

© 2011 Kasza Tamás. Minden jog fenntartva.

UTÁNKÖVETÉS MESTERFOKON: avagy hogyan zárjam le a jelölteket?

BEVEZETÉS

A lezárásról nagyon sokat tudnék mesélni.

Az előző könyvem teljes egészében erről szólt, és ha olvastad, akkor jól zártalak le, mert most ismét engem olvasol. De ha nem olvastad, akkor hadd foglaljam össze két mondatban, mi is a lezáras. A lezáras az, hogy nálam költöd el a pénzed. Teljesen mindegy, hogy ki keltett benned igényt, a lezárást az végezte el, akinél elköltöd a pénzed.

Néhányan azt mondják, hogy a csapatépítésben nincs szükség lezárára. Akkor hadd kérdezzem meg, mit szeretnél? Azt, hogy hozzád lépjenek be, vagy pedig: fellelkesíted az illetőt, ő azt mondja szuper, ez kell neki, boldog, aztán amikor két nap múlva felhívod, akkor azt mondja, kiderült, hogy a felesége kolléganője is ezzel foglalkozik, így hát, a családi viszályokat elkerülendő, természetesen oda lépett be.

Na, és akkor már el is mondtam, miről szól ez a könyv. Arról, mi módon zárd le a jelöltjeidet egy Network Marketing üzletben.

Nagyon sokat gondolkodtam azon, mi legyen a legeslegfőbb dolog, azzal kapcsolatban, amit kiemelnék neked ezzel a témával kapcsolatban.

Mit szólnál egy olyan képességhez, hogy amikor beszélsz a jelölteddel, olyannyira rá tudj hangolódni, hogy egyszer csak megkérdezed tőle azt az egy mondatot, ami felrobbantja a téglafalat, amit esetleg védekezésépp kettőtök közé épített – és ő egyszer csak ott áll előtted teljesen csupaszon, és másra sem tud gondolni, csak arra, hogy be kellene lépnie a hálózatodba?

Szinte látom, hogy máris erősebben markolod ezt a könyvet. Lehet, hogy nem puhakötésben kellett volna kiadnom, mert egy acélos szorítás kárt tehet benne. De sejtettem, hogy érdekelni fog, és nyugodj meg, a könyv első fele arról fog szólni – rengeteget fogok írni arról –, hogy valaki miért nem tudja ezt megcsinálni.

Ezután pedig lépésenként megnézzük: a LEZÁRÁS hogyan működik konkrétan a csapatépítésben, ezt hívják UTÁNKÖVETÉSNEK. Tehát a könyv második fele fog arról szólni, hogyan kell lépésenként csinálni a lezárást ebben az üzletágban.

Természetesen, ez a tudás nem működik a csapatod hivatalos képzései nélkül, sem a szponzorod nélkül, tehát nem hatálytalanítja, amit eddig tanultál, hanem inkább kiegészíti azt. Ezért, ha valamit nem értesz, vagy úgy tűnik, hogy ellentétben van azzal, amit a szponzorodtól tanultál, akkor kérlek, konzultálj erről vele. Mert én nem a szponzorálásról beszélek Neked, és nem a csapatépítésről, hanem az ezekhez szükséges lezárások technikájáról. Remélhetőleg nem fogok ellentmondásba keveredni a szponzoroddal, de ha esetleg mégis úgy tünne, hogy ez történik, mindenképp beszéld meg vele, és semmiképp ne alkalmazd addig, amíg azt nem mondja, hogy rendben van.

Azért adom át ezt a tudást Neked, hogy mostantól az, amit csinálsz, különleges játék legyen, s ha már egyszer úgy döntöttél, hogy ezt akarod csinálni, és a kezébe került ez a könyv, akkor innentől kezdve úgy csináld, hogy mentesülj az esetleges rossz élményektől, valamint a lehetséges rossz hozzáállástól.

Nagyon sok gyémántot ismerek. Azért ezt a szintet emlitem, mert ez sok hálózati üzletben egy jellemzően magas pozíció, tehát ha ezt emlitem, nagyjából mindenki tudja, miről beszélek. Egy gyémánt, vagy az ennek megfelelő karrier szinten lévő valaki – nagyon könnyen túl tudja tenni magát a „nem”-eken. Nem úgy veszi mint akadályt, hanem, ahogy a nagy könyvben meg van írva, úgy gondolja, hogy *minden egyes „nem” közelebb visz egy „igen”-hez*. Ennek a könyvnek a legrosszabb esetben is az lesz a haszna a számodra, hogy a „nem”-eket el fogod tudni viselni. Ki lehet számolni, mennyi pénzt jelent Neked minden egyes „nem”, ha nem kudarcként éled meg, hanem segítségként a célod eléréséhez. Nem célravezető megoldás akadályként gondolni rá, mert akkor harcolni fogsz a jelöltekkel. Ha kapsz egy „nem”-et, egyszerűen lépj túl rajta, ne ragadj le. Ezt alaposan el kell sajátítanod, mert ha lerí rólad, hogy „muszáj”, - tehát *kenyérre kell* - akkor természetesen nem lesz benne a szabadság érzése a beszélgetésekben, hanem ez a „muszáj” a „kell” lesz az uralkodó. Ismered az *izzadság szagú üzletkötő* fogalmát, igaz? Ne legyél olyan soha. Mellesleg az átlag alkalmazotti lét is erről szól. Arról, hogy „muszáj csinálni”. És ezzel az érzéssel csak a jelen túlélésére tudnak koncentrálni az emberek, a mindennapi étel megszerzésére, meg a rezsi kifizetésére, és nem lesznek képesek kialakítani magukban egy jövőképet. Hányszor hallottad már, hogy az emberek nem tudnak hosszú távra tervezni?

Hát, emiatt mondják!

Nos, akár hiszed, akár nem, nem muszáj szenvedni ahhoz, hogy sikereket érj el. Kezeld egyfajta küldetesként ezt a dolgot, nem pedig egy kötelező dologként, amit meg kell, hogy csinálj - mint például azt, hogy embereket hívj fel telefonon találkozóra invitálva őket, aztán pedig elérd náluk, hogy belépjenek

-, és akkor rá fogsz jönni arra, hogy amit csinálsz abban az az igazán klassz, hogy sorsokon javítasz, vagyis életet mentesz meg. Gondoltál már erre így valaha?

Amikor elmész egy utánkövetést megcsinálni, akkor azért mész el oda, hogy az illetőt megmented.

Mitől mented meg?

Például attól, hogy nem lesz nyugdíja... - ha csak az anyagiakat tekintjük.

Figyelj! Csak egy nagyon apró dolog: legtöbb ismerősöm, aki tehetős, 50 éves kora körül fél és másfél-millió forint között költött a fogaira. Találkozhattál te is ezzel. Nagyon sok embernek erre nem lesz kerete. Mit fog csinálni akkor? Meghal? Ugyanis ha a fogai romlanak, egy új irányzat szerint, különböző betegségei lehetnek. Nem is beszélve arról, hogy akkor mi lesz vele, ha a mai táplálkozási- és környezeti körülmények között nem szed vitaminokat jó hosszú ideig. Erre szoktam azt mondani: ***Egészen addig, amíg nem láttad egy jelölteket, egy barátodat meghalni, azért mert nem vette igénybe a segítségedet, nem fogod elég komolyan gondolni ezt az egészet.***

Nekem már halt meg ügyfelem – olyan régóta csinálom ezt az egészet – igaz, idős volt. De olyan is volt, aki nekihajtott egy fának. Na, nem szándékosan, hanem a stressz meg ilyenek...

Minden, amit teszel, vagy nem teszel, jelentőséggel bír.

Megtörténhet, hogy elmész valakihez, aki végül is nem fog belépni a csapatodba, viszont attól a pillanattól kezdve máshogy kezeli a fiát, másképp kezeli a családját meg a munkatársait, és ki tudja, hány emberre van hatással, csupán ennyi, hogy egy fél órát vagy egy órát beszélgettél valakivel.

Ha nem tanulsz meg ezen a módon hozzáállni a dologhoz, akkor tehernek fogod érezni a jelölteket, meg úgy nagy általánosságban az embereket is, és kikapcsolódásra lesz szükséged. **Tudod, mikor van szükséged kikapcsolódásra? Ha nem a célodat csinálod.** Ha nem az álmaid megvalósításának irányában dolgozol, és nem érzed azt, hogy haladsz abba az irányba, akkor kikapcsolódásra van szükséged. Az üzenetem számodra az, ha teljes szívedből, és nem pusztán a szükségből vágsz bele ebbe az üzletbe, akkor nem lesz kikapcsolódásra szükséged. Nem azért mész majd el nyaralni, mert kikapcsolódásra van szükséged, hanem azért mész el, hogy még nagyobb célokat és álmokat tudj megálmodni, és még jobban tudj segíteni az embereknek. Rendben?

Ezzel azt akarom mondani, sokkal fontosabb az, amit csinálsz, mint ahogy feltételezed. El kellene telnie 10-20 évnek, hogy megértsd ezt, és egy olyan élménynek, mikor is a távoli jövőben találkoznál valakivel, aki azt mondaná: *Tudod, voltam egy előadásodon 15 éve, és elgondolkodtattál. Azóta lett egy feleségem, egy gyerekem és annak az egy mondatnak köszönhetem ezt az egészséget, amit akkor hallottam tőled, és úgy éreztem, hogy az ott Nekem szól. És tudod, lehet, hogy sokkal rosszabbul alakult volna az életem, ha akkor nem megyek el az előadásodra. Úgyhogy hálás vagyok.*

Ezzel csak egy probléma van, hogy valószínűleg pénzt nem kapsz utána, de legalább segítettél. És ténylegesen úgy gondolom, hogy a hálózatok rengeteget tudnak tenni Magyarorszáért. Többet tudtok tenni, mint a szociális intézetek, többet, mint bárki más. Hiszen elkezded te is beszélgetni az emberekkel. Foglalkozol velük, aztán... de hát ezt már tudod. Úgyhogy lapozz és vágjunk is bele!

I. FEJEZET: KIÚT A MÓKUSKERÉKBŐL

Ez, amit csinálsz, az egy szakma. Ha szakmaként kezeled, akkor teljesen más lesz a hozzáállásod az egészhez. A szakmának vannak részei: legyen egy álmod, írd névlistát, hívd meg embereket, járj rendezvényekre, képzésekre... itt nem kell napi 8 órát dolgozni, de minden szombatodnak annyi – ugye képzések, rendezvények – ez van legalább 3 évig. Ha pedig ez letelt, akkor meg már nem akarod abbahagyni. Tehát vannak a szakmának részei. Én ezen belül pedig kifejezetten csak a lezárásról beszélek, másról nem.

Amit még pluszban ki tudsz hozni majd ebből az anyagból: ha vannak olyan munkatársaid, akik leszakadtak, elvesztették a lendületet, vagy egyszerűen abbahagyták, akkor őket újra fogod tudni élesztetni. Van egy szokásos séma a hálózatodban, ahogy a jelölteket általában osztályozod. De lehet, hogy az összes jelöltet ezen felül még két csoportra kellene osztani. Azokra, akik azonnal be tudnak lépni és azonnal elkezdenek dolgozni és a többiekre, akiknél ez hosszabb folyamat. Neked kell eldöntened, érdemes-e energiát fektetni egy személybe. Amikor beszélsz vele, találkozol vele, néhány csípős megjegyzéssel – ami az ő érdekeit szolgálja – rá fogod tudni venni arra, hogy kibillenjen abból a kerékvágásból, melyben, mint a mókus a mókuskerékben csak pörög, pörög, már annyi ideje, hogy ő észre sem veszi a mókuskereket, hiszen ez a megszokott. Ez lesz itt a lényeg, hogy kibillentsd ebből.

Mielőtt részletezném, mutatok egy verset. Neten keresztül jutott el hozzám. Ez egy szerelmes vers, de amikor nem férfiként, hanem a szakmám képviselőjeként, tehát lezárási specialistaként olvastam fel, arra jöttem rá, hogy ebben a versben minden benne van, amit én oktatni szoktam. Ha másról nem is

volna szó a könyvemben, mint ennek a versnek az elemzéséről, akkor is biztos vagyok benne, hogy nagyon hamar gyémántként csillogna a tekinteted, hiszen hamar elérnéd a gyémánt szintet, vagy az annak megfelelő pozíciót a hálózatodban. Megkértem a művészt, hadd használjam a versét. Aztán tartottam egy két napos szemináriumot 2008. márciusában és Ő is ott volt. Képzeljétek el! Külkeresként dolgozott valahol, és a cége beiskolázta hozzám. Huszon-valahány ember volt azon a képzésen, s amikor felolvastam a verset, figyeltem, hogyan reagál Ő. Valószínűleg nem abban a kontextusban olvastam a versét, ahogy ő elképzelte, de azért meghatódott. Felolvasni azt sajnos nem tudom most Neked, de ha eljössz hozzám, kérd számon rajtam. Szívesen felolvasom Neked többször is, amíg át nem megy az üzenete. Nem azért, hogy meghatódjunk, hanem azért, mert el fogja mondani Neked ez a vers, hogy mit kell tenned. Tehát ez eredetileg egy szerelmes vers volt, most már nem az. Ez olyan, mint amikor a piac átpozicionálja az író. Íme:

Zelei Zita

Rád hangolódva

Itt állok előtted,
álarcok nélkül,
keresem a húrt,
melyet megpendítve
Lelkedhez érhetek.

Itt állok előtted,
mozdulatlanul,
érteni
szeretnélek, s
szólok hozzád:
áruld el ki vagy
Te?

Itt állok előtted,
Lelked mágnesként
vonzza Lelkem,
hagyom hát, hogy
közel vonj egészen.

Itt állok előtted,
lágyszellő hozta
hozzám kérésed,

hogy teremjek itt, s
mentselek meg
téged.

Végül is ezzel akartam kezdeni, mert ez mindent elmond, amit csinálnod kell. Úgyhogy vágjunk is bele!

Először is tisztázzuk le, hogy mi a különbség egy értékesítői hálózat és egy fogyasztói hálózat között: Látnod kell, hogy az egész üzlet-kiépítés az valójában egy vállalkozás megteremtése. Egyfajta franchise-rendszer az, amit a hálózatok csinálnak. Bármelyik hálózat. Követi az általános franchise irányokat, ami azt jelenti, hogy vásárolj közvetlen a gyártótól. A kis és nagy kereskedőknek ez nem túl jó hír – ezért csak úgy megjegyzem, soha ne is tőlük kérj tanácsot hálózati ügyekben –, azonban a Network Marketing ebből kovácsol előnyt. Nagyon érdekes egyébként, hogy a legtöbb gazdasági trend, ami most jelen van a világban és mérvadó, akár egy ukrán bérgyilkos, keményen nyírja ki a konkurenciát és a kereskedőket. De a fogyasztói hálózatoknak ezek a trendek pont, hogy kedveznek. Ugye az értékesítői hálózat a klasszikus MLM, ami azt jelenti, lenniük kell törzsvásárlóidnak, akiket Te szolgálsz ki. Raktárba járkálsz, vagy egy nagyobb összegnél kihozzák Neked. Te szépen fogod a termékeidet, elviszed az emberekhez és eladod nekik. Ez egyrészt nagyon macerás, másrészt több jogi problémát is felvet, mert te közvetítesz. Ez az embernek egy csomó könyvelési gondot a nyakába róhat. Tönkreteszi a napjait is, mert a vevőivel kell foglalkoznia ahelyett, hogy hálózatot építene. Amikor meg nincs meg egy adott hónapban a szükséges forgalma, akkor meg telefonálnak fentről, hogy vegye meg ő maga a hiányzó pontértékhez szükséges dolgokat...

Dolgoztál már ilyenben?

Beszéltem egy sráccal, akinek nagyon nagy értékesítői hálózata volt. Úgy teltek a napjai, hogy reggel 10 óra felé felkelt, elment futni, kényelmesen a teraszon megreggelizett kávéval, újsággal... ez tartott úgy délután 3-ig. Akkor elvitt egy-két terméket, majd este 7 körül ment marketing-bemutatót tartani, ahová természetesen nem ment el senki. Aztán éjjelig szponzorálta azt, akinél a bemutatót tartotta volna, hogy legközelebb mi módon kell úgy meghívnia embereket, hogy el is jöjjön valaki. Így keresett 10 évvel ezelőtt olyan 200-250 ezer forintot havonta. A probléma az, hogy egy olyan kényelmi zónába került bele, melyből nem nagyon tudott kiszállni. Ennek pedig a legfőbb oka az volt, hogy mivel értékesítői hálózatban volt benne, esélye sem volt arra, hogy nagyobb csapatot építsen. Azért mert maga a hálózat azt követelte meg, hogy minden egyes tagnak legyenek törzsvásárlói. Ez konkrétan azt jelentette volna, hogy ha minden egyes törzsvásárlóját belépteti csapatépítőként, s azok ettől

fogva saját maguknak rendelnek, akkor ő elesik a bónuszaitól. A másik pedig: hiába mondták azt, hogy ez nem házalás, mégis az volt. Mert fogta a terméket és ment házalni. Más kérdés, hogy meg volt rendelve a termék, de ez akkor is házalás. Másolódnia kellett ennek a dolognak, ez azt jelenti, hogy akik a csúcson voltak, azoknak is ki kellett szolgálnia a vásárlóikat. Képzeld el, hogy keresel több millió forintot havonta és nem akarsz Magyarországon lenni két hónapig. Nem tudod megtenni, mert a vásárlóidat ki kell szolgálni. Maximum azt tudod tenni, hogy felveszel egy titkárnőt és a titkárnő rohangál a raktárba, meg erre-arra.

Miben más a fogyasztói hálózat? Abban, hogy itt piacot építesz egy terméknek vagy egy termékkategóriának, és olyanokat keresel, akik közvetlenül a gyártótól veszik majd meg. Ez majdnem olyan, mint amikor az emberek eljárnak a Metró áruházba. Kap egy törzsvásárlói kártyát és eljár a Metróba, de úgy képzeld el, mintha az a Metró egy gyár lenne, tehát még olcsóbban tudná megvenni. Biztos lehetsz benne, ha kiskereskedelmi forgalomban árulnák a termékeket, amelyekkel foglalkozol, akkor ötszörös ára lenne. Meg akkor is, ha a Metróba mennél be, és ott vennéd meg. Ugye több oka van annak, hogy Network Marketingen keresztül értékesítjük a termékeket. Általában kettőt érdemes kiemelni azok közül, amelyek nem annyira köztudottak: az első az, hogy a termékek olyan piaci előnyt képviselnek, amit, ha beraknának a hagyományos értékesítési csatornába, az ellenséges multik – akik drágább szart árulnak –, mindent megtennének annak érdekében, hogy eltűnjön a piacról. Képzeld el, hogy a legtöbb kozmetikai termékben még mindig petróleum van. Nos, a multiknak rengeteg a pénzük, mert korán kezdték, rengeteg reklámot beleöltek abba, amit csinálnak. Így tehát arra is tudnak rengeteget költeni, hogy eltüntessék a boltban a polcra a másik termékét. Nem igaz? Bármit megtennének! Annyira általános történet, és annyira megszokott, hogy egy csomó film is szól róla. Nem is beszélve a gyógyszergyárakról. Mi lenne, ha a terméket a gyógyszertárakban lehetne kapni?

Ez olyan, mint a könyvkiadás Magyarországon. Én igazából író vagyok. Ezt kevesen tudják rólam '97-ben jelent meg az első könyvem, aminek az volt a címe, hogy Fontossági sorrend. Északi Jenő barátommal írtam, aki ezt a könyvet és az előzőt is – a Lezárási Útmutató címűt papírra vetette a CD-imről. Tehát Ő jelen esetben a szakkönyveim szerkesztője. A Fontossági Sorrend egyébként egy sci-fi. Első nap bestseller lett, ami azt jelenti, hogy több mint 500 könyv fogyott el belőle. Magyarországon, ha már 500 fölött fogy el valamiből valami, az már bestseller. Ez a határ. Első nap a kereskedők elvittek 1800 példányt és a maradék 1200-at folyamatosan adták el. Nagyon jó a könyv, ezt onnan tudom, hogy azóta is nagyon kevés van belőle antikváriumban, évente egy-két példány jön vissza antikváriumokból. Ezeket gyorsan megveszem mindig. Teljesen elfogyott. Ami

durva, hogy a könyvek egyharmada, úgy 1000 könyv 250 Ft-os áron fogyott el. Ez azért volt, mert nem az írók keresnek rajta sokat, hanem azok a nagy cégek – most nem akarok neveket mondani – akiknek nyomdájuk van. És úgy működik, hogy minden könyvesboltba kitesz egy példányt, és szevasz. És holnaptól már jön a következő könyv. Ha régebben írtuk volna ezt a könyvet, akkor a volt Állami Könyvterjesztő Vállalat 80.000 példányban adta volna ki, és eladta volna az összeset. Ez lenne egy ideális kép az életemben: évente írok két könyvet, megjelenik pármillió példányban, aztán szevasz. Ezt sajnos magyar nyelven nagyon nehéz megcsinálni, angolul pedig még nem tudok annyira. De az előadásaimat lefordítjuk angolra egyszer, és könyvben ki lesznek adva. Aztán majd meglátjuk...

Az biztos, hogy amiből ma könnyen pénzt tudsz szerezni, az a jogdíj típusú jövedelem. Tehát, a fogyasztói hálózatoknak ez az egyik biztosítéka a jövőre nézve, hogy nem fognak a termékeik a szokványos csatornákon kereskedelmi forgalomba kerülni, mert a multik halálra gázolnák őket. Így „fű alatt” nem látszik a terjeszkedése, és meg tud erősödni a cég olyan nagyra, hogy már nem tudnak mit kezdeni vele.

Mi a második oka? A második oka, hogy a termékek fogyasztása vagy valamilyen szintű szakértelmet kíván – mint a kozmetikumoknál –, vagy olyan reakciókat okozhatnak, amelyek, ha nem vagyunk felkészítve rájuk, megijeszíthetnek minket, és esetleg abbahagyjuk a fogyasztását. Tehát tanácsadást raktak magához az értékesítéshez, illetve a fogyasztói hálózat-szervezéshez.

Az az igazán durva, de ezt most kérlek, gondold is jó alaposan végig: hogy minden ember, mindennap fogyasztói hálózatot épít. Ha akarja, ha nem.

Hogyan?

Úgy, hogy használ dolgokat. Meg fogják kérdezni tőle, hogy milyen autója van? Milyen telefonja van? Ha elmondja, beszél róla, akkor mit tesz? Tulajdonképp fogyasztói hálózatot épít. Más kérdés, hogy van-e belőle pénze, vagy jogdíja. Pusztán azzal, hogy ott vagy egy hálózatban, mondjuk egy mobilszolgáltatónál, már terneled a következő fogyasztókat, mert lesznek olyan embernek, akik téged véleményformálónak tartanak számon, és tőled fogják megkérdezni, hogy te hol vagy. Az emberek nagyon kis hányada tenné azt, amit mondjuk én csináltam '99-ben, amikor végre elértem a feleségemnél, hogy vehessek egy mobiltelefont – mert az ügyfeleim követelték már. Akkor még viszonylag drága volt a mobil. Megnéztem, melyik szolgáltatónál van a legtöbb ügyfelem, és ott vettem telefont. '99 óta megvan az a számom, bár idén váltani

fogok. Rúgtak egy öngólt maguknak, mert lehetővé tették, hogy átvigyem a számom. Ha erre nem volna lehetőség, akkor maradtam volna, hiszen mindenki ezt ismeri. De miért megyek át egy másik szolgáltatóhoz? Mert jobbak a feltételeik a másinak, és a mostaninál csináltak egy-két hibát az ügyfélkezelésnél a „törődést” illetően, ezért valamennyire berágtam. Nem azt nézték, nekem hogyan lesz olcsóbb, és mi módon tudom jobban kihasználni a szolgáltatásaikat, hanem azt nézték, hogy én már egy meglévő ügyfél vagyok, velem nem kell foglalkozni. Voltaképp egy fogyasztói hálózat csak akkor épülhet le, ha bizonyos emberekkel nem törődik megfelelően. Nem napi szinten kell beszélni velük, de megfelelő, folyamatos legyen a törődés. El tudod hívni őket rendezvényekre, képzésekre, ahol ezt a munkát megcsinálják helyetted. Tájékoztatják őket, foglalkoznak velük olyan szinten, hogy ők hajlandóak legyenek egyre többet és többet rendelni, vagy kitartóan megmaradni a hálózatban, mint fogyasztó.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS

I. FEJEZET: KIÚT A MÓKUSKERÉKBŐL

II. FEJEZET: AZ ELADÁSNAK VÉGE

III. FEJEZET: A LEZÁRÁS NEM ERŐSZAKIV. FEJEZET: LEGYEN STRATÉGIÁD!

V. FEJEZET: AZ ÜZLETI MODELL

VI. FEJEZET: VÁLJ VÉLEMÉNYFORMÁLÓVÁ!

VII. FEJEZET: AZ AUTOMATA LEBONTÁSA

VIII. SZELEKTÁLJ, NE GYŐZKÖDJ

IX. FEJEZET: NE LEGYÉL CSEKK-FIZETŐ AUTOMATA!X.

FEJEZET: VAN ÁLMOD?

XI. MUTASS JÓ PÉLDÁT!

XII. A GONDOLKODÁS FOLYAMATA

XIII. FEJEZET: LEGYÉL KÉPES VÁLTOZNI!

XIV. A LEZÁRÁS TESTI JELEI

- XV. FEJEZET: A LEZÁRÁS LISTÁI**
- XVI. A VAGY KÉRDÉS LISTA**
- XVII. FEJEZET: PROBLÉMA LISTA**
- XVIII. FEJEZET: KIFOGÁS LISTA**
- XIX. FEJEZET: ELŐNY LISTAÖSSZEFOGLALÁS**

A végszó:

Ennyit akartam elmondani. Tőled pedig, aki olvasod ezt a könyvet, és alkalmazod, elvárom, hogy mielőbb gyémánt légy. Aztán veregesd meg a vállam, ha erre jársz, és mondd azt, hogy szép volt, Tamás. Akkor pedig én is megveregetem a Te vállad, és azt mondom: szép volt Gyémánt!

Ha megnézed a weboldalamat, akkor látni fogod, hogy milyen képzésem vannak, és mikor tudsz eljönni valamelyikre, vagy mindegyikre.

Végezetül csak annyit, hogy sikeres üzletépítést kívánok!

Nagyon nagy szeretettel és barátsággal,

Kasza Tamás

OMV KÚT INÁRCS, 2011.10.03. befejezve:

OMV KÚT INÁRCS, 2011.10.03. 0:39

5.000 Ft

[A KÖNYV WEBOLDALA](#)