnet finde ud af det.

Hvis du vil have gode råd om noget som helst så spørg nogen der har succes på det område du søger råd.

**Dette er også almindeligt:** At starte med at lytte til negative kunde-emner.

Lad os nu være realistiske. Selv om du har de bedste produkter, vil de fleste ikke kunne lide dem – i hvert fald til at starte med.

3 ting er 100 % sikre i dette liv:

1) Døden 2) Skat 3) Negative kunde-emner.

Negative kunde-emner er en del af at lave denne forretning og hvilken som helst forretning. Jeg sad engang hos Tele Danmark og tog imod opkald fra utilfredse kunder og hold da helt k... hvor var de sure og mange, men sidst jeg checkede kørte Tele Danmark vist OK.

For ofte lader folk deres karriere stoppe pga. at de starter med at tro på hvad deres negative kundeemner og kunder siger.

Dette er også en af årsagerne til at der er så altafgørende at komme til møderne jævnligt. Når du hører alle de positive historier og de fantastiske resultater får du styrket din overbevisning og bliver inspireret igen.

Hvis du ikke kommer til møderne, vil dine kunde emner snart lære dig hvordan man **ikke** sælger og være ligeså negative som de er og snart vil du begynde at miste din tro motivation og fremdrift.

Husk at det ikke er vigtigt om de køber din historie, men det er altafgørende at du **ikke** køber deres historie.

## **Faldgrube # 75. At læse for mange e-mails.**

Tag dette råd fra Donald Trump: E-mail er for kyllinger. Altså ikke den slags der siger ”Gok”, men den slags man ville kalde for tøsedrenge.

Gå ud og mød folk og se dem i øjnene, socialiser, og skab forbindelser.

Du vil aldrig skabe frihed gennem at drive din MLM forretning over Internettet. Du skal bygge stærke forhold. Mennesker stoler på mennesker - ikke e-mails. E-mails er en genial opfindelse til at spare tid til f.eks. at sende nyhedsbreve ud til folk etc., men bliv ikke fanget i at bruge for meget tid foran computeren.

Hvis folk har et spørgsmål så grib røret og ring til dem. De vil kunne lide og respektere dig for det og du lærer at blive bedre til at behandle indvendinger og besvare spørgsmål professionelt.

**HUSK: Intet mod - ingen gevinst.** (løst oversat fra den engelske version: NO Guts - No Glory) Stærke forhold er det der altid vil vinde til sidst.

### **Faldgrube # 76. At springe fra et firma til det andet.**

Hvis du ikke gør noget lang tid nok, vil du aldrig få succes. Der er masser af mennesker i branchen der bliver begejstrede over hver eneste nye firma i branchen og de hopper fra det ene firma til det andet, og er ofte i mere end et firma på samme tid. Disse er kendt som "MLM Junkier".

De opnår aldrig nogen blivende succes indtil de lærer at det er ikke kun firmaet der betyder nogen, men det er først og fremmest dem selv. Jeg var en af junkierne og selv om jeg er ked af at jeg brugte så meget tid ved at gøre så lærte jeg en vigtig ting - DET VIRKER IKKE.

Succes kræver super fokus, commitment, beslutsomhed, og husk at folk vil reagere på HVEM DU ER og du vil tiltrække mennesker der er ligesom dig selv.

Ønsker du at have folk i din gruppe, som giver op og springer til det næste firma ligeså snart de første udfordringer kommer? NEJ VEL?

Så bid dig fast og fortsæt indtil du får succes og du vil starte med at tiltrække mennesker dig bliver ved indtil de får succes.

I stedet for at blive tiltrukket af det nyeste og mest fancy på markedet, så lav nogen seriøse undersøgelser for at beslutte dig for hvilket firma der har de bedste mennesker og produkter og så hold ved dem indtil du får succes.

### **Faldgrube # 77. At holde ved det samme firma i for lang tid uden at få succes.**

HEYY holdt lige et øjeblik – er det ikke at modsige nummer 76? Nej ikke rigtigt. Selv om du bliver nødt til at holde ved indtil du får succes mener jeg også at det er gak at blive i det samme firma år efter år uden at tjene på det eller måske endda blive ved at tabe penge på det. Det er også en god ting at vide hvornår man skal give op.

Jeg har mødt mennesker der har været i det samme firma i 5 år uden at have en øre i overskud. De tror stadig at de får deres gennembrud i år og det sørgelige ved der er at de sandsynligvis ikke ændrer en tøddel ved deres adfærd i forhold til sidste år.

Så hvornår er det det rigtige tidspunkt at pakke sammen? Jeg mener at hvis du har lavet forretningen seriøst 1-2 år og du ikke gør seriøse fremskridt så bør du enten:

- 1) Find en anden til at coache dig, og dette er sandsynligvis den bedste løsning før du beslutter dig for at skifte firma.
- 2) Find et andet firma og husk denne gang at lave nogle ordentlige undersøgelser for at finde det rigtige.

Bid mærke i at jeg sagde lave forretning SERIØST i 1-2 år. De fleste leger bare med tanken om at lave denne forretning. De er kun tegnet op og laver ikke rigtigt forretningen.

Kun at være tegnet op i 1-2 år regnes ikke som en god grund til at springe til et andet firma. Hvad regnes så for at lave forretningen seriøst? Meget enkelt: At snakke med nye kunder hver uge.

### **Faldgrube # 78. At sige: Jeg har ikke råd til det.**

Jeg hører dette mange gange når jeg anbefaler folk en plan for at nå til succes.

Jeg har ikke råd til at tage til den internationale konference.

Jeg har ikke råd til salgsmaterialer.

Jeg har ikke råd til trænings materialer.

Jeg har ikke råd til visit kort.

Jeg har ikke råd til produkter.

Hvad de i virkeligheden siger, er at det ikke er vigtigt nok for dem til at sætte pengene til side eller finde dem. Når folks bil bryder sammen eller et vindue i huset går i stykker, så finder folk pengene til at klare problemet, så det er KUN et spørgsmål om motivation.

Sjovt nok så er det mange gange de samme mennesker der siger de ikke har råd til de ting der kan bygge deres forretning, som har råd til ferier, nyt tøj, at ryge, gå ud med kæresten etc.

Det kan godt være at der er lavvande i kassen lige nu men der er altså nogen ting man SKAL have og gøre for at få succes og hvis noget er rigtigt nok kan du ALTID finde pengene.

Lad mig spørge dig; hvis jeg tilbød dig en splinterny Mercedes 550 SL for 20.000 kroner kunne du så finde pengene?

Du siger måske "det lyder for godt til at være sandt – hvad er fidusen? Der er ingen "fidus" MEN dette tilbud er kun er på markedet i de næste 48 timer.

Kunne du finde pengene på så kort tid? Det vil jeg godt vædde på, fordi du ville kunne sælge den bil for mindst 400.000 indenfor 1 uge og for langt mere hvis du havde lidt mere tid.

Jeg tror lige pludselig at du kunne blive meget kreativ i måden at finde de penge på. Som f.eks. at sælge dit tv (du har ikke brug for det alligevel ), tømme loftet og garagen og lave et loppemarked, låne penge fra din mor eller banken tage et ekstra job tage overarbejde, sælge din gamle bil etc. etc.

Løsningen: Spørg dig selv, "**Hvordan kan jeg få råd til det?**"

Lav en seriøs brainstorm. Hvis du er committet til at finde svarene vil de komme til dig.

## **MANGEL PÅ PENGE ER ALDRIG PROBLEMET. DET ER MANGEL PÅ IDEER DER ALTID ER PROBLEMET.**

**Og husk:** Når det drejer sig om at uddanne dig selv er uvidenhed altid dyrere end uddannelse. **Det du ikke ved, koster dig millioner.**

### **Faldgrube # 79. Ikke at bruge blitz.**

Hvad er en blitz? En blitz er et kort sprint hvor man har massiv handling i en kort afgrænset tidsrum.

Blitser, er en af de mest effektive måder at skabe ekstra begejstring og vækst som dermed skaber endnu mere begejstring og vækst.

Her er et par anbefalinger om hvordan du laver en effektiv blitz?

Normalt anbefaler jeg ikke at man laver en blitz der varer mere end en uge. Det er svært for folk at holde deres motivation og fokus længere end det.

Hold en speciel træning enten live eller over telefonen nogen dage før blitzen starter for at få fyret op under dine folk. Fokuser træningen på kundesøgning og motivation.

Hav live gæste opkald hver aften så længe blitzen kører eller endda flere gange om dagen. Hvis du ikke har en konference linie kan du få en gratis på [www.FreeConferenceCall.com](http://www.FreeConferenceCall.com) . Desværre er det sådan at det stadig er billigere at bruge et amerikansk nummer end de tilsvarende danske – specielt hvis man bruger et telekort at ringe op fra.

Gør dig selv ekstra tilgængelig før og efter konferencen. Hav et trænings opkald hver aften efter konferencen for at dele oplevelser og succes'er og give feedback på evt. udfordringer. Hav en konkurrence kørende for ekstra motivation f.eks. den der bringer flest gæster med på opkaldene eller signer flest op under blitzen etc.

Bemærk at blitser er specielt effektive op til større events. Det giver folk det ekstra skub til at køre derud af, for at få flere mennesker med til konferencerne og blive anerkendt på scenen til foran kolleger (og konkurrenter).

### **Faldgrube # 80. At være “for professionel”.**

Det her er en jeg elsker at hade. Særligt mennesker med en succesrig baggrund i salg markedsføring etc. eller chefer har tendens til at lave denne fejl.

De kigger på den måde møderne bliver holdt eller præsentations materialet, promotion materialet eller hvad det nu er og for dem ser det ikke nok professionelt ud..

Så i stedet for at gøre som deres upline, bruger de tid på selv at finde ud af “mere professionelle” præsentationer salgs materiale etc. etc.

Det afholder dem fra at lave forretningen og deres avancerede professionelle løsninger virker ikke. Hvorfor? Network Marketing drejer sig ikke om at appellere til en lille gruppe af avancerede forretnings folk. Det drejer sig om at appellere til masserne og lave noget der kan kopieres af masserne.

Hvis præsentationerne er for avancerede, vil den gennemsnitlige person ikke kunne se sig selv lave dem, eller hvis de kan se dem selv lave det så tager det alt for lang tid at lære det så duplikationen bliver meget langsom i bedste fald.

Jeg har folk i min organisation der siger, at hvad jeg laver ikke er professionelt nok. På den anden side, jeg tjener penge og de gør ikke, fordi de bliver ved med at vente til de kan få råd med at bruge den professionelle løsning eller til de får den færdiggjort.

Og få mennesker vil reagere positivt på dem, fordi de ikke kan se selv være i stand til at lave forretningen eller have råd til at lave forretningen på den professionelle måde.

Spørg dig selv - hvad er mere professionelt: At tjene en masse penge med en amatøragtig præsentation eller ikke at tjene nogen penge med en smuk ”professional” avanceret præsentation?

Gør det der virker – Studer de professionelle i Network marketing og du vil opdage at de bruger strategier der måske ikke ser så professionelle ud, men de virker **fordi** de er enkle. Og hvad end for en undskyldning eller ”årsag” du bruger for ikke at lave forretningen, så er de ens.

Så stop med at lave undskyldninger om at metoderne ikke er professionelle nok og gør det der virker for andre.

**Hvis det virker så virker det – færdigt arbejde.**

### **Faldgrube # 81. Ikke at bruge produkterne hver dag.**

Dette burde ikke være nødvendigt at nævne men desværre er der mange der ikke forstår vigtigheden af dette.

Hvis ikke du bruger produkterne/servicer hver dag vil folk ikke tro på dig – de vil føle din mangel på tro i dine produkter. Brug ALLE produkterne og brug dem på en måde at andre mennesker kan se det og spørge om det.

Husk at bruge nogen af de mindre populære produkter til træningerne med din downline så de kan se og føle dem. Dette vil gøre dem interesserede og få dem til at prøve dem. Dette vil selvfølgelig øge volumen generelt.

### **Faldgrube # 82. Ikke at komme til møderne.**

Du SKAL komme til møderne jævnligt. HUSK dette faktum:

**Det er ikke alle der kommer til møderne der tjener 50.000 om måneden, men alle der tjener 50,000 om måneden kommer til møderne hver uge.**

Folk tror at de ikke behøver at komme til møderne, fordi de allerede ved hvad der vil blive sagt. Men de har misforstået noget - det er ikke det du ved der vil gøre dig til millionær. Det er hvad du lærer videre til andre der vil gøre dig rig.

Så hvis du kun kender indholdet af et møde, men du ikke er gået i gang med at lære det videre og duplikere det, så bør du gå med til møder hver gang, indtil du starter med at gøre det.

En anden ting er at mennesker der har succes næsten altid har en holdning der får dem til at give så meget som muligt.

Hvis du kun tænker på hvad du kan få ud af mødet så har du ikke den rigtige holdning. Tænk i stedet på hvad du kan give til mødet – hvad værdi du kan bringe.

Jo mere du giver desto mere vil du få. Folk der tager del i at gøre møderne til en succes vil være dem der bliver ledere. Dem der sidder på sidelinien og kigger på at andre laver arbejdet vil være nøjagtigt det samme sted næste måned og næste år – på sidelinien. Så tag noget initiativ og bed om ansvar. Vær til møderne og “giv” til møderne til du er blå i ansigtet.

PS: Spørgsmål: Vil du gerne have at dine folk tager del i møderne og gør dem til en succes? Virker det så ikke logisk at du må gå forrest for at vise hvordan det skal gøres?

### **Faldgrube # 83. Ikke at sende chokolader.**

??? Jeg kan næsten høre dig sige “hvad har han nu gang i”?

Dette her er en der er overset af de fleste, men du bør etablere et godt forhold til dit firmas ansatte (Support menneskerne i dit firma), fordi der vil blive problemer. Dit firma og alle andre firmaer, vil lave fejl fordi de har mennesker ansat. Produkter vil blive forsinket – Ordre vil blive tabt, selv du eller nogen i din downline vil måske lave fejl, der har brug for at blive korrigeret etc. etc. Desto bedre forhold du har til disse mennesker jo hurtigere vil du få dine problemer løst.

Den mest brugte strategi for at håndtere problemer med support afdelingen er at skrig af dem eller brokke sig, men tro mig - det er ikke den hurtigste måde at få problemet løst.

Respekter de mennesker der gør det muligt at køre din forretning. Se dem som dine partnere og behandl dem som guld og du vil altid stå frem fra mængden som den rare person der forstår dem.

Hvis du gør dette vil du få VIP service. Og jo større organisation du har desto mere vil du få brug for at have et godt forhold til dem. Så start fra i dag. Husk at du bliver nødt til at opføre dig som en leder med en stor gruppe for at få en stor gruppe.

Og når der er nogen der har været specielt hjælpsom, send dem chokolader eller noget andet der udtrykker din påskønnelse.

Find en undskyldning, som f.eks. at du blev promoveret til ”haj af 5 grad”, til at sende dine support mennesker noget rart. Stol på mig, det vil være en super investering af din tid og penge.

Husk at de er en del af dit team og de er mennesker ligesom dig der kan lide at blive anerkendt for deres arbejde.

## **Faldgrube # 84. Ikke at tage fri.**

Nogen gange når vi jagter vores mål og drømme arbejder vi meget hårdt. At være doven duer ikke, men at være arbejdsnarkoman kan også hurtigt blive en destruktiv vane.

At arbejde som en gal er ok i kortere perioder for at nå særlige mål og milepæle, som f.eks. at vinde en konkurrence eller nå det næste niveau, men det er også vigtigt at tage tid til at oplade batterierne.

Hvis du kun arbejder og intet andet i måneder i træk, vil du ikke være så energisk – selv om du tror du er. Og du vil absolut ikke være så tiltrækkende.

Hvis du er en af disse mennesker lige nu, så beslut dig for at tage 3 dages fri hvor du ikke besvarer din mobil telefon og ikke læser din e-mail. Husk at kommunikere det til din downline, at du ikke kan fås fat på i en særlig periode. Når du kommer tilbage vil du erfare at du er mere effektiv og at du måske endda tiltrækker flere mennesker eller at dem du tiltrækker, vil reagere mere positivt.

Brian Tracy snakker om dette i dybden i hans bog “Focal Point”. Han viser igennem mange case studies at du kan halvere den tid du arbejder og fordoble din indkomst på samme tid.

At tjene penge generelt, men særligt i vores forretning har ikke så meget at gøre med den tid du lægger i, men det har mere at gøre med den energi du udstråler. Ved energi mener jeg entusiasme, begejstring, sjov, glæde, fokus, commitment osv. - alle de kvaliteter der vil tiltrække mennesker til dig og få dem til at følge dig.

## **Faldgrube # 85. Ikke at komme til de store konferencer.**

Du SKAL komme til de store events - de regionale, nationale and internationale konferencer. Du skal være der **hver** gang, og du skal bringe så mange mennesker som overhovedet muligt.

De store events transformerer mennesker fordi de er enorme “overbevisnings-forøgere”. Når folk hører alle historierne og ser at denne forretning er langt mere seriøs end de havde regnet med, bliver de totalt transformeret.

Næsten hver eneste person jeg har mødt der har været til større konferencer, har sagt at det var alle pengene værd og at de nu virkelig “VED” hvor utrolige disse produkter eller forretningen er og at de nu vil lave forretningen langt mere seriøst.

Husk at det er en forretnings udgift og at du trække rejsen fra i skat. Lav en ferie ud af det og tag familien med. Husk at tegne dem op så du også kan trække deres udgifter fra.

Hvad end du gør - husk at være med til de store events hver gang.

## **Faldgrube # 86. At stille spørgsmål til præsentationerne.**

Husk at præsentationerne ikke er træninger. Træningerne er til for at stille spørgsmål til dem der allerede er i forretningen, men præsentationerne er til for gæsterne. DVS at du og alle i dit team bør tie og have fokus på gæsterne. Dette er gæsternes møde og kun de bør stille spørgsmål.

De ting distributørerne tænker over, er for det meste nogen andre ting end dem gæster tænker over. Jeg har tit oplevet at distributører stiller spørgsmål om fejl-leveringer etc. som får forretningen til at lyde dårligere end den er.

Og det drejer sig også om at få mødet til at blive så kort som muligt, så hvis distributørerne stiller spørgsmål, bliver det ofte for langt og kedeligt - specielt for gæsterne.

Hvilke af faldgruberne i denne sektion er du faldet i?

---

---

---

Fra hvilken faldgrube fik du den største AHA oplevelse.

---

Hvad specifikt vil du forandre pga. hvad du ved nu?

---

---

---

---

Hvornår vil du begynde dine nye handlinger?

---

---

Hvordan vil du lære disse principper til din downline?

---

---

## **Inden Du Smutter:**

Så nu er du kommet til slutningen af denne bog. Du har vist et commitment til at få afsluttet noget og du ved nu noget, som over 90% af alle networkere ikke ved.

Men husk at det er ikke nok at vide – du SKAL handle. Hvis du bruger rådene i denne bog og går i aktion, vil du skære år af din indlærings-kurve og nå toppen før alle andre i dit firma.

Jeg håber at du vil bruge denne viden og give dig selv 100 % for at lave forandringer i dit liv og tusindvis af andres.

Og husk at læse denne bog mange gange. Vi lærer ikke øjeblikkeligt, men bliver nødt til at blive mindet om tingene adskillige gange før det bliver rutine.

Jeg ville gerne afslutte med bare en ting der forhåbentligt vil gøre en forskel i dit liv og din forretning. Hvis jeg bare kunne få dig til at forstå denne ene ting og at efterleve den vil jeg være en lykkelig mand.

### **Så her er det:**

Succes i network marketing er ikke baseret på held – Det er baseret på erfaring og evner. Hvis du fortsætter med at arbejde med forretningen, og lærer og forbedrer dig selv så er succes uundgåeligt. Så fortsæt med at gå mod dine mål - fortsæt med at lære og udvikle dig og bliv ved med at være COMMITTED.

**Succes'en venter KUN på de committede.**

Og husk – lad være med bare at tage plads op - gør en forskel i verden.

Patrick “Unstoppable” Powers