

GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS

**UM PROGRAMA PASSO A PASSO
PARA TER ÊXITO
EM**

MARKETING DE MULTI-NÍVEIS

**POR
UM DOS MAIS DESTACADOS
TRIUNFADORES DA NAÇÃO**

RANDY WARD

RECONHECIMENTOS:

Este livro, como a maioria, é uma síntese de experiências e relações passadas. E a todas elas estou profundamente grato.

Há pessoas que contribuíram directamente para este projecto e merecem um reconhecimento individual. Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus pais: sem eles, eu não existiria. O seu apoio e amor foram sempre evidentes e, na minha vida, marcaram sempre uma grande diferença. Os meus filhos deixaram que eu dedicasse bastante tempo e energia ao meu negócio. Sem o seu apoio, eu não teria tido as experiências que conduziram a este livro.

Não teria sido possível cumprir com o calendário da nossa produção, se não fosse a minha irmã, Sandra Patton, e o nosso computador Compaq Plus. A Sandra, o marido, Paul, e o computador trabalharam fins-de-semana e noites, de modo a cumprirmos as nossas metas de tempo.

Tenho uma dívida de gratidão para com as indústrias nas quais recebi a minha experiência de negócios. Os meus agradecimentos especiais vão para as indústrias seguradora, editora, imobiliária e de venda directa. Depois, há todas as pessoas maravilhosas que têm sido minhas associadas nos meus vários projectos e negócios. As que apareceram e se foram embora são especialmente importantes, uma vez que foram elas que me inspiraram a ver a possibilidade de encurtar a falha entre recrutar uma pessoa e mantê-la no negócio. Agradeço sinceramente a todos vocês que partilharam parte da vossa vida comigo.

Muitas das qualidades inovadoras deste livro foram possíveis graças à minha participação em cursos de formação de várias empresas. Os seus seminários e workshops permitiram que eu compreendesse o poder que há à disposição de qualquer um que actue dentro de uma estrutura de Contribuição, Compromisso e Integridade.

E, por último, um agradecimento muito especial a Larry Mullins como autor, artista e presidente da Actionizing, Inc., uma companhia dedicada ao desenvolvimento humano. Larry contribuiu grandemente para a qualidade deste livro com ilustrações e a supervisão da produção.

CONTEÚDO:

1. O JOGO DA VIDA versus O JOGO ACELERADO DA VIDA

TRIPLA INOVAÇÃO: O NOVO MMN / O NOVO EU / SER TREINÁVEL / PARTIR DE UM PONTO DE CONTRIBUIÇÃO E OBTER O QUE SE DÁ.

2. AS REGRAS DO JOGO

A UNIVERSIDADE DO MMN: O GIGANTE EMOCIONAL / INVESTIMENTO / DUPLICAÇÃO / MOVIMENTAÇÃO DE PRODUTOS / LARGURA versus PROFUNDIDADE / CONTRIBUIÇÃO / CRESCIMENTO PESSOAL

3. O PROGRESSO NATURAL DE UM JOGADOR

AS FASES DO PROGRESSO: FORMULAÇÃO (TRAÇAR O FUTURO DA SUA MMN) / CONCENTRAÇÃO (CONSTRUIR A FUNDAÇÃO DA SUA MMN) / MOMENTUM (A SUA ORGANIZAÇÃO DE MMN TOMA FORMA) / ESTABILIDADE (SATISFAÇÃO PESSOAL E INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA).

4. ESTABELECEER UM PLANO DE JOGO

O CAMINHO: TOMAR UMA POSIÇÃO / QUE COMPANHIA DE MMN / CONHECER E USAR OS PRODUTOS / PATROCINAR 3x3 / FÓRUNS SEMANAIS / PROPÓSITO.

5. O MARCADOR

OS PONTOS: SER ORGANIZADO / MANTER REGISTOS / MAILING LIST / ÁRVORE TELEFÔNICA / FICHEIROS PENDENTES / REGISTOS DE VOLUME E DE BÔNUS.

6. A NOVA ERA EM MARKETING DE MULTI-NÍVEIS

A NOVA ERA: O CENTÉSIMO MACACO / NÃO É O APRENDER MAS O FAZER / PROBLEMAS / JOGAR O MÁXIMO COM COMPROMISSO.

APPENDIX

TREINO EM REDE

NÃO O FIM:
MAS O INÍCIO / APOIO CONTÍNUO / JOGADAS MENCIAIS.

INTRODUÇÃO

Este é um livro que lhe vai abanar a mente, sacudir o pó dos ouvidos, e alimentá-lo de novas ideias para compactar a sua vida com mais aventura, amor e riqueza, do que já alguma vez pensou ser possível!

Sabe qual é a diferença entre aqueles que meramente sobrevivem e aqueles que ganham os prémios da vida? Será que a pessoa que ganha 200.000 euros por ano, é 10 vezes melhor do que a que ganha 20.000 euros?

É claro que não! Há só umas pequenas diferenças que as separam. Mas essas diferenças parecem ser os mais bem guardados segredos do sucesso. Bem, deixaram de ser! Randy Ward vai dizer-lhe exactamente quais são essas diferenças. E não apenas isso, mas vai ajudá-lo a ser uma dessas pessoas magníficas que marcam a diferença, com as suas vidas!

Como é que ele descobriu essas qualidades únicas que podem transformar cada dia num jogo vitorioso? Ele conseguiu fazê-lo! Ele triunfou em cada tarefa que empreendeu.

Mas Randy é diferente da maior parte dos triunfadores que lhe dizem que lá chegaram pelo talento, trabalho árduo ou sorte. O talento de Randy está na sua capacidade de se aperceber de certos processos e passos específicos, subjacentes aos seus e a todos os empreendimentos que se destaquem.

E essas estratégias podem ser aprendidas, e postas em prática de imediato, por qualquer indivíduo que queira da vida uma fatia maior!

Se você estiver determinado a ser tudo o que pode ser, então comece por ler este livro!

BOB CONKLIN (*Presidente da Administração Conklin Company, Inc.*)

“Eu acredito que o universo foi montado para honrar toda e qualquer intenção claramente definida e apoiada por um compromisso total.”

Randy Ward

GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS é um livro único em muitos aspectos. Não só é divinal pela simplicidade na apresentação de ideias básicas e úteis, mas todo o seu conteúdo é digerível e agradável.

Raramente se encontra uma tal combinação de princípios viáveis, ilustrados através de desenhos humorísticos e exemplos convincentes.

Posso dizer sem receio de me contradizer que este livro vai ocupar o seu legítimo lugar entre os grandes livros do nosso tempo.

CAVETT ROBERT (*Associação Nacional de Oradores*)

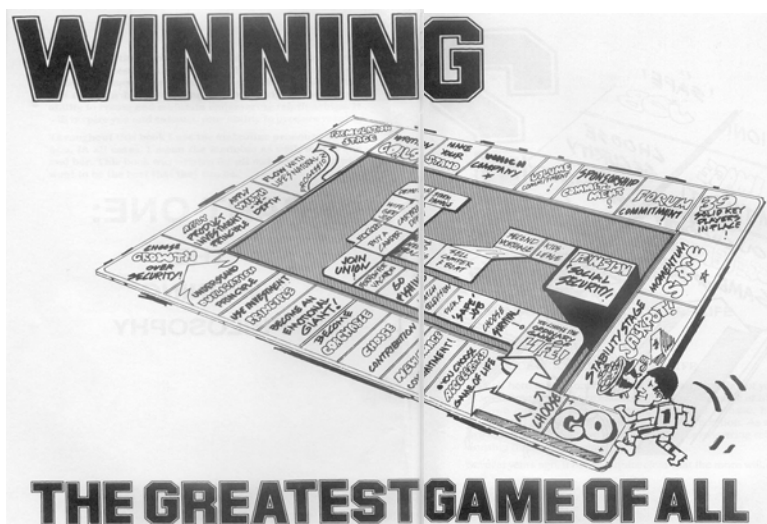
PREFÁCIO

O propósito deste livro é ser o melhor utensílio de recrutamento, de treino e de motivação alguma vez posto à disposição dos distribuidores de Marketing de Multi-Níveis. Ele é único porque combina estes aspectos chave do negócio de MMN. O seu poder está na fácil compreensão e na enérgica invocação da linguagem desportiva. Por último, as regras são esclarecidas e copiáveis, e é oferecido um plano de jogo passo a passo. Torna-se claro para si o que o espera, o que vai exigir de si, e as potenciais recompensas. Depois de ler este livro, vai poder decidir eficazmente se quer ser participante ou espectador, se quer jogar ou ficar sentado fora do campo.

Claro que se uma pessoa jogar, está apta a magoar-se. Mas asseguro-lhe, é bem mais entusiasmante e preenchente participar no jogo do que estar meramente a vê-lo.

O “jogo acelerado da vida,” claro que é duro, mas o treino dado por este livro pode levá-lo a ultrapassar os tempos difíceis. E mais importante do que tudo, é o apoio constante do nosso Programa de Treino em Rede Total, que pode manter vivo o seu “lado vencedor” e mantê-lo no jogo.

No fim de contas, a maior parte das pessoas falha no “jogo da vida” por nem sequer estar no jogo. Este livro tem uma tendência para atirá-lo para o meio do ringue com a confiança e o equipamento necessários para se tornar um campeão.



1 O JOGO DA VIDA versus O JOGO ACELERADO DA VIDA

Ao estar aqui sentado ao sol, em meados de Julho, estou a pensar em si como meu companheiro de equipa no maior jogo de todos, o jogo da vida. O meu desejo insaciável de

aprender, de ser e de ter, muito rapidamente me apressou a ficar numa posição de treinador. Como trabalhamos em conjunto, vamos esforçar-nos por manter a relação enriquecedora de treinador e jogador.

Há alguns anos, tornou-se muito claro para mim que quanto mais desejosa de ser treinada uma pessoa estiver, mais rápido e fácil será alcançar o sucesso. Desde essa altura, fui treinado para ter sucesso nos negócios de seguros e imobiliária, bem como nos de desenvolvimento territorial, construção e petróleo. Depois de aprender as regras de um negócio específico, formular um plano de jogo e ser treinado para ter sucesso, o desafio tinha desaparecido. Depois, ia repetir o mesmo processo numa empresa diferente.

O “jogo da sobrevivência” e o “jogo do dinheiro” estimulavam ao máximo o desejo de conseguir vencer, até a exploração do gás e do petróleo ter empurrado o nosso valor líquido para mais de um milhão de dólares em 1981. Durante 1983, eu procurava um

novo desafio, um significado novo. A segurança financeira tinha ido ao encontro de uma necessidade, mas não tinha nada a ver com felicidade, paz de espírito e realização. Todos nós já ouvimos dizer que o dinheiro não compra a felicidade e, de repente, vi-me confrontado com essa dura realidade. Fui confrontado com o facto de todos termos profundamente enraizado em nós o desejo de acreditar que as nossas vidas marcam uma diferença. Tanto você como eu queremos saber que vivemos e jogamos o jogo e demos uma contribuição à vida.

Embora o desejo de contribuir seja inerente à nossa natureza, raramente se torna uma força impulsionadora na nossa vida - enquanto jogadores no “jogo da sobrevivência.” Depois de termos a sobrevivência resolvida, a tendência natural é, por assim dizer, “o desejo de salvar o mundo.”

Como consequência, eu estava continuamente a ser confrontado com tendências do género:

- *ter paz de espírito e ajudar outros a experimentar o mesmo.*
- *ter relações enriquecedoras com a família e os amigos e promover outros a fazer o mesmo.*
- *ser amado incondicionalmente e poder amar outros com essa capacidade.*
- *ser aceite como sou e retribuir essa mesma consideração.*
- *ter liberdade para fazer o que eu quero fazer e aumentar a liberdade de outros.*
- *ser uma pessoa de “elevado desempenho” e uma centelha que motive outros.*
- *manter uma boa saúde e ser disso um exemplo para outros.*
- *experimentar a minha própria grandeza e inspirar outros a experimentarem a sua.*
- *e por aí fora.*

AJUDA

UMA VEZ QUE O MUNDO TEM TIDO SEMPRE UM EFEITO MUITO MAIOR EM MIM DO QUE EU NELE, A TAREFA PARECIA-ME ESMAGADORA. COMO É QUE EU IA SALVAR O MUNDO E, ENQUANTO ISSO, LEVAR UMA VIDA AGRADÁVEL? PARECE-VOS FAMILIAR?

1º PASSO: O mundo não precisa de ser salvo

O primeiro passo é aceitar o facto de que o mundo não precisa de ser salvo, e mesmo que precisasse, não seria da sua responsabilidade. A sua principal responsabilidade, como colega de equipa no “jogo da vida”, é “dar o máximo” e promover o trabalho em equipa. Spencer Hays, Presidente da Companhia Editora do Sudoeste, de Nashville, costumava dizer: “Dêem o vosso melhor e não se importem com o resto”.

Aceitando o facto de que somos todos colegas de equipa, e de que todos temos posições importantes no jogo, torna-se claro que, em qualquer altura que marcamos uma diferença positiva na vida de um indivíduo, isso afecta a equipa inteira. Por outras palavras, podemos marcar uma diferença no mundo ajudando uma pessoa.

À medida que continuava à procura de um meio que constituísse um desafio através do qual pudesse experimentar realização, ficou claro que não era, e que nunca poderia ser, um emprego ou um negócio. O meio só podia ser a própria vida! O “jogo da vida” é onde nós realizamos as nossas necessidades inerentes de aceitação, amor, relações, saúde, liberdade e “marcar a diferença.”

Embora o “jogo da sobrevivência” e o “jogo do dinheiro” sejam aspectos do “jogo da vida,” a maior parte dos nossos colegas de equipa são escravos deles, sem liberdade para jogarem o grande jogo. É uma espécie de querer jogar baseball na Liga Principal e só ter idade para jogar na Liga Infantil.

E assim estamos todos a querer e a precisar de jogar o “jogo da vida,” mas a sermos forçados a jogar o “jogo da sobrevivência.” SEM ESCOLHA! QUE MAU!

Mas esperem! Talvez haja uma escolha. Não seria óptimo jogar o “jogo da vida” e ser pago por isso? Não seria óptimo ganhar enquanto se aprende? Não seria óptimo descobrir um curso acelerado para a realização da vida?

Em Maio de 1983, um dos nossos sócios do petróleo, Terrel Gipson, apresentou-me o “jogo acelerado da vida.” Ele já existe há muito tempo, no entanto, muito poucas pessoas o reconheceram pelo que ele é na realidade. E tanto quanto eu sei, a sua verdadeira importância nunca foi exposta.

O JOGO NORMAL versus O JOGO ACELERADO

O “jogo normal da vida” é onde a maior parte dos nossos colegas de equipa se encontram, ele é tão somente o caminho do menor esforço. O jogo contém a maior parte dos elementos – tais como relações, crescimento pessoal, o “jogo do dinheiro,” a oportunidade de marcar a diferença, etc. Mas o jogo acelerado proporciona a oportunidade de desenvolver as nossas capacidades mais rapidamente. É uma maneira de acelerar o processo de crescimento pessoal, um caminho muito mais directo para se ter amigos, riqueza, para viajar e “marcar a diferença.”

O “jogo acelerado da vida” não é para todos. É jogo a sério e eu afirmo que muitas pessoas falharam por desconhcerem as regras. Tentaram jogar baseball a sério com regras de baseball infantil. E claro, foram massacradas.

Uma vez que não sou condutor de carneiros para o massacre, a minha intenção é proporcionar-lhe o necessário para que jogue e ganhe. Um bom treinador nunca o mandaria para um jogo de futebol (americano) sem lhe dizer com o que contar, e sem lhe dar equipamento de protecção. Como prova do que digo, quero que entre no “jogo acelerado da vida” a saber o que o espera, a conhecer as regras e a ter, passo a passo, um plano de jogo de comprovada eficácia.

Na qualidade de treinador, tem de se falar francamente, dizer as coisas como elas são! Tem de se saber o que se vai enfrentar, quais as regras e que potenciais recompensas. Só nessa altura é que se pode decidir com qualidade se se vai jogar ou assistir. Como treinador de baseball a sério, uma pessoa não pode perder tempo com quem quer jogar baseball infantil. Não importa que aptidões se tem, nem quão bem treinado se está, não se pode ganhar o jogo acelerado a jogar pelas regras habituais.

Não é exagero realçar o valor e as recompensas de jogar o jogo acelerado. É como jogar PAC-MAN para chegar às chaves, em vez de apanhar cerejas. É tudo mais rápido, têm-se mais pontos, e fica-se apto a atingir uma pontuação mais satisfatória. Se nunca ultrapassarmos as cerejas, nem sequer vamos estar na mesma liga daqueles que jogam para chegar às chaves.

A DEFINIÇÃO DE JOGO ACELERADO



Então, o que é o “jogo acelerado”? O jogo acelerado é um veículo através do qual se podem satisfazer as nossas necessidades mais rapidamente. O veículo é o popular, mas incompreendido, negócio de marketing de multi-níveis. (MMN irá ser utilizado para abreviar marketing de multi-níveis).

Eu até hesito em referir-me ao MMN como um negócio. Sim, é um negócio, mas é bem mais do que isso. Há quem se refira a ele como sendo um modo de vida; mas é ainda mais do que isso. É a vida! É a vida acelerada! O facto de também ser um negócio permite “ganhar-se enquanto se aprende.” Permite ganhar-se a vida enquanto se aprendem as lições mais importantes da vida.

Uma vez reconhecido o MMN pelo que ele é realmente, pode-se utilizá-lo como um veículo de “transporte rápido”. Ele permite encurtar o tempo entre agora e o destino que desejamos, tal como um avião comercial os leva para o outro lado dos E.U.A. mais rapidamente do que um comboio.

Assim, agora tem uma nova definição para marketing de multi-níveis. MMN é o “jogo acelerado da vida.” Com isto em mente, vamos então ver quais são as suas necessidades e os seus desejos, e qual o importante papel que o MMN pode ter na sua obtenção.

Eu sustento que o MMN é como um avião que o transporta com rapidez para qualquer coisa que queira na vida. Podia dizer-se que à maior parte das pessoas nunca foi ensinado a pilotar este veículo. Como resultado, 85% dos que entram no cockpit caem e incendeiam-se. É necessário que haja um piloto treinador que mantenha o avião no ar durante tempo suficiente de modo a que o aluno “lhe apanhe o jeito.” Capítulos posteriores irão treiná-lo nas técnicas da pilotagem. Vai aprender a pilotar alto e rápido, com segurança e acima das massas de vagueadores. Vai aprender as regras do jogo e vai ser treinado para o “estrelato.”

Mas por agora, vamos ver como o MMN acelera o processo. Sondagens revelaram que as necessidades e os desejos seguintes surgem para a maioria das pessoas. Para ser simples e breve, vou agrupá-los em três categorias: SOBREVIVÊNCIA, ESTÉTICA, CONTRIBUIÇÃO.

I. NECESSIDADES DE SOBREVIVÊNCIA: Estas são as necessidades mais básicas e englobam todas as necessidades relacionadas com dinheiro. Até termos assegurada comida, abrigo e vestuário, é difícil assumir uma posição mais importante na equipa. Nesta categoria encontramos:

- 1. A NECESSIDADE DE SER PATRÃO:** Todos nós temos este desejo, porque oferece flexibilidade e um sentido de realização e responsabilidade.

2. **A NECESSIDADE DE GANHAR ENQUANTO SE APRENDE:** Muitas pessoas ficam presas em empregos “sem futuro” porque o seu ordenado significa sobrevivência.
3. **A NECESSIDADE DE DESENVOLVER CAPACIDADES DE COMUNICAÇÃO:** Diz-se que 70% dos nossos resultados na vida são directamente proporcionais à qualidade da nossa comunicação.
4. **A NECESSIDADE DE INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA:** É óbvio que só através de independência financeira é que nos podemos graduar do “jogo da sobrevivência.”
5. **A NECESSIDADE DE SER SAUDÁVEL:** Elementar à própria vida é o cliché: “sobrevivência dos mais aptos.” O duríssimo facto é que quanto mais saudáveis e mais moldáveis formos, melhor será o nosso desempenho. Diz-se que “saúde é riqueza,” e deve ser válido porque, por regra, as pessoas com êxito são mais saudáveis do que as que o não têm.

Podíamos enumerar muitas outras necessidades específicas do género da sobrevivência. E estamos a falar da liberdade financeira de experimentar a vida fora do “jogo da sobrevivência.”

A maior parte de nós conhece, ou sabe de alguém que atingiu um nível de independência financeira e um estilo de vida através do MMN, o que outras ocupações raramente produzem. O estilo de vida que a acompanha é excepcional porque, em MMN, não se é escravo de encargos, empregados, fornecedores e clientes. O princípio da duplicação em MMN tem em conta recompensas financeiras ilimitadas. “O limite é o céu.” Ao contrário de outros negócios, cuja tendência natural é a restrição, a tendência natural em MMN é a expansão. Por exemplo, a partir do dia em que iniciamos a produção de um novo poço de petróleo, a potencial receita decresce continuamente. As reservas estão a ser esgotadas. Desde a base inicial de uma organização de MMN, pode-se experimentar uma rápida expansão. O potencial dos rendimentos é enorme, mas tem de se querer pagar o preço. Tem de se querer aprender as regras, desenvolver um sentido de propósito verdadeiro e jogar o máximo. Para quem fizer isto, de verdade, “o limite é o céu.”

Lembrem-se também que o MMN é a vida. São as pessoas, e como tal, é um curso aplicado em comunicação. E as reuniões de motivação e de reconhecimento que se lhe associam, proporcionam a oportunidade de desenvolver capacidades de falar em público. Pensem nisto, e vão descobrir que seja o que for que a vossa sobrevivência necessite, o MMN pode tapar a brecha mais rapidamente do que a maioria dos veículos.

II. NECESSIDADES ESTÉTICAS (DESEJOS): A independência financeira permite que se dedique mais tempo à satisfação destas necessidades. Nesta categoria encontram-se:

1. **O DESEJO DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL:** Essencial à própria vida, é a tendência para a iluminação. O nosso próprio ser grita por progresso e melhoria.
2. **O DESEJO DE TER AMIGOS:** Outra das nossas necessidades essenciais nesta área é ser-se admirado, é interagir com outros, e desenvolver relações enriquecedoras.

3. **O DESEJO DE SER LIVRE:** Quem é que não gostaria de ter a liberdade de criar o seu próprio estilo de vida? Quanto mais se funciona dentro do nosso próprio relógio de ponto e calendário, mais fácil é experimentar “serenidade.”
4. **O DESEJO DE EXPERIMENTAR AS MELHORES COISAS DA VIDA:** Poder viajar e experimentar o melhor da vida é um luxo que todos merecemos. Porque não poder ter gostos simples do género: “Só o melhor da vida é que é suficiente para mim.”

O Marketing de Multi-Níveis, como “jogo acelerado da vida”, serve este grupo de necessidades mais eficazmente ainda do que o primeiro. Isto é verdade, porque elas podem ser satisfeitas antes, e no processo, de gerar um rendimento.

“O jogo da vida” são as pessoas, e o MMN é um negócio de pessoas. Se quiserem conhecer pessoas e fazer novos amigos, MMN é isso! É possível fazerem-se mais amigos num ano de MMN, do que se fizeram durante toda a vida. MMN é um curso aplicado em relações, comunicação e liderança.

III. NECESSIDADES DE CONTRIBUIR: Aqui, mais uma vez, podiam-se enumerar muitas coisas específicas, mas a essencial é a necessidade de ajudar outros, liderá-los a marcarem uma verdadeira diferença nas suas vidas. O essencial é que todos precisamos deixar a nossa marca na vida. Conseguimos isso marcando a diferença, e marcamos a diferença agindo dentro de uma estrutura de contribuição.

SOBREVIVÊNCIA versus CONTRIBUIÇÃO

Com base na informação anterior no que diz respeito à hierarquia humana de necessidades, podemos agora fechar a lacuna entre o insucesso e o sucesso no “jogo da vida,” bem como no “jogo acelerado da vida.” O mesmo fenómeno humano que faz com que a vida funcione ocasiona que o MMN funcione. E não é mais do que rodar um interruptor mental, não é mais do que partir da contribuição em vez da sobrevivência. Mas não pensem que é fácil! Essa força acrescida é como saírem de um carro familiar para entrarem num bulldozer. A vossa vida muda de imediato de não trabalhar, para trabalhar. As atitudes das pessoas que conhecem mudam imediatamente da rejeição para a aceitação, da desconfiança para a confiança. A simplicidade e a força do interruptor são referidas quando se diz: “Se quiser ser um solitário, seja interessante. Se quiser ser popular, esteja interessado nos outros.”

Porque enquanto se partir de um ponto de sobrevivência, vamos aí ficar aprisionados. E para nós, as relações não vão funcionar, a vida não vai funcionar, e o MMN não vai funcionar. Vez após vez, tenho observado variações do seguinte panorama:

João, um distribuidor de MMN, que está plenamente consciente dos mais nobres aspectos do seu negócio, apresenta a oportunidade ao seu amigo, Raul. O João, em vez de agir dentro de uma estrutura de contribuição, “vende a Lua.” Relata ao Raul como o MMN lhe permite ser **PATRÃO, GANHAR ENQUANTO APRENDE, DESENVOLVER CAPACIDADES COMUNICATIVAS e TORNAR-SE FINANCEIRAMENTE INDEPENDENTE.** E além disso, o João fala ao Raul sobre os enormes rendimentos de distribuidores principais.

Embora tudo isto seja verdade, pode reparar que saíem directamente da nossa lista de **NECESSIDADES DE SOBREVIVÊNCIA.** A apresentação do João está baseada no que ele vislumbra na sua linha ascendente e, além do mais, é o que uma pessoa comum

quer ouvir. O João, comodamente, esqueceu-se de falar ao Raul sobre o compromisso, sobre as longas horas e o preço pago por aqueles que têm os grandes rendimentos. Então e depois? De qualquer modo, isso não era o que o Raul queria ouvir.

O Raul também só ouviu o que queria! Tem estado preso à sobrevivência e talvez o João, um amigo, tenha achado... a saída! Até agora, a história do João é uma luz na escuridão. Os sonhos que o Raul costumava ter começam a brotar de dentro dele. Claro que o Raul costumava sonhar. Ele costumava pensar que a sua vida marcava uma diferença. A única coisa é que, algures, perdeu a esperança. E já há algum tempo que ele se força a não sonhar. “O que é que adianta?” dizia ele para si.



Pobre Raul! Foi vendido por um amigo por “trinta moedas de prata.” Pobre João! O coração dele estava certo, mas a sociedade rodou o interruptor mental dele da contribuição para a sobrevivência. Ele apenas estava a funcionar como a maior parte dos outros. O João impingiu ao Raul uma “chispa,” reacendeu nele o fogo da esperança e, ao mesmo tempo, preparou-o para o desencorajamento, culpa, rejeição e falhanço. Desta vez, o fogo do Raul pode apagar-se!

O João foi irresponsável. O Raul nunca se deu conta do que o esperava. Não só desconhecia as regras do jogo, como não tinha um plano de ataque nem uma atitude vencedora, nem sequer sabia que fora recrutado para o “jogo da vida acelerado.” A única coisa que ele sabia era “que isto era uma oportunidade privilegiada e que aqueles que entrassem agora iam ficar ricos.”

Portanto, o Raul resplandecia! Durante quanto tempo é que vai durar? Ele vai em frente para patrocinar um amigo com o pensamento consciente de que está a propor um bom negócio, enquanto que, subconscientemente, sabe que vem de um padrão de sobrevivência, ganância e da necessidade de colocar comida em cima da mesa. Lá bem no fundo, sente-se como se estivesse a vender um amigo por “trinta moedas de prata.” Acena com uma bandeira vermelha que diz: “Rejeita-me.” Se ele não for rejeitado, talvez mergulhe ainda mais fundo, mas a culpa está a formar-se. Ao fim de algumas rejeições e uma overdose de culpa, sente-se um artista do “conto do vigário” e um falhado. E o João interroga-se porque é que o Raul o evita, porque é que ele, pelo menos, não usa os produtos?” A resposta é simples. O Raul não usa os produtos, porque lhe lembram o seu fiasco.



A história do Raul é tão típica. É triste e sem sentido. Agir dentro da estrutura mental que é a contribuição vai criar resultados completamente diferentes. Vamos voltar atrás, rodar o interruptor, voltar a descrever a história dentro de um padrão de contribuição e responsabilidade.

Desta vez, o João leu o livro GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS e tem uma imagem do MMN completamente diferente, bem como um sentido de responsabilidade quando se trata de patrocinar.

O João diz ao Raul que escolheu como passatempo o desenvolvimento pessoal. De modo a manter isso entusiasmante e estimulante, ele e um grupo de amigos jogam um

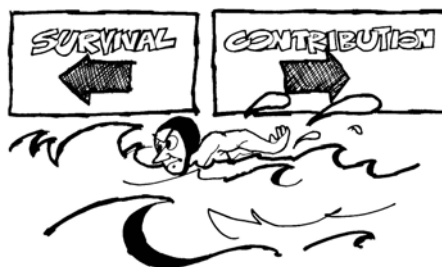
jogo a que chamaram “Vamos Tirar o Máximo da Vida.” Como um grupo, dão-se treino e apoiam-se uns aos outros. O propósito deles é “apoiares-se uns aos outros no desenvolvimento das atitudes e dos hábitos que fazem com que a vida funcione e seja preenchedora.”

O João dá ao Raul uma cópia do livro GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS para que ele possa ter uma imagem realista e saudável do MMN. A relação deles tem início dentro de uma estrutura de franqueza, realismo e integridade. Começa enriquecedora e, pelo menos, tem uma hipótese.



Se o Raul decidir abandonar o caminho do menor esforço e jogar o jogo acelerado, vai sentir-se bem consigo próprio, com o MMN, os seus produtos e a oportunidade que tem de crescer e ser um exemplo para outros. Já não há culpa! O Raul está resplandecente, e provavelmente desta vez ele não sai. Anseia por partilhar o seu tempo e a sua vida com outras pessoas. O seu amor-próprio cresce cada vez que apresenta as suas ideias e oportunidades. Nunca é rejeitado pessoalmente. Como é que alguém poderia rejeitar uma oferta de contribuição? Claro, algumas das suas prováveis pessoas rejeitam a oportunidade de acelerar as suas vidas. Para algumas pessoas, é demasiado confrontativo; para outras, não é a altura certa; e outras têm medo de ficar assim tão “vivas.” A coisa mais importante é que a auto-imagem do Raul mantém-se saudável, e ele não toma pessoalmente qualquer rejeição.

Mas que diferença! De repente, estamos a ir com a maré, deixamos de nadar contra a corrente. A direcção a partir da qual a maioria das pessoas tenta satisfazer as suas necessidades, normalmente, acaba por se tornar num “círculo vicioso de sobrevivência.”



Graças a Deus que as coisas nem sempre são como parecem! O que funciona é cavalgar na direcção em que o cavalo segue. Por outras palavras, quando partimos de um ponto da contribuição, as nossas necessidades de sobrevivência e estéticas ficam tratadas por natureza. Isto é especialmente verdade em marketing de multi-níveis. Aqui acabamos por estar num “círculo precioso” de dar e receber.

A lei universal do marketing de multi-níveis é:

RECEBE-SE O QUE SE DÁ!

E, é claro, todos nós sabemos que obtemos da vida exactamente o que pomos nela. Apenas precisamos de deixar de nos esquecer disto! E nisto temos o valor absoluto e transformador de vidas do MMN. Uma organização construída com base na contribuição é uma lembrança constante daquilo que funciona na vida. É uma estrutura positiva, criativa e enriquecedora dentro da qual se pode funcionar, é uma estrutura que nos leva para fora do nosso círculo vicioso.



Já alguma vez reparou quão bem a vida funciona? A única altura em que não funciona é quando nós invalidamos isso, quando achamos que “a vida não funciona”, quando tentamos duplicar a “mentalidade da multidão.” A história e a economia mostraram sempre que as massas estão erradas. Nos mercados de valores e de matérias-primas, as multidões compram sempre em alta e vendem sempre em baixa. Se não quer que a sua vida funcione, siga as massas; siga o caminho do menor esforço. Mas, por outro lado, se quer que a vida lhe pague nos seus termos, jogue o máximo – jogue “o jogo acelerado da vida.” Atreva-se a ser diferente, atreva-se a ser um vencedor!

PONTOS A RECORDAR:

O treino deste primeiro capítulo devia levar-nos a inovações em três áreas-chave. A primeira está relacionada com a imagem do marketing de multi-níveis. A começar por si, a nova imagem devia ser de profissionalismo e serviço. Aqueles de entre nós que querem jogar o mais difícil mas igualmente compensador “jogo acelerado da vida” irão ser respeitados e ser conhecidos como pioneiros. A começar por si, o MMN é um jogo completamente novo.

A segunda área lida com a sua atitude e a imagem de si próprio. Crie para si mesmo a atitude de que a vida e o MMN são jogos e passatempos para apreciar por muitos anos vindouros. Utilize a sua vida e o MMN como veículos através dos quais pode contribuir para os outros. Perceba que agora está completo, tem tudo o que é necessário para levar uma vida produtiva e preenchente. Quando se participa no MMN com o nobre propósito de contribuir para outros, automaticamente se experimentam inovações na auto-confiança e na imagem, e você marca verdadeiramente a diferença.

A terceira área de inovações tem a ver com resultados. Ao ser treinável e ao partir de um ponto de contribuição, os seus resultados (necessidades de sobrevivência) ficam tratados. Pense nos seus produtos de MMN e na oportunidade de rendimento como os efeitos secundários do seu passatempo. E esteja seguro de que, se você e a sua linha descendente tiverem imagens positivas e saudáveis tanto do MMN como de vocês mesmos, os produtos vão ser consumidos e os bónus vão ser ganhos. O respeito por si próprio, pela sua oportunidade no MMN, e pela sua linha descendente, associados à constante aplicação de energia, irão produzir os resultados desejados. Lembre-se sempre: “Recebe-se o que se dá.”

O resto deste livro vai ser dedicado aos detalhes do MMN. Não se está verdadeiramente no jogo até se perceberem as regras. No Capítulo Dois, são esboçadas estas regras. Capítulos posteriores vão ensiná-lo a desenvolver uma estratégia vencedora à sua medida.

- **A NOVA IMAGEM DO MMN:**
O MMN é um jogo novo.
- **A SUA NOVA IMAGEM:**
Agora VOCÊ está completo.
- **SEJA TREINÁVEL:**
Parta de um ponto de Contribuição –
“RECEBE-SE O QUE SE DÁ”



2 AS REGRAS DO JOGO

Existem regras, regulamentos, leis e princípios que governam todos os aspectos da vida. De tempos a tempos, todos nós colidimos com as impiedosas regras da realidade. E a meu ver muitas pessoas falham na vida, e na vida acelerada (MMN), porque não compreendem totalmente os princípios envolvidos.

A experiência passada em marketing de multi-níveis revelou as sete regras seguintes, a que nos iremos referir como princípios:

1. O PRINCÍPIO DO GIGANTE EMOCIONAL
2. O PRINCÍPIO DO INVESTIMENTO
3. O PRINCÍPIO DA DUPLICAÇÃO
4. O PRINCÍPIO DA MOVIMENTAÇÃO DE PRODUTOS
5. O PRINCÍPIO DA LARGURA versus PROFUNDIDADE
6. O PRINCÍPIO DA CONTRIBUIÇÃO
7. O PRINCÍPIO DO CRESCIMENTO PESSOAL

1. O PRINCÍPIO DO GIGANTE EMOCIONAL

O princípio do gigante emocional diz: “Qualquer que seja a imagem que um distribuidor tenha de si próprio e do marketing de multi-níveis, ela vai infiltrar-se pela sua organização fora.”

Parece quase místico, e talvez seja telepático mas, o que quer que seja, funciona! Se você for um gigante emocional, os distribuidores na sua família de MMN também terão tendência para sê-lo.



Um gigante emocional é uma pessoa que vem de um ponto de contribuição, tem uma imagem de si saudável, e procura o que há de bom nas pessoas e nas circunstâncias. Tem tanto propósito e direcção, tanto que fazer, que não tem muito tempo para lamúrias, gemidos e queixumes. E quando o faz, não é certamente na presença da sua linha descendente. Ele dá o exemplo, ele marca o ritmo.

Por outro lado, anões emocionais são pessoas de mente tacanha que continuamente falam sobre outras pessoas e sobre problemas. O gigante emocional fala sobre ideias e soluções. Está confiante e despreocupado sobre o que outros possam pensar dele. O seu pensamento é: “O que possam pensar de mim não é do meu interesse.”

Aquilo de que estamos a falar não é de pensamento positivo. Eu não gosto de pensamento positivo e ainda gosto menos de pensamento negativo. O pensamento de um gigante emocional é pensamento claro – pensamento honesto – pensamento que faz a diferença.

A razão deste princípio ser tão crucial é porque nós ficamos iguais às pessoas com quem nos associamos. Se quiser que os seus associados sejam bons executantes, então você tem de ser um bom executante. E se quiser ser um bom executante, então

associe-se com quem é. Algumas das melhores oportunidades de crescimento e motivação são as reuniões e os encontros ligados ao marketing de multi-níveis. Estes acontecimentos sociais permitem juntarmo-nos com outras pessoas com ideias semelhantes, e o apoio pode ser muito benéfico.

Pessoalmente, descobri que o melhor factor que nos leva a ser gigantes emocionais é a acção. Muitos dos nossos colegas de equipa gastam tanto tempo a planear e a fazer preparativos para fazerem qualquer coisa, que acabam por fazer muito pouco. Temos de aprender a “promover a acção”... pôr as coisas a andar... correr o risco. Enquanto ficarmos imobilizados pelo medo, não temos escolha, não temos hipótese.

Há alguns anos atrás li um livro chamado VIDA DEPOIS DA MORTE. Descrevia as experiências e as atitudes consequentes de pessoas que tinham sido dadas como clinicamente mortas e depois trazidas de volta à vida. Para a maior parte delas, a vida tinha adquirido um significado totalmente novo. Em vez de viverem num passado que já não existia, ou num futuro que nunca existirá, elas começaram a viver no presente, momento a momento. O impacto da experiência de uma morte aparente transformou-os em gigantes emocionais.

Não seria fantástico se todos pudéssemos ter uma experiência de morte aparente? Não seria fantástico se pudessemos assistir a um “workshop de mortos aparentes,” que resultasse num prazer renovado por viver. Michael Cross escreveu uma canção que dizia qualquer coisa assim: “Se um médico vos dissesse que iam morrer, não iriam fazer o que vos apetecesse? Ouçam-me irmãos, a vida é apenas mais uma doença mortal!”



A vida é curta! Decida hoje tornar-se num gigante emocional. Porque não olhar para a sua vida como sendo uma das maiores companhias do mundo? Um empreendimento assim merece ter um profissional ao leme, e você vai ser esse género de profissional se pensar e disser que é. Henry Ford disse uma vez. “Se pensar que consegue ou se pensar que não consegue, tem razão.”

Em marketing de multi-níveis, tal como na vida, os desistentes nunca “vêm a floresta por causa das árvores.” Aqueles que se mantêm envolvidos e experimentam as alegres recompensas são os que têm objectivos a longo prazo, objectivos bem mais importantes do que apenas o dinheiro. Estabeleceram as suas prioridades e os seus compromissos, e o sucesso financeiro segue-se naturalmente.

A vida não é um esquema de “enriquecer depressa,” e o MMN também não. As riquezas da vida e do MMN vêm, devagar mas seguramente. As recompensas, a satisfação são garantidas a qualquer um que jogue dentro das regras e que jogue o máximo. E é aí que entra a nossa segunda regra.

2. O PRINCÍPIO DO INVESTIMENTO

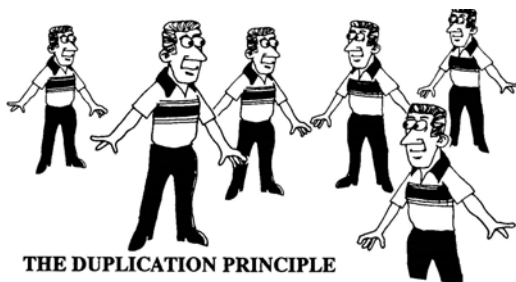
O princípio do Investimento diz: “De início, faz-se mais do que se recebe, mas no final, é-se pago por mais do que aquilo que se faz.” Aqui encontramos mais um dos princípios da vida e que o MMN intensifica. Em marketing de multi-níveis, demora-se de várias semanas a vários meses para patrocinar três jogadores-chave de primeiro nível, e a ajudar cada um deles a patrocinar jogadores em 2 ou 3 níveis de profundidade.

À medida que mais e mais jogadores entram na equipa, as amizades e as oportunidades de contribuir começam a multiplicar-se. É preciso trabalho árduo e dedicação para construir a fundação da sua família MMN. De início, as recompensas e o sentido de satisfação podem parecer pequenos comparados com os seus esforços. Mesmo assim, se a fundação for sólida, a organização vai atingir um ponto em que ela se expande muito mais rapidamente do que conseguiria unicamente através dos seus esforços. Uma vez mais, as recompensas financeiras são um sub-produto natural. A dada altura, a organização consome e comercializa produtos suficientes para gerar um cheque de bónus muito saudável. Uma organização estável de jogadores dedicados vai continuar a gerar um bónus semelhante, mês após mês. E é nesta altura que se começa a ser pago por mais do que aquilo que se faz.

Assim, o princípio do investimento diz: “Estejam na vida e no MMN a longo prazo.” A vida é uma experiência contínua e o marketing de multi-níveis também. Estabeleçam planos a longo-prazo do género “reformatar-me daqui por 3 a 5 anos.” Sim, marketing de multi-níveis pode antecipá-lo para uma reforma confortável num espaço de 3 a 5 anos, se for um jogador dedicado e vier de um ponto de contribuição. Lembre-se, nós obtemos da vida e do MMN exactamente aquilo que damos!

Se não adoptar este grande passatempo, esta grande oportunidade de contribuir, esta grande oportunidade financeira, onde é que vai estar emocionalmente e financeiramente daqui por 5 anos? Decida-se agora a investir em si mesmo, a investir noutros, em seguir por este caminho de responsabilidade, por este caminho que tende a moldar e a talhar alguém como você num líder, num contribuidor. Aceite responsabilidade pela vida e pela diferença que isso pode fazer, seja tudo aquilo que pode ser, e mostre o caminho a todos aqueles que tenham a sorte de se cruzarem consigo. A vida e o MMN permitem-nos duplicar a nossa magnificência através do exemplo, e esse é o assunto da nossa terceira regra.

3. O PRINCÍPIO DA DUPLICAÇÃO

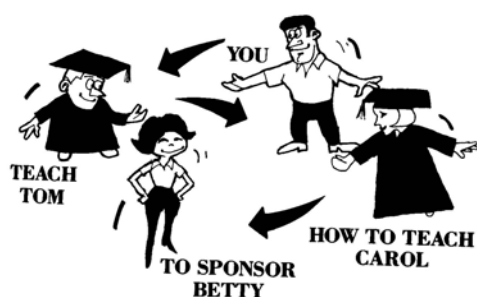


O princípio da duplicação diz: “Mantenham as coisas simples.” Não importa qual o grau de eficácia e de sucesso que se tenha na vida ou no MMN, contribui-se mais sendo duplicável. E quanto mais complicado você e as suas técnicas forem, mais difícil será duplicá-lo.

Pode patrocinar a Joana e contribuir grandemente para ela, mas se ela não puder duplicar o mesmo com a Patrícia, o processo acaba. Para uma organização continuar a crescer em profundidade, o recrutamento, o treino e a motivação têm de ser simples e duplicáveis.

Uma vez que não há limite para o número de vezes que uma pessoa se possa duplicar, “o limite é o céu.” A sua linha descendente pode continuar a crescer e os seus cheques de bónus podem continuar a aumentar. Eles dependem apenas de como você e a sua linha descendente se duplicam.

E o que é que é mais duplicável? O que é que é mais simples? É claro que a resposta é óbvia. Todos nós podemos duplicar honestidade, sinceridade e integridade. Se nós “falarmos francamente,” dissermos como é e evitarmos a tendência para exagerar e “vender a Lua,” então vamos ser fácil e naturalmente duplicáveis.



Tal como Don Failla salienta no seu livro *COMO CONSTRUIR UMA ORGANIZAÇÃO GRANDE E COM ÊXITO DE MARKETING DE MULTI-NÍVEIS*, “nunca nos encontramos duplicados numa perna do nosso negócio MMN, até que essa perna tenha pelo menos 3 gerações em profundidade.” Por outras palavras, o princípio da duplicação funciona em ciclos de três. O ciclo é mais ou menos assim: você patrocina o Tomás e ensina-o a ensinar a Carla a patrocinar a

Elizabete. Nesta altura, você tem três gerações em profundidade e pode ir trabalhar com outro grupo. Esta perna vai continuar a crescer. E o Don enfatiza: “VOCÊ TEM DE TER TRÊS EM PROFUNDIDADE! Não se tem nada, até se terem três em profundidade e só nessa altura é que se está duplicado.” E diz ainda que este princípio é uma chave importante para o sucesso de um distribuidor de MMN.

4. O PRINCÍPIO DA MOVIMENTAÇÃO DE PRODUTOS

O princípio da Movimentação de Produtos diz: “Você tem de ser o seu melhor cliente.” Tal como foi salientado no Princípio do Gigante Emocional, no MMN, as suas atitudes e as suas acções infiltram-se pela sua organização. Consequentemente, é imperativo que se dê o exemplo daquilo que se quer ver duplicado pela linha descendente. Se não gostar e não usar os produtos do seu MMN, a sua linha descendente também não!

Se estiver entusiasmado com os produtos, e descobrir maneiras novas e criativas de os usar, a sua linha descendente também! O resultado final é este: se não pensar em utilizar sempre que possível os seus produtos de MMN na sua vida diária, pode mesmo também esquecer construir uma organização. Vai estar não só a perder o seu tempo mas também o daqueles que patrocina. Afinal os bónus só são pagos pelos produtos movimentados através da sua família de MMN. Por outras palavras, os bónus são directamente proporcionais ao volume dos produtos, e não importa se os produtos são consumidos dentro da organização ou comercializados fora dela.

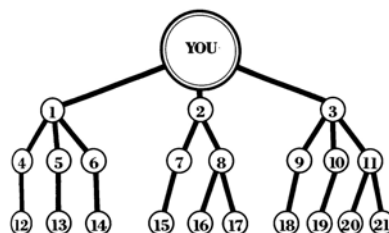
Os produtos são movimentados em MMN de um modo muito diferente do que são em venda directa. Em MMN, uma pessoa não tem de se preocupar a quem é que vai vender os seus produtos. A venda a retalho ocorre no processo de procurar novos jogadores. A venda directa, por outro lado, exige vendas a retalho contínuas, e só de 3% a 5% da nossa população é que tem uma personalidade compatível com esse género de vendas difíceis. As pesquisas provam que certas pessoas nascem vendedoras e que os treinos de vendas pouco têm a ver com o seu sucesso. Em venda directa, 20% das pessoas movimentam 80% dos produtos, ou seja, poucos vendedores movimentam muitos produtos. Em MMN, o oposto é verdade! Em marketing de multi-níveis, têm-se muitos distribuidores e cada um movimenta só uma pequena quantidade de produtos.

Se vai jogar MMN, jogue o máximo. Jogar o máximo quer dizer marcar o ritmo e usar religiosamente os seus produtos de MMN.

5. O PRINCÍPIO DA LARGURA versus PROFUNDIDADE

O Princípio da Largura versus Profundidade diz: “Uma organização de marketing de multi-níveis tem de ter tanta largura como profundidade. Uma sem a outra, é infrutífero.”

Por largura, queremos dizer o número de distribuidores que se patrocina pessoalmente. Se uma pessoa patrocina 2 pessoas, a sua organização tem 2 de largura; se patrocina 5, tem 5 de largura, e por aí fora. A profundidade da sua organização tem a ver com distribuidores patrocinados abaixo do seu primeiro nível. Se houver distribuidores nos 2º, 3º, 4º e 5ºs níveis, a sua organização tem 5 de profundidade, e por aí fora.



3-WIDE X 3-DEEP

3 de largura x 3 de profundidade

É claro, tem de se ter alguma largura (pelo menos 1 de largura) antes de se criar qualquer profundidade. Mas o erro que a maior parte dos jogadores comete é pensar que precisa de montes de largura. É verdade que quantas mais pessoas se patrocinam, mais pernas se têm a trabalhar. Talvez!

Quando se patrocina um distribuidor de 1º nível, é como começar um novo negócio. Como qualquer outro negócio novo, requer direcção e supervisão. Sem a atenção pessoal necessária para estabelecer o negócio, ele vai provavelmente à falência. A pessoa que gasta muito do seu tempo a começar negócios (patrocinar), e muito pouco tempo a supervisioná-los, vai descobrir que aqueles que começou anteriormente vão falir tão rápido, como novos podem ser adicionados. Em pouco tempo, o patrocinador vai ser confrontado com o facto de que desperdiçou muito tempo e energia.

Assim, a chave para este princípio é não patrocinar mais distribuidores de 1ª linha do que aqueles de quem se pode tomar conta convenientemente. A nossa recomendação é de não patrocinar mais do que três jogadores-chave de cada vez (aqui, mais uma vez operamos dentro de um ciclo de três). Por jogadores-chave, entendam-se aqueles que compreendem o jogo e estão dispostos a jogar o máximo.

Depois de patrocinar 3 distribuidores-chave, você e eles começam a patrocinar em profundidade. Só através da profundidade é que uma perna específica do seu negócio se pode tornar estável. Normalmente, pelo menos à quinta geração, um jogador excepcional entra no jogo. As hipóteses são de que ele perpetue essa perna e faça com que ela se torne um negócio estável. É raro que uma perna que tenha de 8 a 10 gerações de profundidade vá à falência.

A profundidade da organização não só cria estabilidade, mas também rentabilidade. Mesmo que se tivessem 50 de largura, sem profundidade, a sua linha descendente não seria suficientemente grande para gerar muito volume. Se cada uma das 50 pessoas estivesse a utilizar mensalmente produtos no valor de 40 euros, o volume da sua linha descendente seria de 2.000 euros. Por outro lado, uma vez que a sua organização se expande geometricamente em profundidade, se você só tiver 3 em largura, e cada

distribuidor em linha descendente, em 6 níveis, tiver 3 de largura, a sua linha descendente teria 1.092 distribuidores. 1.092 x 40 euros é igual a um volume mensal de 43.680 euros. O resultado final é este, 1 linha desce que consista de 1.092 jogadores é muito mais estável e rentável do que uma de 50 jogadores. Além disso pense em quantas mais oportunidades vai haver para contribuir dentro de uma organização maior.

Uma vez que tenha treinado os seus distribuidores-chave numa profundidade estável, e os tenha ensinado a treinar, você está pronto para começar um outro ciclo de três... 3 em largura por, no mínimo, 3 em profundidade.

Agora que percebeu porque é que uma “largura superficial” é instável e infrutífera, não vamos subestimar a importância de uma “largura profunda”. Por mais importante que seja a profundidade, por si só não é a resposta. Tem de se ter ambas, largura e profundidade, porque todos os planos de bónus de MMN só estipulam compensações até uma determinada profundidade descendente. Se a sua organização continuar a crescer mais abaixo desse nível, isso acrescenta à sua estabilidade, mas não necessariamente à sua rentabilidade. Além disso, a maior parte dos planos de bónus em MMN requer um certo número em largura para se aproveitar de determinada profundidade. Consequentemente, uma organização de MMN de “uma perna” raramente gera um rendimento significativo. Por outras palavras, não se pode apenas patrocinar um “fura-vidas” e ficar-se rico. As super-estrelas são ótimas, mas MMN requer trabalho de equipa. As super-estrelas nem sequer teriam um jogo para jogar, se não fosse o resto de nós. Além disso, mais frequentemente do que o contrário, as super-estrelas são mais faíscas de curta-duração do que um brilho duradouro. E há valor em arranjar tempo para fazer as coisas como devem ser feitas, especialmente em MMN. Essencialmente em MMN, os grandes rendimentos são o resultado de uma estável e profunda largura. A razão disto pode ficar clara com Ronald McDonald. Por exemplo, vamos dizer que os restaurantes McDonald geram um rendimento mensal de 5.000 euros cada um. Uma pessoa podia ter um McDonald e ganhar 5.000 euros por mês, ou ter cinco e ganhar 25.000 euros. Começar com os 5 ao mesmo tempo pode ser assombroso e conduzir à falência. Porque não ir devagar mas seguro? Porque não começar um, pô-lo a andar calmamente, depois começar com outro, e mais outro, e por aí fora.

O marketing de multi-níveis é um negócio. É um negócio sem os aspectos negativos de muitos outros negócios. É um negócio com um potencial ilimitado. Porque não reconhecê-lo como tal? Porque não tratá-lo como tal? Só quem fizer isto é que beneficia dele desse modo!

Em suma, este princípio requer que uma pessoa patrocine alguns jogadores-chave e os transforme em grupos estáveis, antes de patrocinar outros. Patrocinar, depois ensinar... Patrocinar, depois ensinar... Patrocinar, depois ensinar!

6. O PRINCÍPIO DA CONTRIBUIÇÃO

O princípio da Contribuição diz: “Na vida e no MMN, nós recebemos aquilo que damos.” E essa é a razão pela qual algumas pessoas recebem tanto da vida e do marketing de multi-níveis. Elas apenas tiram proveito das oportunidades ilimitadas de contribuir para outros.

Poder-se-ia dar um sub-título a este princípio: “Partilhar e Interessar-se.” E quem é que não gosta de partilhar e que se interessem por si? Mais uma vez, falamos das coisas

básicas. O facto é que os outros querem que partilhemos a nossa vida com eles, e querem que nos interessemos por eles.

A frase “viver é dar” vem-me à mente, bem como a história dos 2 mares perto da Galileia. O Mar da Galileia é alimentado por rios e riachos. Recebe a contribuição deles e passa-a. Ele recebe, dá, vive. O Mar da Galileia é um mar vivo. Por outro lado, o Mar Morto é alimentado por rios e riachos, mas em vez de passar a água mantém-na, para a transformar em estagnada e morta. O Mar Morto não dá, não vive.

Assim são as nossas vidas. Se damos, vivemos. E quanto mais damos, mais obtemos. Todos nós já ouvimos dizer que quem ensina é quem mais aprende. Uma outra maneira de colocar a coisa é: “Quando se faz uma diferença na vida de outra pessoa, uma diferença maior é feita na nossa própria vida”.

OBRIGADO PELA AJUDA... OBRIGADO A TU!

Lembra-se como o marketing de multi-níveis acelera a vida? MMN aumenta as nossas oportunidades de dar e portanto, de receber. No Primeiro Capítulo, aprendemos a virar o interruptor e a partir da contribuição em vez da sobrevivência. A maior parte das pessoas parte disto: “Quando tiver, eu dou... quando tiver o que eu quero, vou poder dar aos outros.” E não funciona: “Receber, depois dar”. O que funciona é: “Dá, depois recebe... Dá, depois recebe... Dá, depois recebe!” – o “círculo precioso.”

7. O PRINCÍPIO DO CRESCIMENTO PESSOAL

O Princípio do Crescimento Pessoal diz: “O marketing de multi-níveis é um veículo de alta-capacidade através do qual se experimenta crescimento pessoal.”

PRECISO DE DIZER MAIS? Eu podia ser redundante, mas os livros que são redundantes põem-me doido. Por vezes, é necessário a redundância, mas mais vezes do que o contrário, é uma perda de tempo e de energia.

O que eu quero repetir é: “O marketing de multi-níveis pode levá-lo até onde quer chegar, mais rápido!” Talvez queira:

- mais amigos
- mais oportunidades para contribuir
- melhorar a sua parte nas relações
- desenvolver as suas capacidades comunicativas
- desenvolver as suas capacidades de liderança (de treinar)
- possuir e operar o seu próprio negócio
- suplementar o seu rendimento
- ser o melhor que puder ser
- tornar-se financeiramente independente
- jogar a vida ao máximo

O MMN pode ajudá-lo a tornar-se, a fazer e a ter quase tudo na vida. Porquê? Porque o MMN é a VIDA... O JOGO ACELERADO DA VIDA.

É bastante óbvio que o Jogo Acelerado da Vida também vai acentuar medos, frustrações, falhanços, etc. Não lhe falta nada; está lá tudo – a vida, em geral. A “escola dos contratempos” ou a “Universidade da Vida” pode agora ser referida como sendo a Universidade do Marketing de Multi-Níveis, ou UMMN. Eu acredito verdadeiramente que uma pessoa que dê o máximo no jogo do MMN possa

experimentar uma “vida inteira normal” numa questão de poucos anos. O MMN, definitivamente, acelera o processo, o processo da vida em si.

Agora que percebe as sete regras básicas do jogo, não seria fantástico saber quais as fases por que se passa, à medida que o jogo progride? Claro que seria, e até é justo que se saibam. Portanto, vamos seguir em frente para o Capítulo Três: “A Progressão Natural de Um Jogador.”

PONTOS A RECORDAR:

1. O PRINCÍPIO DO GIGANTE EMOCIONAL:

Uma pessoa torna-se igual às pessoas com quem se associa. “Aquilo que pensam de mim não é problema meu.”

2. O PRINCÍPIO DO INVESTIMENTO:

No fim, recebe-se mais do que o que se faz!

3. O PRINCÍPIO DA DUPLICAÇÃO:

Mantenha as coisas simples. ENSINE O TOMÁS... A ENSINAR A CARLA... A PATROCINAR A ELIZABETE. “ O LIMITE É O CÉU!” Não venda a Lua – fale francamente.

4. O PRINCÍPIO DA MOVIMENTAÇÃO DE PRODUTOS:

“ Você tem de ser o seu melhor cliente.”

5. O PRINCÍPIO DA LARGURA versus PROFUNDIDADE:

Largura PROFUNDA = Rendimento ESTÁVEL

Largura SUPERFICIAL= FALÊNCIA !

6. O PRINCÍPIO DA CONTRIBUIÇÃO:

Recebe-se aquilo que se dá!

O CÍRCULO PRECIOSO: DAR – RECEBER – DAR – RECEBER

7. O PRINCÍPIO DO CRESCIMENTO PESSOAL:

O MMN estimula o desenvolvimento pessoal.

3

A PROGRESSÃO NATURAL DE UM JOGADOR

A vida é uma progressão contínua, mas ela acontece em ciclos... altos e baixos... para cima e para baixo. Diz-se que a única coisa que é constante na vida é a mudança! Se isto for verdade, “tudo tem de passar.” Por outras palavras, se está actualmente a experimentar na vida o seu momento mais baixo ou o mais alto, isso é apenas um fenómeno passageiro.

O factor de compensação acerca deste ciclo, que é você, é que ele é de tendência ascensional. Não só os altos ficam mais altos, mas os baixos ficam também mais altos.

As nossas vidas progridem naturalmente na direcção da iluminação, da realização e da satisfação. O que é natural é que as nossas vidas funcionem. E por vezes, quando parece que não estão a funcionar, é apenas porque nós forçamos a que as coisas aconteçam, tentamos jogar futebol senior com regras de futebol infantil.

A vida e o MMN fluem numa progressão natural, e o que funciona connosco, jogadores, é ir com a corrente. Uma outra maneira coloquial de dizer isto é: “Temos de andar antes de podermos correr.”

O propósito deste capítulo é identificar as fases através das quais pessoas, projectos e organizações progridem. A nossa consciência destas fases vai minorar a tendência que temos de “colocar a carroça à frente dos bois.” Vamos poder avançar dando um passo de cada vez, assentar numa fundação sólida e não ficar desencorajados facilmente. Muitas vezes, ficamos desencorajados por só nos encontrarmos na página 30 e querermos estar na página 50, sem sabermos que a página 30 é exactamente onde deveríamos estar.

A lista seguinte mostra as fases naturais da progressão e como elas se relacionam com uma vida, uma carreira de um atleta, e uma carreira em MMN. As idades e os períodos de tempo são só aproximados.

FASE	VIDA	ATLETA	MMN
Formulação	0-6 anos	Liga Infantil	1-4 semanas
Concentração	6-20 anos	Liga Escolar	1-2 anos
Momentum	20-50 anos	2ª Divisão	3-5 anos
Estabilidade	50-?	1ª Divisão	Independência Financeira

Mantendo o tema do desporto, podíamos dizer que, para marcar pontos, têm de se tocar todas as bases. Por outras palavras, não se pode chegar à estabilidade sem completar as três fases anteriores. Vamos pegar nelas uma de cada vez e ver como se relacionam mais especificamente com o marketing de multi-níveis.

A FASE DE FORMULAÇÃO

Em MMN, a fase de formulação é o período de tempo em que está a ler este livro, especialmente o capítulo seguinte: “ESTABELECEER UM PLANO DE JOGO.” Esta fase é o projecto a partir do qual é construída a organização de MMN, a estrutura dentro da qual trabalhar. É idêntica à fase de formulação numa criança, em que os padrões mentais criados afectam drasticamente a sua vida inteira.

Está a ver? A fase de formulação é a fase mais curta, no entanto, é a mais crítica, uma vez que lança a pista por onde se vai correr. Portanto, O Capítulo Quatro, vai treiná-lo a formular as atitudes, os hábitos, as acções, os propósitos e os planos que funcionam em marketing de multi-níveis.

A FASE DE CONCENTRAÇÃO

Em MMN, a fase de concentração é onde colocamos a bola a rolar. É a altura de “aproveitar a oportunidade.” Como a minha mãe costumava dizer, “Qualquer coisa que valha a pena fazer, vale a pena fazê-la bem. E para a fazer bem, normalmente, leva tempo.”

O tempo nesta fase pode ir de 6 meses de esforço concentrado, até a alguns anos a um ritmo mais descansado. A coisa mais importante para se perceber é que a fundação é construída durante esta fase. A qualidade e a integridade futuras da organização de MMN são determinadas durante este período.

Alguns talvez queiram aplicar um esforço intensivo durante um período de tempo mais curto; mas, para a maioria, isso retira-lhe toda a graça. Torna-se mais como um trabalho do que como um passatempo, e a tendência é para “uma pessoa dar cabo de si”. Lembre-se, quanto mais realística e a longo-prazo for a abordagem, mais se assemelha a um passatempo. Não se tem de criar uma organização enorme e rentável de um dia para o outro. No entanto, não se pode utilizar esse pensamento como “desculpa” para não se jogar o máximo. A finalidade é estabelecer um ritmo confortável de corrida de fundo. A abordagem de sucesso para a vida e para o MMN é mais como a de um corredor de maratona do que a de um velocista.

A fase de concentração é quando se começa a patrocinar em largura e em profundidade, criando a base da organização a partir da qual pode começar a fase de momentum. O tempo envolvido na fase de concentração varia com a qualidade da liderança e o compromisso dos jogadores. Uma organização construída com base numa liderança forte que é duplicada em linha descendente, e que contenha uma elevada percentagem de jogadores sérios, vai encontrar-se na fase de impulso muito antes de uma organização a que faltem estes atributos.

A FASE DE MOMENTUM

Se a fase de formulação é o “projecto” a partir do qual a “fundação” é iniciada na fase de concentração, a fase de momentum é quando o “esqueleto do edifício” rapidamente começa a tomar forma. De repente, começam a ver-se resultados. De repente, a estrutura torna-se visível.

Antes do momentum, experimenta-se “fazer-se mais do que aquilo que se ganha.” Parece que existem muito poucos resultados visíveis. Mas uma vez que a fase de momentum entre em funcionamento começa-se a experimentar aquela parte do princípio do investimento que é “ser-se pago por mais do que aquilo que se faz.” Finalmente começam-se a ver resultados palpáveis.

Por outras palavras, uma vez que uma organização devidamente construída atinja um determinado tamanho, parece que explode. A organização corre da concentração para o momentum automaticamente. Se uma pessoa estiver consistentemente a construir uma fundação sólida e duplicável, baseada em conversa franca e integridade, a dada altura, reconhece-se o momentum. Talvez, de repente, uma pessoa perceba que a sua organização está a crescer a passos largos e que o crescimento parece ser sem esforço. Isso é o momentum. É entusiasmante, mas como tudo o resto, não é permanente. Quanto mais tempo uma pessoa funciona dentro da fase de concentração, mais tempo dura a fase de momentum. Como consequência, a fase de momentum pode ser prolongada, prolongando o período de esforço concentrado. E ainda mais, o momentum pode ser renovado por um outro período de esforço concentrado.

Gastando de 1 a 2 anos na fase de concentração, o vosso impulso deverá durar de 1 a 3 anos mais.

Mesmo durante a fase de momentum, é preciso “continuamente” dar treino e dar o exemplo à nossa organização. O momentum é estimulante. Adapte-se-lhe, e goze cada momento.

A FASE DA ESTABILIDADE

No nosso exemplo, a fase de estabilidade é onde é realizado o propósito do esboço e da construção do edifício. Nesta altura, os inquilinos mudam-se para lá, utilizam e mantêm a estrutura. No que diz respeito à nossa organização de MMN, a fase da estabilidade implica melhoramentos graduais, não apenas manutenção. Aqui, experimenta-se um crescimento e uma expansão graduais da organização de MMN. Lembre-se, a tendência natural da vida é a melhoria e a expansão. Por outras palavras, mera manutenção tanto na vida como em MMN é instável. Esta fase está representada graficamente em baixo por uma linha que tende a subir. Noutras palavras, uma linha plana (manutenção) ou uma linha de tendência descendente (contração) não são estáveis nem na vida nem em marketing de multi-níveis.

Para a pessoa que construiu a sua organização baseada em contribuição, a fase de estabilidade pode proporcionar uma liberdade financeira e um estilo de vida, que não são iguados por nada. Esta organização proporciona um rendimento estável que vai aumentando gradualmente. A beleza disto tudo, e a razão de proporcionar liberdade, é porque o rendimento é totalmente isento de capital de risco, encargos, empregados, inventários, contabilidade complicada, trabalhar para outrém, um horário de trabalho rígido (09-18H), etc.

Até certo grau, a fase de estabilidade proporciona um rendimento que é independente de si. Pode viajar pelo mundo com a sua família e, ao regressar, descobrir que a sua organização e o seu rendimento são maiores. Mas isso não significa que durante a fase de estabilidade uma pessoa se possa tornar menos responsável. A sua organização pode requerer menos tempo e ser menos exigente, mas a necessidade da sua liderança e do seu treino vai subsistir.

A fase de estabilidade é verdadeiramente a “grande cenoura” do marketing de multi-níveis. Todos já ouvimos falar de distribuidores pelo país fora que têm sucesso e gozam de um estilo de vida incrível. As suas vidas giram em torno de viagens, comunicar e marcar a diferença. As despesas das viagens são dedutíveis nos impostos, e eles são pagos por fazerem uma coisa que é, ao mesmo tempo, agradável e recompensadora. E o “ordenado” inclui muito mais do que apenas dinheiro. As oportunidades que eles têm de crescimento pessoal são ilimitadas. As oportunidades que eles têm de contribuir para outros são ilimitadas. Funcionam dentro de uma estrutura que mantém as suas vidas na linha, uma estrutura que é o círculo precioso de dar e receber. As suas vidas são poderosas e enriquecedoras.

A propósito, eu tenho estado a falar de SI! (Isto em cima, é de facto quem você é). O seu coração anseia por contribuir de um modo grande. Eu vejo-o a si aí. Veja-se aí, comprometa-se a estar aí, e siga o plano do jogo do próximo capítulo. O plano do jogo é como uma estrada até, para, e através de cada fase do processo.

PONTOS A RECORDAR:

As nossas vidas naturalmente progridem na direcção da iluminação.

A FASE DE FORMULAÇÃO:

Planear o seu futuro em MMN.
PRECISAMOS DE TI, MIÚDO!

A FASE DE CONCENTRAÇÃO:

Construir a base do seu MMN.

A FASE DE MOMENTUM:

A sua organização de MMN torna-se visível.

A FASE DE ESTABILIDADE:

A grande cenoura em MMN.

4

ESTABELECECER UM PLANO DE JOGO

Durante o Primeiro Capítulo, ficamos conscientes de como o marketing de multi-níveis é um veículo através do qual podemos deixar uma marca nossa na vida. Desenvolvemos ainda imagens saudáveis de nós próprios, do MMN, e da relação resultante. No Segundo Capítulo, vimos quais eram as regras do jogo acelerado e descobrimos que a regra-chave é a contribuição. A contribuição faz “girar” o mundo de MMN. Progredimos para o Terceiro Capítulo e demos “uma vista de olhos” ao processo de construção e à duração de tempo aproximada associada a cada fase. Agora, no Quarto Capítulo, vamos prosseguir passo a passo através de cada fase. Podíamos referir-nos a este capítulo como as “porcas e os parafusos” do MMN. É o quarto canto da nossa estrutura.

A FASE DE FORMULAÇÃO

Como se recorda do último capítulo, a fase de formulação é o desenho, a integridade máxima, o objectivo da nossa estrutura. Na sua carreira em MMN, esta é a fase em que o seu projecto é criado. Tudo no universo físico começou como uma ideia ou um pensamento. A sua organização de MMN vai ser tão forte, ou tão fraca quanto você a desenhar para ser.

Ao arranjar um pouco do tempo necessário para desenhar o seu futuro em MMN, e ao pô-lo preto no branco, vai estar uns quantos passos à frente do grupo. Quem é que pensaria em tentar construir um enorme, multi-facetado, e bem alto complexo de escritórios sem um projecto? É claro, a resposta é ninguém! Pela mesma razão, quem é que pensaria em construir uma enorme, multi-facetada e complexa organização de MMN sem um projecto? Estranhamente, a resposta é: quase todos!

Consegue acreditar? Como é que alguém é capaz de tentar construir uma coisa, sem fazer a mais pequena ideia de como é suposto aquilo ser? O facto é que a maior parte das pessoas abordam assim não só o MMN, mas toda a sua vida.

Absolutamente essencial para si, para ir de onde está agora até onde quer estar, é saber onde quer estar. Uma vez que tenha decidido onde, tem de saber como lá chegar. Já que o “como” envolve conhecimento, método, tempo, esforço e custo, uma pessoa tem de estar disposta a fazer o que seja para lá chegar. Estou a falar de um compromisso... uma sem alternativa, um compromisso do género “queimar as pontes que ficam para trás.” O resto é história. Você vai lá chegar. O universo funciona dessa maneira. **Pessoalmente, acredito que o universo foi montado para honrar toda e qualquer intenção claramente definida e sustentada por um compromisso total.**

Agora é altura de declarar-se diferente. Não se pode dar ao luxo de seguir a multidão! O preço é a sua vida! Através da história, as massas reuniram provas de como a vida

não funciona, de como é um efeito e não uma causa. E porquê sequer considerar as provas das massas? Em primeiro lugar, elas nem nunca quiseram que a vida funcionasse. Vou colocar isto deste modo: o que as provas da sociedade lhe deram foram 30.000 mísseis balísticos intercontinentais (ICBM's) apontados à sua cabeça.

Agora é a altura de encarar as provas recolhidas por aqueles cujas vidas funcionam. A partir deste momento, vamos recolher provas que confirmem que:

- você é íntegro, capaz, adequado e completo;
- ganha a vida a fazer aquilo que gosta de fazer;
- o seu rendimento excede sempre as suas despesas;
- quanto menos trabalha, mais dinheiro faz;
- merece e pode dar-se ao luxo de ter o melhor na vida;
- o seu compromisso é saúde, riqueza e suficiência.

As pessoas cujas vidas funcionam deste modo não são diferentes de si ou de mim. A diferença nos resultados tem a ver com intenção e compromisso. Para produzir resultados espectaculares com a sua vida, pode apenas precisar de traçar um plano escrito específico, e fazer um compromisso sem alternativa, do género “queimar as pontes atrás de si”. Funciona na vida. Funciona no MMN. E além disso, se não estiver a jogar totalmente comprometido, não tem hipótese de ganhar – zero! Aquilo que está a aprender e a preparar para aplicar em marketing de multi-níveis, pode ser aplicado a todos os aspectos da vida.

Portanto, aqui na fase de formulação, você vai decidir onde quer estar. Vai criar uma pista que o vai levar aos seus destinos a 6 meses, 1 ano, 3 anos, 6 anos e 10 anos. Sem uma pista por onde correr e um destino para onde se dirigir, a sua vida vai ser gasta em desvios que não o levam a lado nenhum.

Primeiro que tudo, tem de se decidir sobre qual o seu destino final e quais as paragens pelo caminho. Depois, a pista vai ser criada para manter o seu caminho o mais directo possível. Os destinos são os seus desejos, e a pista é o seu compromisso para contribuir. Por outras palavras, o caminho mais directo para aquilo que quer é contribuir para outros.

O projecto seguinte inclui as coisas que quer ser, fazer, ter e contribuir. Cada categoria tem um ou mais exemplos. Vire a folha e comece a criar o seu próprio projecto.

DAQUI POR SEIS MESES:

DATA:/...../.....

O que eu quero ser:

Sou um Gigante Emocional.
Estou comprometido com a saúde e a riqueza.
Sou um exemplo para a minha linha descendente.

O que eu quero fazer:

Diariamente, faço jogging e mantenho o meu peso ideal.
Estou a desenvolver 3 relações enriquecedoras.
Utilizo os meus produtos de MMN regularmente e presto assistência ao crescimento da minha linha descendente.

O que eu quero ter:

Tenho mais de 40 jogadores comprometidos na minha equipa.
Tenho na minha posse produtos do meu MMN no valor de 500 euros.

O que eu quero contribuir:

Estou a treinar e a dar apoio a 3 distribuidores de primeira linha.
Estou activo na escola PTA.

DAQUI POR UM ANO:

DATA:/...../.....

O que eu quero ser:

Sou um treinador confiante e capaz.
Sou uma pessoa que funciona com integridade.

O que eu quero fazer:

Estou a desenvolver 6 relações enriquecedoras.
Eu e a minha família estamos a ter 2 férias MMN por ano, dedutíveis nos impostos.

O que eu quero ter:

Tenho mais de 80 jogadores comprometidos na minha equipa.
Tenho um rendimento mensal de MMN que excede 500 euros.
Tenho uma nova casa de 3.000 pés quadrados em Ranch Acres.

O que eu quero contribuir:

Estou a treinar e a dar apoio a 6 distribuidores de primeira linha.
Estou a ensinar a minha classe da Escola de Domingo.

DAQUI POR TRÊS ANOS:

DATA:/...../.....

O que eu quero ser:

Sou um orador público confiante e eficaz.
Sou solicitado devido às minhas capacidades de liderança.

O que eu quero fazer:

Mantenho pelo menos 15 relações engrandecedoras
Faço viagens e motivo outros regularmente.

O que eu quero ter:

Tenho mais do que 500 jogadores comprometidos na minha equipa.
Tenho um rendimento mensal do MMN que excede 3.000 euros.
O meu valor líquido excede 200.000 euros.

O que eu quero contribuir:

Dou treino e apoio a 12 distribuidores de primeira linha.
Disponho de tempo para, onde quer que eu vá, poder fazer as pessoas sorrir.

DAQUI POR SEIS ANOS:

DATA:/...../.....

O que eu quero ser:

Sou uma pessoa com poder, que contribuo com quem quer que me encontre.

Estou comprometido em ser o melhor que puder ser.

O que eu quero fazer:

Mantenho pelo menos 20 relações enriquecedoras.
Divirto-me e viajo extensivamente.

O que eu quero ter:

Tenho uma organização de MMN grande e estável.
Tenho um rendimento MMN que excede 10.000 euros por mês.
O meu valor líquido excede 1.000.000 euros.
Possuímos uma luxuosa casa numa propriedade.

O que eu quero contribuir:

Sou uma luz na escuridão, um exemplo de saúde, riqueza e felicidade.

DAQUI POR DEZ ANOS:

DATA:/...../.....

O que eu quero ser:

Sou uma pessoa internacional
Estou comprometido em fazer uma diferença a nível mundial com a minha vida.

O que eu quero fazer:

Mantenho pelo menos 30 relações enriquecedoras.
Eu e a minha família participamos activamente em ski, mergulho com garrafas, vela, pesca, voo e passeios turísticos.

O que eu quero ter:

Sou financeiramente independente.
Tenho um rendimento MMN mensal que excede 50.000 euros.
Tenho um valor líquido superior a 5.000.000 euros..

O que eu quero contribuir:

Dedico tempo todos os meses a inspirar outros.
A minha vida faz uma verdadeira diferença para outros.

A projecção a dez anos proporciona continuamente planos a longo prazo, porque deve actualizá-la, pelo menos, de seis em seis meses. À medida que vai criando os seus projectos pessoais, certifique-se de que são aquilo que realmente quer, que incluem todas as áreas da sua vida, que os expressa categoricamente, e que está comprometido a realizá-los. Antes de ler mais para diante, volte atrás e escreva pelo menos duas alíneas em cada categoria.

Força! Eu vou estar aqui quando regressar!

Muito bem! Agora que fez ao Universo os pedidos pessoais daquilo que quer, vamos assentar a pista que o vai levar até lá.

Antes, já tivemos um vislumbre daquilo que eu considero ser uma lei universal. E vou colocar isso nestes termos: "O modo de tocar no fluxo da abundância universal é partir da contribuição e estar absolutamente comprometido com intenções específicas escritas." Por outras palavras, escreva um plano que envolva contribuição e defenda-o com firmeza.

Fazer compromissos e mantê-los é essencial para que a vida funcione. Sem compromisso, a vida é a morte. Para experimentar “sentirmo-nos vivos”, temos de nos comprometer com projectos e propósitos que façam uma contribuição. Mas não temos só de fazer compromissos, temos de os manter. Se você não mantiver os compromissos, a sua vida não vai funcionar. Se o fizer, ela funciona. É tão simples quanto isto.

Este capítulo vai ser muito informativo, mas provavelmente também vai achá-lo muito motivador. Falar sobre esperança... falar sobre entusiasmo... falar sobre retirar a pressão! Se conseguir aceitar as provas que recolhi sobre a simplicidade que o MMN e a vida têm, você vai ficar extasiado.

Evidências comprovaram-me que uma vida posta em movimento na pista certa, e mantida simples, garante os resultados desejados.

Há alguns anos atrás, fui autor de um livro intitulado DINÂMICAS DA CONSCIÊNCIA, no qual eu criativa e persuasivamente apresentava um modo de reprogramarmos os nossos computadores mentais, e de alcançarmos os nossos objectivos através da utilização do poderoso nível subjectivo do complexo cérebro/mente, que é identificado como padrões de ondas alfa do cérebro num encefalógrafo. Centenas de livros foram escritos sobre pensamento positivo, inspiração, repetição de afirmações positivas, etc. Milhares de livros “Como fazer...” nos disseram que se fizéssemos este ou aquele ritual, iríamos ter sucesso.

As evidências indicam que esses livros muitas vezes não passam de um monte de disparates, talvez até mesmo o meu. Vendem-se porque uma boa ideia é sempre mais sedutora do que a verdade. Eu sei que você está prestes a afogar-se em boas ideias, e precisa de ser salvo pela verdade simples. E a propósito, eu não estou a tentar vender-lhe nada. A verdade é a verdade independentemente de você, eu, ou outra pessoa qualquer, acreditar. As únicas coisas em que temos de acreditar são os nossos julgamentos, opiniões e preconceitos (que o nosso mecanismo de sobrevivência não larga). Provavelmente, aquela voz pequenina atrás na sua cabeça (a sua voz interior) acabou de dizer: “Será que isso pode ser a verdade, ou será que é apenas a opinião dele?” E não tem importância. Não tem importância, porque quem nós somos na realidade não é o nosso sistema de sobrevivência de opiniões, crenças, julgamentos, preconceitos e coisas do género (que para simplificarmos, vamos rotular como a nossa “tralha”). Graças a Deus que podemos transcender a nossa “tralha,” porque isso nós nunca vamos mudar, não importa quantos livros “como fazer...” lemos.

90% da nossa “tralha” estava firmemente no lugar quando tínhamos três anos. O nosso mecanismo de sobrevivência agarrou-se a cada grama de “tralha” que pôde. O tema básico da nossa “tralha” é: “Para sobreviver, tenho de fazer com que os outros estejam errados e eu certo.” É claro que, enquanto funcionarmos com base na nossa “tralha,” vamos estar encurralados no círculo da sobrevivência, onde a vida nunca funciona.

Ena! Lá vem ela outra vez... aquela vozinha que diz: “Porque é que ele não vai direito ao assunto.” Bom, aqui têm. A verdade simples é:

A vida funciona! Estar numa corrente de abundância é natural.

O rio da abundância corre no mundo da contribuição, mas não no mundo da sobrevivência. Para nos deixarmos ir na corrente, apenas precisamos de mudar o

nosso interruptor mental da sobrevivência para a contribuição, observar a nossa “tralha,” mas não a deixar governar-nos. E construir um barco para passearmos.

O barco é apenas a pista que vamos criando à medida que avançamos. Poderá esclarecer este conceito, pensar na pista como sendo uma estrutura dentro da qual se opera, uma estrutura que o mantém dentro do mundo da contribuição. Vamos desenhar esta estrutura de tal modo que ela o vai manter na corrente de contribuição, tal como as paredes de um “escorrega-de-água” canalizam a água e a pessoa para um grande mergulho. O que nós queremos fazer é construir uma estrutura ou uma pista que nos transporte automaticamente para um grande mergulho em MMN e na vida. A única coisa de que precisam é de “um empurrão.” A gravidade toma conta do resto.

Eu espero que esteja claro para onde nos dirigimos e, para o caso de não estar, vou resumir:

- 1. A sua vida vai funcionar automaticamente, desde que funcione a partir de um compromisso de contribuir.**
- 2. Não se pode livrar da sua “tralha;” ela vai tentar mantê-lo em sobrevivência; a sua “voz interior” vai continuar a dizer-lhe que a sua vida não funciona. Mas a sua vontade de contribuir permite-lhe funcionar fora da sua “tralha.” Vai permitir-lhe ser suficientemente grande para observar a sua “tralha” e dizer à sua “voz interior”: “Obrigada pela preocupação, mas a minha vida funciona.”**
- 3. Uma declaração precisa, escrita preto no branco, de quem é, quem vai ser, e como é que vai lá chegar cria uma pista com rails que evitam o descarrilamento. É claro que a sua “tralha” tenta tirá-lo para fora da pista, mas à medida que você tende para esse lado, os rails batem-lhe na cara – é um acordar duro, mas é exactamente aquilo que queria e de que precisava.**

Assim, vamos começar por assentar a sua pista. Vai ser assente por fases. À medida que entramos na fase de concentração do seu negócio de MMN, vamos estabelecendo alguns compromissos no que diz respeito a patrocinar, dar apoio à sua linha ascendente e descendente, etc.

Embora se possa olhar para isso de modos diferentes, e com mais profundidade à medida que vamos avançando, parece-me apropriado nesta altura discutirmos uma outra verdade. E esta é a maior! Esta é aquela que vai transformar a sua vida. Quanto mais se alinhar por esta, maior é a diferença que vai marcar. E é assim:

“A única maneira que uma pessoa tem de se manter no mundo da contribuição é patrocinar outros no mesmo.”

Patrocinar é a linha de ataque; mantém-nos no jogo. A propósito é o único jogo que existe. Porque em tudo na vida, as pessoas ou nos vendem ou nos enganam, ou nós patrocinamo-las para o mundo da contribuição. Todos os dias, ou deixamos que as pessoas nos vendam a razão por que se devem manter na sua “tralha,” ou nós as patrocinamos. Uma pessoa “vende-se” ou marca a diferença. Não podemos experimentar transformação na nossa própria vida sem participar na transformação de outros.

Portanto, a sua posição devia ser patrocinar outros para o mundo da contribuição. E uma tomada de posição é como o Álamo – é assim, até ao fim! Quantas mais pessoas patrocinar, mais a contribuição se torna parte de si, e não só a sua capacidade de contribuir se expande, mas torna-se cada vez mais fácil manter-se na pista.

Por agora, já a grande imagem deveria estar a tomar forma. Deveria estar a começar a abarcar a magnitude do que estamos a fazer. Não estamos apenas a patrocinar outros para a nossa oportunidade de negócio de MMN. Estamos a patrociná-los para a própria vida. O MMN é meramente um *modus operandi* que nos permite fazer a transição da terra dos mortos vivos (sobrevivência) para a terra do estar vivo (contribuição).

Será que podíamos ter um propósito mais nobre na vida? É claro que não! E a "nata" é o facto de o marketing de multi-níveis nos permitir não só ganhar a vida, mas até mesmo tocar na corrente universal da abundância. Ena! Acabei de voltar a ser patrocinado. É uma emoção tão grande ser capaz de transcender a "tralha" durante tempo suficiente para reconhecer o MMN pelo que ele realmente é, pôr isso por escrito, e contribuir com isso para si. Já estou a experimentar uma enorme alegria como resultado desta contribuição, e ainda ninguém a leu. E a propósito, vamos juntar isto às nossas provas de como a vida funciona quando contribuimos.

Nesta altura, existem muito poucas dúvidas na minha mente acerca do seu desejo e da sua vontade de dar o primeiro passo. Agora é a altura do "empurrão." É a altura de "se lançar." É a altura de "tomar uma posição."

O 1º PASSO É A MINHA POSIÇÃO

DATA:/...../.....

HORA:

Quem eu sou:

Exemplo: Sou um ser que deseja colocar uma marca na vida. Não quero nada mais do que a oportunidade de marcar a diferença.

Quem vou ser:

Exemplo: A partir deste momento, comprometo-me a jogar a vida ao máximo, partindo da contribuição. O meu compromisso é para com uma vida que funciona tão bem, que todos os que a vêem ficam motivados relativamente à saúde, à riqueza e à satisfação.

RESUMINDO: O MEU PROPÓSITO NA VIDA É A CONTRIBUIÇÃO!

Como é que vou lá chegar:

Esta parte é ainda da minha responsabilidade e é a minha contribuição para consigo. É a pista, e vamos criá-la ao longo deste capítulo.

A FASE DE CONCENTRAÇÃO

Durante a fase de formulação anterior, determinámos quem você quer ser e onde quer estar, daqui por 6 meses, 1 ano, 3 anos, 6 anos e 10 anos. A qualidade daquilo que fazemos a partir desta altura vai ser determinada pela qualidade que você já lhe imprimiu. E pode notar que não existem qualidades diferentes de compromissos. Uma pessoa ou se compromete ou não. E então o que é que fez? Traz a sua integridade toda ao de cima para isto e, se for necessário, volta atrás e volta a trabalhar na sua fase de formulação. Pense em grande; crie em grande; jogue em grande. Lance-se e seja grande. Saia por aí fora e queime essas pontes. No fim de contas, vai descobrir a sua vida e vai ganhar.

Vá em frente, eu ainda vou estar aqui quando você voltar!

A COMPANHIA DE MMN

Há bastantes companhias de marketing de multi-níveis boas, mas infelizmente há mais companhias novas e instáveis do que há das que deram provas. Uma vez que este livro está a ser escrito para todos os distribuidores, independentemente da sua filiação numa companhia, em vez de recomendar companhias, vamos apenas descrever o que procurar.

O seu êxito em MMN depende principalmente de si, não da companhia. É claro que a companhia manter-se no negócio ajuda. A beleza de construir a sua organização de MMN à volta dos princípios deste livro é o facto da sua integridade não estar dependente da companhia. Se a companhia falir, a organização pode ser canalizada para outra companhia. Mas, deixe-me avisá-lo. Para começar, certifique-se de que está na companhia certa.

“Nunca mude de cavalo a meio do rio.”

Então o que é que procuramos numa companhia e em produtos ou serviços para vender? Considere o seguinte:

- 1. Se os produtos ou serviços forem consumíveis, vai ter repetições.**
- 2. Os produtos ou serviços devem ser de alta qualidade e de preços comparáveis com produtos ou serviços de retalho semelhantes, quando a comparação for “maçãs com maçãs.” (Em muitos casos, os produtos vendidos através de venda directa são ou altamente concentrados, ou superiores em qualidade.)**
- 3. Deverá haver um stock adequado dos produtos ou serviços.**
- 4. Os produtos ou serviços deverão ser empacotados atraentemente, fáceis e agradáveis de usar.**
- 5. A companhia deverá ser estável e ter um compromisso a longo prazo relativo ao seu futuro. De preferência, que tenha ultrapassado o “esforço dos-dois-anos-no-negócio.” A maior parte das que fracassam fá-lo durante os dois primeiros anos.**
- 6. A imagem da companhia é crucial. A qualidade precisa de ser evidente em toda a literatura, nos produtos, no pessoal, etc.**
- 7. Na área das vendas directas através do marketing de rede, a situação ideal é a companhia tratar da distribuição dos produtos e do cálculo e pagamento dos cheques de comissões.**

Estando correctas as logísticas acima, o resto depende de si. De facto, eu considero que o efeito da companhia no seu negócio não seja superior a 20%. Os outros 80% estão totalmente dentro do seu controlo.

O 2º PASSO É ESCOLHER A COMPANHIA CERTA DE MMN.

O NOME DA COMPANHIA, MORADA E NÚMERO DE TELEFONE É:

Eu estou comprometido a construir a minha organização através dos canais proporcionados por esta companhia. Vão ser feitos erros, mas enquanto a companhia estiver comprometida com os distribuidores “de raíz,” e estiver a fazer o seu melhor, eu

vou estar comprometido com ela e vou fazer o meu melhor. E acima de tudo, vou sempre procurar o que é bom e nunca vou ser desleal, ou mesmo falar negativamente sobre a companhia.

A minha assinatura:.....

CONHECIMENTO DA LITERATURA E DOS PRODUTOS

Antes de se impor a si próprio aquilo em que confia, precisa de, pelo menos, conhecer os básicos sobre os seus produtos e como preencher requerimentos de distribuidor, e formulários de encomenda de produtos. Esta informação é simples de aprender e não demora muito tempo, se puser mãos à obra. O seu patrocinador e o manual da companhia vão instruí-lo num instante.

A melhor maneira de ficar entusiasmado com os seus produtos é utilizá-los. Como consequência e se possível, a sua compra inicial de produtos deveria incluir um de cada artigo, ou pelo menos, uma boa seleção de artigos. Dê este passo seriamente, uma vez que não pode vender de um carro vazio, e não consegue falar inteligentemente sobre produtos que você não usou pessoalmente. Muito deste inventário inicial vai ser utilizado para exposição e vai ser anulado como despesa de negócio dedutível.

Um compromisso verdadeiro para com o seu negócio também inclui a sua carteira. E quanto maior for o seu investimento inicial, mais fácil será para si ter em conta que está no negócio. A sua compra inicial pode variar de dezenas até centenas de euros. A minha compra inicial, em Maio de 1983, totalizou 2.500 euros. Com isso investido, eu não estava interessado em “perder tempo.” Se a sua compra inicial vai ser considerável, não se apresse e arranje os produtos e a literatura que mais rapidamente se movimentarão pela sua organização como amostras e como vendas em linha descendente. (Adicionalmente, eles serão artigos de venda a retalho e produtos que vai consumir pessoalmente.)

Acima de tudo, lembre-se que em marketing de multi-níveis nós temos de ser os nossos melhores clientes. Temos de dar o exemplo em volume pessoal à nossa linha descendente – isto é, na utilização dos produtos e nas vendas a retalho.

Para além da nossa compra inicial, precisamos de nos comprometer a adquirir produtos no valor de 500 euros todos os meses. Lembre-se que quanto mais puser no seu negócio, mais vai receber em troca.

O 3º PASSO É O MEU COMPROMISSO DE VOLUME PESSOAL

Neste momento, comprometo-me a fazer uma compra inicial de produtos no valor total de€. Ainda me comprometo a comprar, todos os meses, um mínimo de produtos no valor de€, a começar em/...../..... . Estes produtos vão ser usados para amostras, vendas a retalho e consumo pessoal.

Tal como já sabe, a fase de concentração é quando começamos a produzir os resultados físicos que vão começar a mover-nos na direcção das metas criadas na fase de formulação. Se estiver confortável com o seu projecto, o seu próximo passo é patrocinar os seus 3 jogadores-chave de primeiro nível. Existem dezenas de maneiras de pôr pessoas em contacto com o MMN, mas as mais amplamente usadas são:

- 1. um-a-um**
- 2. festas em casa**
- 3. reuniões de grupo**
- 4. organizações**
- 5. mailings**

Pessoalmente, considero impossível que se consigam satisfazer as responsabilidades de patrocínio patrocinando organizações, ou patrocinando através do correio. Na realidade, qualquer pessoa patrocinada fora do seu raio de acção imediato não deveria ser considerada como jogador-chave. Lembre-se, um jogador-chave é uma pessoa com quem você pode desenvolver uma relação enriquecedora.

Com isto não estou a dizer que não deva patrocinar um familiar ou um amigo “a longa distância.” Estou a dizer é que, se o fizer, deve pelo menos certificar-se de que ele recebe uma cópia deste livro, que o lê, e que o discute consigo. Qualquer coisa menos do que isto seria irresponsabilidade da sua parte.

A experiência tem demonstrado que o mais duplicável método de patrocinar é um-a-um. Todos nós temos amigos e colegas com quem podemos combinar uma visita. Este livro é sem dúvida o melhor utensílio de recrutamento um-a-um alguma vez posto à disposição. Pode começar pedindo de 1, e até 5 dos seus candidatos para o lerem, para que os dois o possam discutir dentro de uns dias. Depois de o lerem, eles ou vão querer jogar ou não. A solução é apresentar o livro de tal maneira que eles o leiam realmente. Poderia dizer-se qualquer coisa do género: “Este livro apresenta verdades simples de uma tal maneira, que há vidas a serem transformadas como resultado de o terem lido.” Cada situação vai ser diferente, e você vai encontrar uma maneira de isso funcionar consigo.

Para as pessoas que já sabe que não vão ler o livro, poderá dar-lhes uma cassette áudio GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS. Mais uma vez, pode querer ter várias cópias a circular ao mesmo tempo.

A segunda maneira mais eficaz e duplicável de apresentar o MMN a outros são as festas em casa. Reuniões caseiras entre amigos são “tranquilizantes” e não-ameaçadoras. É normalmente fácil convidar alguns amigos para sua casa. Por outro lado, é bastante difícil fazer com que potenciais candidatos se desloquem a uma reunião de grupo feita num hotel ou num escritório – aí existe um nível de enorme resistência porque tantas pessoas foram enganadas e induzidas a irem a reuniões de oportunidade. Na minha opinião, as grandes reuniões públicas não deviam ser feitas mais de uma vez por mês e deviam ser feitas para treino, inspiração, amizade e reconhecimento. É claro que as pessoas que pensam tornar-se jogadores deviam ser convidadas. Quando são organizadas segundo os propósitos acima indicados, as reuniões públicas têm um valor tremendo.

Agora, vamos voltar à festa de casa introdutória. Deve ser muito curta e simples! Se não, vai parecer-se com trabalho e não será duplicável. Mais à frente, teremos um guião completo escrito para uma festa em casa, mas por agora poderá considerar o esquema seguinte:

1. Acolher os convidados e apresentar o orador.
2. Falar sobre o MMN como o “jogo acelerado da vida” e como uma abordagem a longo-prazo baseada nos princípios do GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS assegura virtualmente o sucesso.

3. Assegurar-se de que os convidados se dão conta de que o MMN deixou de ser aquilo que eles sabiam que era.
4. Fazer uma demonstração e dar amostras dos seus produtos principais.
5. Fechar a reunião dentro de um período máximo de uma hora. Se pedir aos convidados para serem patrocinados na reunião, certifique-se de que sabem com o que se estão a comprometer.
6. Pode ser melhor pedir aos convidados para lerem este livro, e marcar com eles um encontro um-a-um.

Lembre-se, acima de tudo, mantenha as coisas simples. Uma vez que a maioria dos planos de bónus de MMN são complicados, o candidato ou o distribuidor novos nem sequer devem ser confrontados com isso, até terem pelo menos lido este livro.

Utilizando estas simples direcções, deve poder patrocinar o seu primeiro grupo de 3 jogadores-chave sem grande complicação. Não seja ganancioso! Não pense em patrocinar mais do que três, até todos os distribuidores deles de primeiro nível terem três em largura – isto é, até ter 3, 9 e 27 distribuidores na sua primeira, segunda e terceira gerações, respectivamente.

Tal como já mencionei anteriormente, talvez queira patrocinar um familiar ou um amigo que more fora da sua área, mas não o considere como sendo um dos seus três-chave. Se conseguir manter uma relação com essa pessoa pelo telefone, se ela funcionar dentro das nossas direcções, se os produtos estiverem disponíveis e se ela se comprometer, pode consegui-lo. Mas não dependa disso.

O 4º PASSO É O MEU COMPROMISSO DE PATROCINAR

Hoje é dia/...../..... e eu comprometo-me a patrocinar pessoalmente 3, e só 3, distribuidores-chave de primeiro nível. Para serem considerados distribuidores-chave, têm de viver num raio de distância de mim até 50 Km; têm de ter lido este livro e terem feito os compromissos a ele ligados. Eu comprometo-me a ter todos 3 patrocinados até/...../..... (45 dias no máximo).

Em segundo lugar, comprometo-me a encorajar e a ajudar cada um dos meus distribuidores-chave a patrocinar 3 distribuidores-chave. Penso ter esta segunda geração completa com 9 distribuidores até/...../..... (90 dias no máximo).

Em terceiro lugar, comprometo-me a encorajar e a ajudar os meus distribuidores de primeira linha a ajudarem os seus distribuidores-chave a patrocinar 3 cada um. Por outras palavras, vou ajudar a patrocinar os meus 27 distribuidores de terceira linha até/...../..... (150 dias no máximo).

Se qualquer um dos 39 distribuidores destas três primeiras gerações decidirem não manter os seus compromissos, eu vou substituí-los ou ajudar a substituí-los. Uma vez que todas as 39 posições estejam ocupadas com jogadores-chave, será oportuno para mim patrocinar o meu segundo grupo de 3 distribuidores de primeiro nível.

O FÓRUM BIMENSAL

Em marketing de multi-níveis é absolutamente essencial ser leal e estar comprometido com o seu patrocinador e com as pessoas que patrocina pessoalmente. Aquilo a que eu chamo as reuniões de fórum bimensal mantém o seu compromisso vivo e

asseguram a integridade destes três níveis: o seu patrocinador, você, e a sua primeira geração.

A reunião é um fórum no sentido do seu propósito serem as discussões mutuamente enriquecedoras. O fórum consiste num distribuidor e nos seus jogadores-chave. A discussão do fórum pode ocorrer durante um pequeno-almoço, um almoço, um jantar, etc. Pessoalmente prefiro um fórum de jantar que envolva ambos os esposos e que possa ter lugar em casa de cada um dos participantes numa base rotativa. Seja criativo e veja que isso faz a diferença. Por exemplo, se os seus produtos de MMN fossem comida, cada casal podia trazer um prato coberto consistindo numa nova receita.

Tudo isto resulta em que cada distribuidor participa num fórum todas as semanas. Numas semanas você participa no fórum do seu patrocinador, enquanto que tem o fórum da sua linha descendente nas semanas alternadas. Por outras palavras, pode participar num fórum com o seu patrocinador e os outros distribuidores de primeira linha dele durante a primeira e terceira semana de cada mês, e participar num fórum com os seus distribuidores de primeira linha durante a segunda e a quarta semanas.

Os fóruns são vitais por duas razões. A primeira razão está baseada no facto de nos tornarmos como as pessoas com quem nos associamos. Os jogadores-chave nos primeiros níveis acima e abaixo de nós proporcionam treino, apoio e influências vitais. A segunda razão é porque os fóruns proporcionam um modo de “lar seguro” para manter a integridade através toda a organização. São parte da estrutura, ou da pista, que nos mantém em curso e no jogo.

Não podemos prosseguir até estarmos claros da importância deste passo.

O propósito do fórum é eliminar aquilo que anteriormente era o problema mais sério em marketing de multi-níveis – *turnover* (a quantidade de dinheiro movimentada em negócio). Os fóruns ajudam a eliminar os desistentes ou “vencidos.”

Anteriormente, ao GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS, as pessoas eram patrocinadas para o marketing de multi-níveis sem conhecerem as regras do jogo, sem terem um plano de jogo e sem se comprometerem! Não admira que as pessoas desistissem! Os nossos primeiros quatro passos educam-nos e treinam-nos, de modo a que o que resta seja influenciarmo-nos uns aos outros a termos integridade e a manter os compromissos. Consegue imaginar qual o poder que uma organização teria se cada distribuidor assumisse a responsabilidade pelo seu próprio compromisso, quer em fazê-lo, quer em mantê-lo? Consegue imaginar quanta pressão isso tiraria de cima de si?

Os fóruns servem de lembranças semanais de que, se se vai jogar então vai-se jogar com regras. A participação no fórum do seu patrocinador é uma declaração para ele (a propósito, de todas as vezes que utilizo um pronome masculino, quero dizer o feminino também, isto é, ele, ela, etc.) de que você é um jogador comprometido. Enquanto você participar, ele sabe que não precisa de o substituir. E a integridade exige que você faça saber ao seu patrocinador se, em qualquer altura, você decidiu não manter o seu compromisso.

Portanto, pode ver que a sua participação no fórum do seu patrocinador é vital. A menos que o faça, não pode esperar que alguém participe do seu. Assim, a coisa fundamental é que você mantenha os seus compromissos e que o prove, através da participação nos fóruns. O seu compromisso e a sua participação criam espaço para os seus distribuidores se comprometerem e participarem. A sua integridade será reflectida

na sua linha descendente. Lembre-se sempre que aquilo que é e que faz será duplicado. Não só você tem de ser o seu melhor cliente, mas tem de ser também o mais comprometido.

Resumindo, os fóruns bimensais promovem integridade e identificam a falta dela. Deixamos de ter a pressão de nos termos de preocupar com o compromisso das linhas descendentes. Só precisamos de nos mantermos verdadeiros e influenciarmos a nossa primeira geração a fazer o mesmo.

Pode perguntar: “E então se um dos meus três jogadores-chave afrouxar o seu compromisso?” Nesse caso, você apenas tem de o substituir. Se ele patrocinou alguém, você assume os deveres de patrocinador para com este seu neto. O neto abandonado é convidado para os seus fóruns, e este procedimento continuará linha abaixo até à terceira geração, mas não para além disso. É claro que isto não é uma regra “inviolável” mas, na maior parte dos casos, os números e as logísticas além do terceiro nível atingem proporções que se tornam esmagadoras. E lembre-se, isto é para ser divertido, não esmagador!

Se tem 3 distribuidores-chave, um sai, e você considera os distribuidores dele como se fossem seus primeiros níveis, mesmo assim está a substituir o que desistiu. O seu compromisso requer que mantenha pelo menos três distribuidores-chave em primeira linha.

O fórum faz parte da nossa pista (estrutura). Serve para manter a organização comprometida e para reconhecer a necessidade de reparações. O que nós temos é:

- 1. Cada distribuidor é pessoalmente responsável pelo seu próprio compromisso e por fornecer ao seu patrocinador “provas positivas” disso.**
- 2. Cada distribuidor é pessoalmente responsável por manter pelo menos 3 distribuidores comprometidos de primeiro nível.**
- 3. Cada distribuidor toma conta da sua organização por três gerações. Em última análise, é responsável pelos seguintes jogadores: 3 primeiro nível, 9 segundo nível e 27 terceiro nível.**

E é tudo! Uma pessoa não tem de se sentir responsável por uma linha descendente de cinco mil pessoas. Só pensar nisso é assustador. Se cada um de nós mantiver integridade através de três níveis, o resto toma conta de si por si mesmo. Se cada um de nós estiver empenhado em marcar a diferença através de três gerações, a linha descendente inteira vai beneficiar.

Parece tudo muito simples, e é, mas não é! Acreditem em mim, antes deste livro, a tarefa era quase impossível. Mas ao usar GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS como a bíblia da sua organização, a tarefa torna-se de algum modo simples. E aqui está a razão, assumindo que todos os participantes o leram:

- 1. Todos sabem o que os espera; conhecem as regras do jogo, e mais importante, sabem o que se espera deles.**
- 2. Todos estão conscientes dos custos, bem como das potenciais recompensas.**
- 3. Toda a gente pelo menos compreende o “Princípio da Contribuição” e o que ele significa para marcar a diferença.**
- 4. Toda a gente conhece as diferentes fases por que vai passar.**

5. Toda a gente tem um projecto para o sucesso, comprometeu-se com o sucesso, e apoiam-se uns aos outros para o alcançarem.
6. Mais importante do que tudo, toda a gente tem um plano do jogo, um processo passo-a-passo que, ao ser seguido, produz os resultados desejados.
7. Jogar ou não jogar, eis a questão! E quem quer que responda “jogar,” joga de acordo com as regras. Por outras palavras, aquele que joga GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS, joga com regras... e dá o máximo.
8. Se a palavra de um jogador vale o mesmo que ouro ou não vale a mínima, isso torna-se bastante evidente através do fórum bi-mensal. Ele ou está dentro ou está fora, e o peso-morto pode ser rapidamente eliminado.

Embora todas as pessoas presentes no fórum participem, o patrocinador é responsável pela agenda. Ele escolhe o tópico da discussão, e tem comentários ou questões suficientes para estimular o grupo. Uma vez que isto é um projecto que provoca controvérsia, e uma vez que este tipo de suporte contínuo é vital, nós proporcionamos-lhe o Programa de Treino em Rede. Todos os meses, ele proporciona-lhe um tópico de fórum poderosamente concentrado. Cada tópico confronta o grupo com ainda mais uma razão para jogarem “o jogo acelerado da vida” com compromisso. O PROGRAMA DO TREINO será discutido em detalhe no apêndice.

O 5º PASSO É A MINHA PARTICIPAÇÃO NO FÓRUM

A minha assinatura abaixo indica o meu compromisso de participar numa discussão de fórum todas as semanas. Eu considero estas reuniões como sendo de “primeira prioridade” e não vou permitir que nada, a não ser assuntos espirituais, familiares ou de carreira, interfiram com ele. Concordo em ser anfitrião de dois por mês, e de participar nos dois cujo anfitrião é o meu patrocinador.

Minha assinatura:

HORÁRIO DE FÓRUM PARA DIAS, HORÁRIOS E LOCAIS REPETIDOS

	semana	dia	hora	local
DO MEU PATROCINADOR.....				
.....				
MEUS				
.....				
.....				

HORÁRIO DE FÓRUM PARA DIAS, HORÁRIOS E LOCAIS VARIÁVEIS

	semana	dia	hora	local
DO MEU PATROCINADOR.....				
.....				
MEUS				
.....				
.....				

Por continuarmos a fazer 3 de largura por 3 de profundidade, enquanto mantemos o “nosso” tipo de compromisso e de integridade, podemos vir a descobrir que a nossa organização se desloca para a fase de impulso em tão pouco tempo como de 3 a 6 meses – sendo o período de tempo inversamente proporcional ao nosso esforço. Um

ótimo aspecto em MMN é que somos pagos pelo que valemos ou, tal como anteriormente mencionado, tiramos dele exactamente o que lá pomos.

A FASE DE MOMENTUM

No Capítulo Três, aprendemos que, à medida que o nosso esforço concentrado faz com que a nossa organização se desloque para a fase de momentum, nós começamos a experimentar um crescimento rápido, porque já não estamos sozinhos. Duplicámo-nos, e os efeitos de uma progressão geométrica tornam-se visíveis.

A fase de momentum pode ser uma altura muito entusiasmante quando parece que se tem o “pássaro na mão.” Muitas pessoas têm falhado em marketing de multi-níveis porque ficam tão enfeitiçadas com esta fase que perdem de vista o que é que a produziu. Muitas coisas podem acontecer psicologicamente e a maioria não presta.

Nesta altura, algumas pessoas ficam convencidas de que são invencíveis, que a sua organização se vai expandir para sempre, e eles “apostam no resultado.” Podemos referir-nos a esta ratoeira como o síndrome do “grande apostador.” Podíamos discutir isto durante horas, mas o resultado final é: gastam dinheiro que não têm. E se ele não vier, ou não vier suficientemente depressa, é a culpa do marketing de multi-níveis. Destroem a imagem que têm do MMN e a parte triste é que, ao mesmo tempo, a organização deles é destruída.

Eu chamo à segunda ratoeira o síndrome do “amante-que-se-perdeu.” Esta é a situação em que o distribuidor se apaixona intensamente pela fase de momentum. E acreditem em mim, ela tem um modo de o fascinar. É uma relação excitante, mas quando o que é “novidade se gasta,” o distribuidor começa a sentir-se negligenciado. A sua atitude pode deteriorar-se até ao ponto em que ele se sente como se tivesse sido “largado,” e vai querer acabar com a relação, que significa o seu envolvimento em MMN. O que temos de perceber é que o que é novidade se gasta, em tudo na vida. Temos de estar cientes disso e preparados para isso.

Ainda um outro síndrome é aquele a que eu chamo “podre de estragado.” O crescimento da organização é tão natural e tão fácil durante o período de momentum. É tão fácil, que os pode estragar. Começa-se a pensar que o momentum é o modo como é suposto ser. E uma pessoa quer aquilo daquela maneira, ou de maneira nenhuma. A tendência é para se perder completamente de vista aquilo que se fez para criar o momentum. Sem uma compreensão de como a concentração e o momentum estão inter-relacionados, é difícil descobrir que, para se ter mais momentum, apenas se tem de voltar às coisas básicas.

Podíamos continuar a divagar, mas nesta altura já está claro – que sucesso a longo prazo exige que nunca se percam de vista os nossos passos mais simples. Mal o fazemos, começamos logo a descer.

O ponto principal nesta secção é a persistência em:

- **partir de um ponto de contribuição com compromisso**
- **ser leal à nossa companhia**
- **usar fielmente os nossos produtos**
- **patrocinar, treinar e influenciar**

E é isto! Estas são as coisas básicas que funcionam sempre. O único “elo de ligação em falta” é saber se você vai ou não vai passar pelas acções. E essa parte é completamente do seu controlo e responsabilidade.

Assim, para manter o momentum a rolar, mantenha o contacto com as coisas básicas. Mantenha-as vivas e a fazerem parte de si.

O FÓRUM MENSAL

O crescimento da organização durante a fase de momentum cria a possibilidade para reuniões públicas onde as famílias de distribuidores em crescimento têm oportunidade de se conhecerem umas às outras. Quando for a altura certa e isso se tornar evidente, a organização pode ser beneficiada através de camaradagem e reconhecimento. Todos nós desejamos a satisfação pessoal que recebemos quando interagimos com outros e ao sermos apreciados por outros.

A maioria dos fóruns mensais vai envolver participantes suficientes de modo a ser necessário reservar uma sala de reuniões num hotel. Uma vez que este género de salas é bastante caro, é imperativo que toda a gente esteja disposta a entrar com a sua parte. Os custos normalmente conseguem ser cobertos com 5 euros por pessoa, pagáveis à porta de entrada.

Como provavelmente já terão reparado, o número 3 continua a ter um papel importante no nosso negócio. Usamo-lo mais uma vez no processo de avisar a linha descendente destes acontecimentos e reuniões especiais. Em vez de uma pessoa tentar informar centenas de distribuidores, cada distribuidor informa os jogadores-chave nos seus três primeiros níveis. Cada distribuidor tem um mailing list de pelo menos um grupo de trinta e nove jogadores. Eu sugiro que compre folhas A4 com etiquetas para moradas e que imprima uma como original, o que lhe vai permitir reproduzi-la numa máquina de fotocópias. O próximo capítulo “O Marcador,” vai proporcionar-lhe um sistema de manter registos que o vai ajudar a organizar esta área.

Agora de volta ao fórum mensal! Ser-se reconhecido é vital, e o reconhecimento principal deveria ser por manter os compromissos, em vez de ser pelo progresso a nível de bónus. O que se segue é uma amostra de uma sessão de reconhecimento que deve ser conduzida pelo mestre de cerimónias:

- 1. Por favor, será que todos se podem levantar e reconhecerem-se uns aos outros por estarem aqui. *(Aplauso)***
- 2. Todos os que estão comprometidos em dar a sua contribuição a outros através do nosso negócio, que são leais à *(a vossa companhia)*, e que utilizam os nossos produtos, podem continuar de pé. Por favor, reconheçam-se uns aos outros.**
- 3. Por favor, mantenham-se de pé se tiverem pelo menos 3 distribuidores de primeira linha que estejam igualmente comprometidos. *(Aplauso)***
- 4. Aqueles que têm pelo menos 9 distribuidores comprometidos de segunda linha, mantenham-se de pé. *(Aplauso)***
- 5. Se tiverem pelo menos 27 distribuidores comprometidos na vossa terceira geração, por favor, continuem de pé. *(Aplauso)***
- 6. Mantenham-se de pé, se têm pelo menos 6 distribuidores de primeira linha que estejam comprometidos com aquilo que nos propomos. *(Aplauso)***
- 7. O “MC” continua deste modo até só ficarem de 1 a 5 pessoas de pé. A estas últimas é pedido que se dirijam à frente da sala e que, em poucos minutos, contem o que é que nos seus negócios lhes permite manterem-se comprometidas.**

8. Os registos devem ser guardados de modo a que “os cabecilhas da banda” sejam reconhecidos todos os meses mas, em cada reunião, há novas pessoas a contarem a sua história. Por outras palavras, aqueles que continuam a vir à frente mês após mês devem receber um elogio especial, sem retirar glória nenhuma aos recém-chegados.

NOTAS ADICIONAIS

Dependente da vontade do grupo de dedicar tempo e dinheiro ao fórum, ele pode enquadrar-se em toda esta amplitude: desde uma simples e curta reunião, a um jantar de gala ou um banquete.

Com cada jogador a informar todos os jogadores nos seus três primeiros níveis, vai haver algumas sobreposições. Mas como tão bem sabe, mais vale prevenir do que remediar. A sobreposição vai ajudar a preencher a deficiência causada por alguém que possa ser irresponsável.

A FASE DA ESTABILIDADE

A fase da estabilidade é o nosso destino máximo em MMN. Tal como o momentum, ela evolui naturalmente. À medida que o entusiasmo e o “glamour” do momentum se vão ajustando em estabilidade, se nós a compreendermos e tivermos a atitude certa, podemos ter a tranquilidade e a sensação de segurança financeira que toda a gente anseia. Uma organização e um rendimento estável em MMN não é mais do que o resultado de fazer os básicos.

O destino – a estabilidade – é alcançada por se decidir que é aí que uma pessoa quer estar e comprometer-se a lá chegar. É assim de básico, no entanto, a maior parte das pessoas nunca decide para onde quer ir. E o problema de não se terem nenhuns objectivos é que uma pessoa pode andar uma vida inteira a correr o campo para um lado e para o outro, sem nunca sequer marcar pontos.

Portanto, se a estabilidade é onde quer estar, reconheça isso agora e faça um compromisso a longo prazo de lá chegar. A pista está agora lançada, e vai ser envolvida num fantástico e bonito embrulho no próximo capítulo.

O 6º PASSO É OBJECTIVO E COMPROMISSO A LONGO-PRAZO (PROPÓSITO)

A minha assinatura abaixo é a prova positiva de que eu quero ter uma organização estável de MMN, que origine um rendimento mensal a longo prazo de pelo menos€. Comprometo-me a ser a origem desta organização e a tê-la montada até este ponto em...../...../.....; tendo em mente que nunca posso perder de vista as coisas básicas.

Mais ainda, o que se segue é o que eu considero ser o meu nobre propósito na vida:

.....
.....
.....

A minha assinatura:

ENCONTROS ANUAIS

Um ponto final a considerar, assim que a sua organização se torne estável e de proporções consideráveis, é a organização anual de “reuniões familiares.” Estes acontecimentos anuais oferecem aos participantes a oportunidade de combinarem negócios e prazer. O acontecimento proporciona amizade, treino, inspiração e umas férias dedutíveis nos impostos. Podem ser levados a cabo num hotel de convenções, numa estância ou num navio de cruzeiros.

Se a sua companhia patrocina uma convenção nacional todos os anos, a sua “reunião familiar” pessoal podia ser coordenada para ser uma parte do todo. Por outras palavras, a sua linha descendente podia viajar junta, ficar no mesmo hotel, tomar refeições em conjunto, e sentarem-se na mesma secção do centro de convenções, etc.

Se você entrou agora no jogo, nem precisa de considerar nada nesta área, a não ser participar na reunião da sua linha ascendente.

PONTOS A RECORDAR:

- **A CONTRIBUIÇÃO FAZ GIRAR O MUNDO DO MMN.**
- **O UNIVERSO HONRA TODAS AS INTENÇÕES CLARAMENTE DEFINIDAS QUE SEJAM APOIADAS POR UM COMPROMISSO ABSOLUTO.**
- **TOME UMA POSIÇÃO SOBRE A SUA VIDA, TRABALHANDO E JUNTANDO PROVAS QUE O CONFIRMEM.**
- **A PISTA DA VITÓRIA MANTÉM-NO A GANHAR. PATROCINAR MANTÉM-NO NA PISTA, MANTÉM-NO NO MUNDO DA CONTRIBUIÇÃO.**
- **SEM COMPROMISSO, A VIDA É MORTE.**
- **UMA BOA IDEIA É SEMPRE MAIS SEDUTORA DO QUE A VERDADE.**

1º PASSO: Tome uma posição sobre quem é que você vai ser e o que é que vai fazer.

2º PASSO: Escolha a companhia de MMN certa.

3º PASSO: Conheça e utilize os seus produtos.

4º PASSO: Patrocine 3x3.

5º PASSO: Participe num fórum todas as semanas.

6º PASSO: Estabeleça um propósito.

5

O MARCADOR

O marcador é para onde nós olhamos para ver como é que nos estamos a sair, para vermos a pontuação. Neste caso, o nosso marcador também nos vai ajudar a organizar-nos e a manter-nos assim. Portanto, o propósito deste capítulo é duplo. O primeiro é resumir tudo aquilo que nos comprometemos a fazer (os passos). Vamos poder fazê-lo em poucas páginas que nos vão servir como guia de consulta rápida. Em

segundo lugar, vamos criar um sistema de guardar registos que nos vai ajudar a organizar o nosso negócio de MMN e a mantê-lo assim. As pessoas que são boas gestoras de tempo conseguem realizar nas suas vidas muito mais coisas, e a chave para a gestão do tempo é ser-se organizado.

SUMÁRIO

O MEU PROJECTO:

Nesta altura, uma pessoa quer dar prioridade aos seus objectivos e resumi-los. Para fazê-lo, vamos utilizar as seguintes direcções:

1. Em cada categoria (6 meses, 1, 3, 6 e 10 anos), classifique os seus objectivos de 1 a 10, de acordo com o modo como o vão ajudar a realizar o propósito da sua vida.
2. Logo que estejam decididas as ordens de prioridades, elimine aqueles que são “degraus na escada;” e depois liste os três primeiros em cada categoria. Um exemplo de uma meta “degrau na escada” seria planejar ganhar 100.000 euros líquidos daqui por 3 anos, e 1.000.000 euros líquidos daqui a 6 anos. Em vez de listar os 2 no seu resumo, liste apenas o degrau mais alto, ou a meta a 6 anos.

PLANO A DEZ ANOS

RESUMO:

DAQUI POR SEIS MESES, EU QUERO:

.....
.....

DAQUI POR UM ANO, EU QUERO:

.....
.....

DAQUI POR TRÊS ANOS, EU QUERO:

.....
.....

DAQUI POR SEIS ANOS, EU QUERO:

.....
.....

DAQUI POR DEZ ANOS, EU QUERO:

.....
.....

Tem a certeza de que está disposto a trocar os próximos dez anos da sua vida por mais nada do que o que está registado acima? Se não, volte atrás e esboce um novo projecto que tenha um valor comparável a DEZ ANOS DA SUA VIDA!

1º PASSO: O QUE DEFENDO

Quem eu sou:

.....
.....

Quem vou ser:

.....
.....

2º PASSO: A MINHA COMPANHIA

A minha companhia de MMN é e eu estou comprometido a construir a minha organização através dos canais proporcionados por esta companhia. Erros serão feitos, mas desde que a companhia se comprometa com os distribuidores “de raíz”, e fizer o seu melhor, eu vou estar comprometido com ela e vou fazer o meu melhor. E acima de tudo, vou sempre olhar para o bom e nunca vou ser desleal ou mesmo falar negativamente acerca da companhia.

3º PASSO: OS MEUS PRODUTOS

Eu comprometo-me a fazer uma compra inicial de produtos no valor de€. E ainda me comprometo a fazer uma compra de produtos no valor de€ todos os meses, com início a/...../..... Estes produtos vão ser usados para amostras, vendas a retalho e o meu consumo pessoal.

4º PASSO: OS MEUS 39 JOGADORES-CHAVE

Hoje é dia/...../....., e eu comprometo-me a pessoalmente patrocinar 3 e apenas 3 distribuidores-chave de primeiro nível. Para serem considerados distribuidores-chave, têm de viver num raio de 50Km de mim; têm de ter lido este livro e terem feito os compromissos relacionados com ele. Comprometo-me a tê-los patrocinados até/...../..... (45 dias no máximo).

Em segundo lugar, comprometo-me a encorajar e a ajudar cada um dos meus jogadores-chave a patrocinar 3 distribuidores-chave. Planeio ter esta segunda geração completada com 9 distribuidores até/...../..... (90 dias no máximo).

Em terceiro, comprometo-me a encorajar e a ajudar os meus distribuidores de primeiro nível a darem assistência aos seus distribuidores-chave a patrocinarem 3 cada um. Por outras palavras, vou ajudar a patrocinar os meus 27 distribuidores de terceiro nível até/...../..... (150 dias no máximo).

Se algum destes 39 distribuidores nestas três primeiras gerações decidir não manter o seu compromisso, vou substituí-lo ou ajudar a substituí-lo. Uma vez que todas estas 39 posições estiverem preenchidas com jogadores-chave, será pertinente para mim patrocinar o meu segundo grupo de 3 distribuidores de primeiro nível.

5º PASSO: A MINHA PARTICIPAÇÃO EM FÓRUMS

Eu comprometo-me a participar numa discussão de fórum todas as semanas. Considero estas reuniões como sendo de “primeira prioridade” e não permitirei que nada a não ser assuntos espirituais, familiares e da carreira interfiram com elas. Concordo em ser anfitrião de duas por mês, e em participar nas duas organizadas pelo meu patrocinador.

6º PASSO: O MEU PROPÓSITO

A minha assinatura abaixo é a prova clara de como quero ter uma organização de MMN estável, que origine um rendimento mensal a longo prazo no valor de pelo menos€. Comprometo-me a ser a origem desta organização e a construí-la até este ponto, até à data de/...../....., tendo em conta que nunca posso perder de vista as coisas básicas.

Além disso, o que se segue é o que eu considero como sendo o meu nobre propósito na vida:

.....

REGISTOS DA ORGANIZAÇÃO

OS MEUS JOGADORES-CHAVE DE PRIMEIRO NÍVEL:

1. NOME:
MORADA: TLM:
2. NOME:
MORADA: TLM:
3. NOME:
MORADA: TLM:

OS MEUS JOGADORES-CHAVE DE SEGUNDO-NÍVEL:

1. NOME:
MORADA: TLM:
2. NOME:
MORADA: TLM:
3. NOME:
MORADA: TLM:
4. NOME:
MORADA: TLM:
5. NOME:
MORADA: TLM:
6. NOME:
MORADA: TLM:
7. NOME:
MORADA: TLM:
8. NOME:
MORADA: TLM:
9. NOME:
MORADA: TLM:

OS MEUS JOGADORES-CHAVE DE TERCEIRO-NÍVEL:

1. NOME:
MORADA: TLM:
2. NOME:
MORADA: TLM:
3. NOME:
MORADA: TLM:
4. NOME:
MORADA: TLM:
5. NOME:
MORADA: TLM:
6. NOME:
MORADA: TLM:
7. NOME:
MORADA: TLM:
8. NOME:
MORADA: TLM:
9. NOME:
MORADA: TLM:
10. NOME:
MORADA: TLM:
11. NOME:
MORADA: TLM:
12. NOME:

	MORADA:	TLM:
13.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
14.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
15.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
16.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
17.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
18.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
19.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
20.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
21.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
22.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
23.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
24.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
25.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
26.	NOME:	
	MORADA:	TLM:
27.	NOME:	
	MORADA:	TLM:

MAILING LIST

O mailing list foi mencionado no Quarto Capítulo, mas precisa ser enfatizado. Nós sugerimos que tenha um conjunto de envelopes etiquetados para que, quando seja necessário um comunicado, a única coisa que tenha a fazer seja fazer cópias da carta e enfiá-las nos envelopes já endereçados. Se não estiver familiarizado com as folhas de etiquetas A4, pode confirmar isso com o seu fornecedor de material de escritório.

ÁRVORE TELEFÓNICA

Se todos fizerem a sua parte, a árvore telefónica consegue levar uma mensagem em linha descendente muito rapidamente. A árvore telefónica funciona quando você telefona às suas três primeiras linhas, que telefonam às três primeiras linhas deles, que telefonam às três primeiras linhas deles, etc. Funciona eficazmente todas as vezes se cada distribuidor der seguimento. E dar seguimento significa que, se não conseguir contactar um dos seus distribuidores de primeira linha, você vai telefonar, em vez dele, às três primeiras linhas dele, etc. Vai haver alturas em que vai querer comunicar a mesma mensagem por telefone e por correio também.

Não é demais acentuar a necessidade de uma comunicação atempada e eficaz. No passado, eu considerava-me independente, auto-suficiente e um sobrevivente. Mas

aquilo de que me apercebi é que nós não existimos como indivíduos. Nós somos relações! E portanto, para que as relações funcionem, a nossa comunicação tem de funcionar. E para que a nossa comunicação funcione, ela tem de ser não só atempada, mas tem de partir de um ponto de contribuição.

A verdade do assunto é que, sem contribuição, não existe comunicação. Quando partimos de um ponto de contribuição, a nossa comunicação cria o espaço para outros aparecerem como contribuição.

Durante o fim-de-semana passado, ao pensar no inter-relacionamento da contribuição e da comunicação, inventei a palavra “contrinicação”. Ela combina as palavras contribuição e comunicação e, quanto a mim, expressa o facto de que contribuir é comunicar, e que qualquer coisa menos é não-enriquecedora e, muitas vezes, prejudicial para outros.

Portanto, vamos estar regularmente em “contrinicação” com a nossa família descendente e vamos marcar uma enorme diferença nas suas vidas.

FICHEIROS PENDENTES

Pessoalmente, descobri que um armário de arquivo de tamanho normalizado, com bolsas de arquivo pendentes, é uma maneira simples e eficiente de organizar uma quantidade incrível de formulários, literatura, registos, etc. Mais uma vez, o vosso fornecedor de material de escritório pode mostrar-vos como montar o sistema. A seguir, estão alguns nomes de ficheiros sugeridos:

CONTABILIDADE:

Recibos
Contas a pagar

Contas pagas por cheque

Depósitos Bancários

Extratos de Conta

Provisões de Banco

Compras de Produtos
Vendas de Produtos
Extratos de Bónus

Compras de Literatura
Vendas de Literatura

REGISTOS DE VOLUME E DE BÓNUS

REGISTOS LINHA-DESCENDENTE:

Distribuidores de 1ª Linha
Distribuidores de 2ª Linha
Distribuidores de 3ª Linha

Propostas de Distribuidor
Lista de Correio

Cartas & Notícias

REGISTOS VÁRIOS:

Brochuras

Cantinho dos
Treinadores

Directivas de
Fórum
Papel Timbrado e
Envelopes
Formulários de
Encomenda de
Literatura
Revistas
Formulários de
Encomenda de
Produtos

PONTOS A RECORDAR:

MARCADOR

- PLANO
- COMPANHIA DE MMN
- PRODUTOS DE MMN
- 39 JOGADORES-CHAVE
- FÓRUMS BIMENSAIS
- PROPÓSITO
- REGISTOS DE ORGANIZAÇÃO
- MAILING LIST
- ÁRVORE TELEFÓNICA
- REGISTOS PENDENTES
- REGISTOS DE VOLUME E DE BÓNUS

O marcador é o modo de acompanharmos o curso de como nos estamos a sair.
Guardar registos exactos é um dever!

REGISTE OS PONTOS!

ORGANIZE OS SEUS REGISTOS

6

A NOVA ERA EM MARKETING DE MULTI-NÍVEIS

À medida que a mudança da sobrevivência para a contribuição começa a ter lugar em marketing de multi-níveis, vai haver uma mudança na imagem do multi-nível e nas atitudes das pessoas em relação a ele. A imagem actual do MMN é a de um negócio dentro do qual tem havido muita maldade. Na maioria dos casos, falta-lhe a imagem do profissionalismo. Mas você, as nossas linhas descendentes, e eu estamos no decurso de mudar isso tudo. À medida que mais e mais distribuidores partilham os princípios de GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS, o MMN vai ser reconhecido por aquilo que na realidade ele é, um veículo de "transição veloz" através do qual podemos marcar uma verdadeira diferença nas vidas de indivíduos e, em última análise, no mundo.

Ken Keyes escreveu um livro chamado O CENTÉSIMO MACACO, no qual ele registou as descobertas de uma expedição científica. A expedição foi enorme e patrocinada pela National Geographic Society, e eles verificaram aquilo a que se chamou a Teoria da Massa Crítica. Este fenómeno é inexplicável por métodos científicos normais, no entanto, funciona pela vida fora, e vai ajudar a preceder a nova era de marketing de multi-níveis.

Para clarificar a Teoria da Massa Crítica, vamos ver como é que ela foi descoberta.

A altura situa-se entre 1952 e 1958; o lugar foi um conjunto de ilhas do Pacífico Sul; os intervenientes foram um grupo de cientistas; e o propósito foi observar e registar as características e os hábitos da flora e da vida animal local.

Os macacos que habitavam as ilhas eram de especial interesse. Os cientistas davam-lhes nomes e registavam as suas actividades num diário. A principal fonte de alimento dos macacos era batata doce, que os cientistas espalhavam no chão. Eles gostavam do sabor das batatas cruas, mas achavam desagradável a terra.

Na ilha de Koshima, uma jovem macaca chamada Imo descobriu que podia resolver o problema, lavando as batatas num riacho próximo. Ensinou este truque à mãe e aos companheiros de brincadeiras, que também ensinaram às mães. Esta inovação cultural foi gradualmente apanhada por vários macacos. Durante um período de seis anos, muitos dos macacos de Koshima aprenderam a lavar as batatas, de modo a torná-las mais apetitosas. Mas foram só os macacos adultos que, imitando os filhos, aprenderam esta melhoria social.

No Outono de 1958, uma coisa surpreendente aconteceu; uma inovação e uma nova era começou. Quando o fenómeno aconteceu, o número exacto de macacos que tinha aprendido a lavar as batatas era desconhecido. Mas uma manhã, quando esse número atingiu um certo ponto, digamos 100, aconteceu. Nessa noite, quase todos os macacos da tribo estavam a lavar as suas batatas doces.

A energia adicionada por este centésimo macaco, de algum modo, criou uma inovação ideológica. No entanto, a coisa mais surpreendente que os cientistas notaram foi que o hábito de lavar as batatas doces, repentina e espontaneamente, saltou além-mar. Colónias de macacos noutras ilhas e batalhões de macacos no continente começaram a lavar as suas batatas doces.

Assim, quando um determinado número crítico atinge consciência, esta nova consciência consegue ser comunicada de mente para mente. Embora o número exacto possa variar, o fenómeno do 100º macaco significa que quando um número limitado de pessoas conhece um novo método, chega a um ponto em que basta só mais uma pessoa ficar sintonizada nessa nova consciência para fazer com que ela chegue a quase todos os outros.

As dinâmicas de grupo em comunicação extra-sensorial podem ser ampliadas para um nível de eficácia poderosíssimo, quando se lhe adiciona a consciência do centésimo macaco. A sua consciência é necessária para introduzir a nova era em marketing de multi-níveis. Você pode ser a centésima pessoa. Você pode fornecer a energia de consciência adicional necessária para criar a imagem do marketing de multi-níveis como uma indústria baseada na contribuição.

APPENDIX

O verdadeiro poder do GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS, e a razão pela qual pode iniciar a nova era do MMN, é que ele não é um livro de “como fazer...” Não é apenas mais outra técnica ou uma boa ideia. É uma mudança, a mudança da sobrevivência para a contribuição e, como tal, é verdadeiramente uma inovação.

As perguntas que se seguem podem ajudar a esclarecer: Quantos livros sobre liderança teria de ler para que isso pudesse ter um impacto na sua capacidade de liderar? Quantas histórias de sucesso em MMN teria de ler para que isso pudesse ter um impacto na sua capacidade de ter sucesso em MMN? Eu diria que não terá assim tanto impacto, e não importa quantos leia!

Para melhorar a sua capacidade, tem de jogar o jogo. Veja, a razão pela qual os “como fazer...,” as técnicas, os rituais, não funcionam é porque não é a compreensão, mas a acção que produz resultados. Já sabe tudo o que precisa de saber, tem tudo o que precisa de ter, pode fazer tudo que precisa de fazer, e é tudo o que precisa de ser,

para poder experimentar o sucesso do MMN. Não precisa do estilo ou da técnica de outra pessoa qualquer. Só precisa de ser você mesmo. O segredo é jogar e jogar o máximo. Você tem a capacidade de ser humano e de contribuir para outros humanos. Os seus talentos naturais “concedidos por Deus” apenas precisam de ser canalizados na direcção certa. E é esse o propósito do GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS.

Quando se joga de acordo com O GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS, joga-se com poder. O seu poder vem como resultado de intenções definidas, seguidas com compromisso. As suas capacidades naturais ficam focadas em resultados específicos. Você sabe exactamente o que fazer e quando fazê-lo – sem suposições, sem sair em tangentes, sem andar às voltas.

A vida é emocionante, e a vida acelerada ainda é mais! E a propósito, a vida são problemas, e a vida acelerada ainda são mais! Se a sua vida se resume a tentar evitar ou eliminar problemas, se você acha que não está certo ter-se problemas, então você anda a tentar ter uma vida de descontentamento. Não se deixe apanhar pela fantasia de que é possível não se ter problemas. A VIDA TEM A VER COM PROBLEMAS! As pessoas mais nobres e de maior sucesso ao longo da história viveram e obtiveram resultados enfrentando problemas. O seu poder veio de aceitarem a responsabilidade pelas suas vidas. Aceitar que se é a causa da nossa vida torna-nos maiores do que os problemas e as circunstâncias. A vida mantém-se com os mesmos riscos, mas uma pessoa tem o poder de lidar com isso. Se quer que o GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS elimine os seus problemas, vai ficar grandemente desapontado. É verdade, este livro treina-o em muitas áreas em que os distribuidores ficam encalhados, mas os problemas existem e vão sempre existir.

Com problemas ou não, para mim, é entusiasmante partilhar a vida com alguém tão magnífico como você. E ainda é mais entusiasmante ter um jogo para jogar consigo. O MMN é um grande jogo! E ele não seria o mesmo sem você, e nunca irá ser o mesmo consigo.

Porquê? Porque você está comprometido, joga com regras, é bom desportista, e joga o máximo, de tal modo que faz a diferença para todos nós.

Obrigado! Vemo-nos na “Festa da Vitória.”

PONTOS A RECORDAR:

Esta é uma nova era para o MMN.

GANHAR O MAIOR JOGO DE TODOS não é um livro de “como fazer...” Você já sabia como fazer. É uma pista que o encaminha para o destino almejado.

AQUILO QUE SOMOS E FAZEMOS infiltra-se pela nossa organização abaixo. Seja rigoroso com o seu compromisso, a utilização dos produtos e a integridade. Uma integridade rigorosa na linha ascendente cria o espaço para a integridade da linha descendente, e uma integridade organizacional é vital.

Randy J. Ward