

АЛЕКСАНДР КУШНЕРОВ

МОИ ПЕРВЫЕ 30 ДНЕЙ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ

ПОШАГОВАЯ СИСТЕМА ЗАПУСКА,
РОСТА И ПОСТРОЕНИЯ УСПЕШНОЙ КОМАНДЫ
ЗА ПЕРВЫЕ 30 ДНЕЙ



ПРОВЕРЕННАЯ
СИСТЕМА



МАСШТАБИРУЕМАЯ
КОМАНДА



ФИНАНСОВАЯ
СВОБОДА

Александр Кушнеров

**Мои первые 30 дней
в сетевом бизнесе**

«Автор»

2026

Кушнеров А.

Мои первые 30 дней в сетевом бизнесе / А. Кушнеров —
«Автор», 2026

Почему 95% новичков сгорают в сетевом бизнесе за первые месяцы, а 5% строят команды? Ответ не в компании, не в продукте и не в рынке. Он — в голове. «Мои первые 30 дней в сетевом бизнесе» — книга-наставник, меняющая само мышление. 30 глав — 30 шагов: от страха первого сообщения до состояния лидера, за которым идут. Здесь нет «волшебных» скриптов, методов из 90-х и лёгких денег. Только то, что работает: психология общения, личный бренд, экологичные приглашения, работа с возражениями, построение команды. За 30 дней вы:— избавитесь от внутренней нужды и страха отказов;— научитесь вызывать доверие без манипуляций;— постройте бизнес онлайн без спама;— будете проводить встречи, после которых человек сам хочет вернуться;— создадите команду, которая не рассыпается. Каждая глава: кейс, совет лидера, упражнение и чек-лист. Вы не просто читаете — вы делаете. Для новичков, сетевиков и лидеров команд. Ведь сетевой бизнес — это зеркало: он отражает не удачу, а вас. Начните свои 30 дней сейчас.

© Кушнеров А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

МОИ ПЕРВЫЕ 30 ДНЕЙ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ДЕНЬ 1	8
ДЕНЬ 2	10
ДЕНЬ 3	13
ДЕНЬ 4	16
ДЕНЬ 5	18
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Александр Кушнеров
Мои первые 30 дней в сетевом бизнесе

МОИ ПЕРВЫЕ 30 ДНЕЙ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ

Александр Кушнеров

ВВЕДЕНИЕ

Большинство людей терпят неудачу не потому, что им не хватает способностей, а потому, что им не хватает понимания. Эта книга — про понимание

А. Кушнеров.

ПОЧЕМУ БОЛЬШИНСТВО НИКОГДА НЕ СТАНЕТ УСПЕШНЫМ В СЕТЕВОМ БИЗ- НЕСЕ

Если вы читаете эту книгу, скорее всего, вы уже хотя бы раз задумывались о сетевом бизнесе.

Возможно, вам кто-то писал. Возможно, вас приглашали на встречу. Возможно, вы даже пробовали.

И, возможно, как и большинство людей, вы подумали:

— «Это не мое».

— «Я не умею продавать».

— «У меня нет опыта».

— «Я не лидер».

— «У меня нет связей».

— «Я слишком взрослый для этого».

или наоборот:

— «Сейчас уже поздно заходить».

Я тоже так думал.

Более того — я был уверен, что сетевой бизнес создан только для особого типа людей: громких, харизматичных, общительных, тех, кто умеет красиво говорить и убеждать.

А я всю жизнь работал совсем в другом мире. Стройки. Вахты. Тяжелая работа. Мужские коллективы. Простая логика: сделал — получил.

Потом была кофейня. Первый настоящий бизнес. Свое дело. Своя ответственность. Свои победы и проблемы.

И знаете, что я понял?

Большинство людей никогда не становятся богатыми не потому, что мало работают. А потому, что всю жизнь обменивают свое время на деньги.

Даже предприниматели часто попадают в ту же ловушку. Просто вместо начальника у них: аренда, клиенты, поставщики, сотрудники, и постоянная зависимость от процессов.

Именно тогда я начал смотреть в сторону бизнеса, где рост зависит не только от количества часов, которые ты работаешь.

Так я пришел в сетевой бизнес.

И первое, что меня удивило: здесь почти никто не умеет работать с людьми.

Люди пытаются: продавать, убеждать, давить, впаривать, спорить, доказывать.

А потом говорят: — «Сетевой не работает».

Хотя проблема не в бизнесе. Проблема в том, что большинство приходит сюда с мышлением продавца. А нужно мышление лидера.

За последние годы я понял простую вещь:

Сетевой бизнес — это не про продукт. Не про баночки. Не про маркетинг. Не про презентации.

Это бизнес-коммуникации, влияния, доверия и человеческой психологии.

Здесь выигрывает не тот, кто больше говорит. А тот, кто лучше понимает людей.

Эта книга — не теория.

Это концентрат опыта, ошибок, наблюдений, психологии, продаж, переговоров, лидерства и десятков ситуаций, которые проживает каждый человек в сетевом бизнесе.

На то, чтобы понять многие вещи, у людей уходят годы.

Ваша задача — пройти этот путь быстрее.

За следующие 30 дней вы научитесь: — общаться; — вызывать доверие; — приглашать; — работать с возражениями; — проводить встречи; — закрывать сделки; — вести соцсети; — строить команду; — мыслить, как лидер.

Но самое главное — вы начнете понимать людей.

А это навык, который меняет не только бизнес. Он меняет всю жизнь.

И начнем мы с самой большой ошибки, из-за которой проваливается почти каждый новичок.

Попытки продавать

ОШИБКА НОВИЧКА

Приходить в сетевой бизнес с мышлением продавца, а не лидера

Думать, что успех зависит от продукта, компании или маркетинг-плана

Пытаться продавать, убеждать и давить вместо того, чтобы понимать людей

Ожидать быстрых результатов без работы над собой

СОВЕТ ЛИДЕРА

Сетевой бизнес — это бизнес доверия и человеческой психологии. Здесь выигрывает не тот, кто больше говорит, а тот, кто лучше понимает людей. Ваш доход — это отражение вашей ценности для других людей.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Возьмите лист бумаги или заметки в телефоне. Напишите ответ на один вопрос:

«Зачем я на самом деле пришел в этот бизнес? Что конкретно должно измениться в моей жизни через год, чтобы я сказал: "Да, я сделал правильный выбор"?»

Будьте предельно честны. Не «хочу быть богатым», а «хочу забирать детей из школы сам», «хочу закрыть ипотеку», «хочу перестать бояться звонков».

Это будет вашим якорем в трудные дни.

ЧЕК-ЛИСТ ВВЕДЕНИЯ

Я честно ответил на вопрос «Зачем я пришел в этот бизнес?»

Я записал конкретные цели (не абстрактные, а измеримые)

Я понял, что сетевой бизнес — это про людей, а не про продукт

Я готов работать над собой, а не искать «волшебные скрипты»

Я принял решение пройти этот путь за 30 дней

ДЕНЬ 1

«Попытка продать — это не навык. Это страх, замаскированный под действие.»

ПОЧЕМУ 95% ЛЮДЕЙ ПРОВАЛИВАЮТСЯ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ

Когда человек впервые приходит в сетевой бизнес, он почти всегда начинает делать одну и ту же ошибку.

Он пытается продавать.

Именно в этот момент большинство людей начинает свое падение.

Новичок получает: продукт, маркетинг, презентацию, мотивацию, и список знакомых.

После чего ему говорят: — «Пиши всем». — «Рассказывай про возможность». — «Приглашай».

И что происходит дальше?

Человек открывает телефон... и внезапно начинает бояться.

Потому что внутри появляется вопрос: «А что я вообще скажу?»

И вот здесь начинается самое интересное.

Большинство людей думают, что проблема в отсутствии навыков продаж.

Но это не так.

Настоящая проблема — внутреннее состояние desperate (desperate: доведённый до отчаяния; безрассудный; безумная отвага; отчаянная храбрость).

Состояние, в котором человек: слишком хочет результата.

А люди это чувствуют мгновенно.

Вы наверняка сами сталкивались с этим. Когда вам пишет человек, и уже после первых сообщений понятно: ему от вас что-то нужно.

Именно поэтому большинство новичков: — звучат неуверенно; — оправдываются; — начинают слишком много объяснять; — спорят; — пытаются «дожать»; — боятся отказов; — эмоционально зависят от реакции людей.

Почему это происходит?

Потому что новичок приходит в сетевой бизнес с мышлением: «Мне срочно нужны деньги».

А человек, которому срочно что-то нужно, почти никогда не выглядит привлекательно.

Кейс из практики:

В мою команду Pm-International пришла девушка, Ольга. У нее горели глаза, но ноль опыта. В первый же день она написала своей подруге, с которой не общалась три года:

«Привет! Как дела? Слушай, у меня тут супер-возможность, проект, который перевернет твою жизнь! Давай созвонимся на 15 минут, я все расскажу, это бомба!»

Подруга ответила через час: «Оль, прости, я очень занята на работе. Давай как-нибудь в другой раз». И пропала.

Ольга была в отчаянии: «Почему она меня отвергла? Я же хочу ей помочь!»

Я показал ей переписку другого партнера, Анны. Анна тоже писала старой знакомой, но иначе:

«Привет, Маш! Увидела твои фото из отпуска, выглядишь отлично, прямо завидую белой завистью :) Как ты вообще, как работа? Я тут недавно сменила сферу деятельности, нашла формат, который позволяет мне самой планировать график. Вспомнила, что ты тоже искала что-то гибкое. Если тебе сейчас вообще не актуально — без проблем, просто решила поделиться. Если интересно глянуть, как это устроено — маякни, расскажу без всякого давления».

Маша ответила: «Ого, привет! Да, актуально, работа выматывает. Расскажи подробнее».

Видите разницу?

Ольга звучала неуверенно, навязчиво и нуждалась в результате. Она пыталась «дожать». Анна звучала спокойно, с уважением к границам человека. Она предлагала, а не требовала.

Запомните одну важную мысль.

Люди не идут за нуждающимися. Люди идут за уверенными.

И именно поэтому топ-лидеры никогда не выглядят как продавцы. Они выглядят как люди, у которых и без вас всё хорошо.

В этом парадокс. Чем меньше вы пытаетесь понравиться — тем больше люди к вам тянутся.

Но здесь у большинства возникает вопрос: — «Тогда как вообще строить бизнес?»

Ответ простой.

Перестаньте пытаться продавать. Начните учиться понимать людей.

Потому что сетевой бизнес — это не игра: «как впарить».

Это игра: «как стать человеком, рядом с которым другие начинают видеть больше возможностей для своей жизни».

Именно поэтому лучшие сетевики — это не лучшие продавцы. Это лучшие коммуникаторы.

Люди, которые умеют: слушать, чувствовать, понимать, задавать вопросы и создавать доверие.

В следующих главах вы поймете, почему попытка продавать — главная ошибка новичка. И почему люди покупают совсем не то, что вы думаете.

ОШИБКА НОВИЧКА

Писать всем подряд по шаблону «Привет, есть крутая возможность»

Звучать неуверенно и оправдываться в сообщениях

Пытаться «дожать» человека, который не готов

Бояться отказов и эмоционально зависеть от реакции людей

Приходить в бизнес с мышлением «Мне срочно нужны деньги»

СОВЕТ ЛИДЕРА

Люди не идут за нуждающимися. Люди идут за уверенными. Топ-лидеры никогда не выглядят как продавцы — они выглядят как люди, у которых и без вас всё хорошо. Чем меньше вы пытаетесь понравиться, тем больше люди к вам тянутся.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Аудит ваших сообщений.

Откройте свои исходящие сообщения за последнюю неделю. Найдите 3-5 сообщений, где вы предлагали бизнес или продукт.

Прочитайте их глазами получателя. Чувствуется ли в них давление? Есть ли там слова-маркеры нужды: «срочно», «уникальный шанс», «только сейчас», «ты упускаешь»?

Перепишите одно из этих сообщений так, как написала бы Анна из примера выше: спокойно, с уважением к выбору человека и без требования немедленного ответа.

ЧЕК-ЛИСТ ДНЯ 1

Я нашел в своих сообщениях признаки давления и нужды

Я переписал хотя бы одно сообщение в спокойном тоне

Я убрал слова-маркеры нужды («срочно», «уникальный шанс»)

Я добавил фразу, снимающую давление («Если не актуально — без проблем»)

Я понял разницу между предложением и требованием

ДЕНЬ 2

«Люди не покупают продукт. Они покупают доверие. Всё остальное — лишь повод.»

ГЛАВНАЯ ОШИБКА НОВИЧКА — ПОПЫТКА ПРОДАВАТЬ

Если вы внимательно посмотрите на большинство людей в сетевом бизнесе, то заметите одну закономерность.

Они начинают продавать раньше, чем научились вызывать доверие.

Именно поэтому у многих ничего не получается.

Новичок приходит в бизнес с правильным желанием. Он хочет: — заработать; — помочь семье; — изменить жизнь; — доказать себе, что способен на большее.

Но дальше начинается ошибка, которая убивает почти весь потенциал.

Человек превращается в продавца. И делает это слишком рано.

Он еще не научился: — понимать людей; — вызывать интерес; — чувствовать эмоции; — задавать вопросы; — слушать.

Но уже пытается: — убеждать; — рассказывать про продукт; — объяснять маркетинг; — закрывать сделки.

Представьте ситуацию.

Вы заходите в магазин просто посмотреть телефон. И через три секунды к вам подлетает продавец: — «Здравствуйте! Это лучший вариант! Сейчас расскажу!»

Что вы чувствуете? Правильно. Желание уйти.

Даже если телефон хороший. Потому что давление вызывает сопротивление.

Именно так выглядят большинство новичков в сетевом.

Они еще не успели познакомиться с человеком, но уже начинают: — отправлять презентации; — рассказывать про доход; — скидывать баночки; — объяснять маркетинг-план; — писать длинные сообщения.

И люди начинают защищаться.

Почему?

Потому что человек всегда чувствует, когда его хотят использовать.

Запомните важную мысль:

Люди не любят, когда им пытаются что-то продать.

Но люди любят: — покупать; — принимать решения; — чувствовать свою значимость; — видеть возможности; — общаться с интересными людьми.

Это огромная разница.

Однажды я наблюдал за двумя партнерами.

Первый пытался «дожимать» каждого. Он говорил быстро. Много. Постоянно спорил. Объяснял, почему продукт лучший. Почему компания надежная. Почему надо срочно заходить.

И люди исчезали.

Второй партнер выглядел спокойно. Он почти ничего не продавал. Он задавал вопросы. Слушал. Интересовался жизнью человека. Иногда разговор вообще уходил далеко от бизнеса.

Но в итоге люди сами спрашивали: — «А чем ты занимаешься?» — «Почему ты так уверен?» — «Как это работает?»

И тогда диалог становился естественным.

Вот главный секрет.

Топ-лидер никогда не пытается продать человеку бизнес. Он помогает человеку увидеть возможность.

Это совершенно разная энергия.

Когда вы продаете — вы давите.

Когда вы показываете возможность — человек сам начинает думать.

А люди гораздо больше доверяют решениям, которые приняли сами.

Теперь важный вопрос.

Почему новичок так стремится продавать?

Ответ простой. Страх.

Он боится: — что его не воспримут серьезно; — что не будет результата; — что не заработает; — что люди уйдут; — что он выглядит недостаточно убедительно.

И поэтому начинает говорить слишком много.

Но в бизнесе работает противоположный принцип.

Чем спокойнее вы выглядите — тем сильнее вам доверяют.

Уверенный человек не уговаривает. Он предлагает возможность. И позволяет человеку принять решение самому.

Именно поэтому лучшие сетевики никогда не выглядят отчаянными. Они не цепляются за каждого человека.

Они понимают: ЛЮДЕЙ МНОГО.

Их задача — НЕ БЕГАТЬ ЗА ВСЕМИ.

Их задача — СТАНОВИТЬСЯ СИЛЬНЕЕ КАК ЛИЧНОСТЬ.

Потому что сильная личность всегда притягивает людей.

Запомните еще одну мысль, которая может изменить весь ваш бизнес.

Ваша цель — не научиться продавать.

Ваша цель — научиться вызывать доверие.

Это намного более дорогой навык. И именно он делает человека лидером.

В следующих главах мы поговорим о том, почему люди мгновенно чувствуют внутреннюю нужду, и как состояние отчаяния разрушает бизнес еще до первого диалога.

ОШИБКА НОВИЧКА

Начинать продавать раньше, чем вызвано доверие

Говорить слишком много из-за страха

Отправлять презентации и маркетинг-планы без запроса

Пытаться «дожать» и убедить человека

Бегать за людьми вместо того, чтобы становиться сильнее как личность

СОВЕТ ЛИДЕРА

Ваша цель — не научиться продавать. Ваша цель — научиться вызывать доверие. Это намного более дорогой навык. И именно он делает человека лидером. Чем спокойнее вы выглядите, тем сильнее вам доверяют.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Аудит соотношения «говорю/слушаю».

Вспомните свою последнюю встречу или разговор о бизнесе. Сколько процентов времени говорили вы, а сколько — собеседник? Напишите пропорцию.

Например: «Я говорил 80%, слушал 20%».

В следующем разговоре поставьте цель: говорить 30%, слушать 70%. Задавайте вопросы, делайте паузы, давайте человеку высказаться.

Засеките, как изменится реакция собеседника и ваша собственная усталость после разговора.

ЧЕК-ЛИСТ ДНЯ 2

Я проанализировал свой последний разговор (проценты говорю/слушаю)

Я поставил цель говорить 30%, слушать 70%

Я перестал отправлять презентации без запроса

Я понял, что люди любят покупать, а не когда им продают

Я запомнил: моя цель — вызывать доверие, а не продавать

БЛОК 1

МЫШЛЕНИЕ И СОСТОЯНИЕ ЛИДЕРА

Прежде чем учиться приглашать, проводить встречи и закрывать сделки, нужно разобратся с фундаментом — с вашим внутренним состоянием.

Потому что все техники и скрипты бесполезны, если внутри вас сидит страх, нужда и зависимость от чужого мнения.

В этом блоке мы разберем, как перестать быть нуждающимся продавцом и стать человеком, за которым идут.

ДЕНЬ 3

«Ваше состояние громче любых слов. Люди слышат его раньше, чем понимают смысл.»

ПОЧЕМУ ЛЮДИ ЧУВСТВУЮТ ВАШУ ВНУТРЕННЮЮ НУЖДУ И ТЕРЯЮТ ИНТЕРЕС

Есть вещь, которую большинство новичков не понимает годами.

Люди почти никогда не покупают продукт. И даже не бизнес.

Они сначала покупают ваше состояние.

Это происходит бессознательно.

Человек может не разбираться: — в маркетинге; — в компании; — в продукте; — в бизнесе.

Но он очень хорошо чувствует: — уверенность; — спокойствие; — силу; — внутреннюю устойчивость.

И точно так же чувствует: — тревогу; — нужду; — отчаяние; — страх отказа; — желание любой ценой получить результат.

Самое интересное, что большинство людей даже не осознают, почему теряют интерес к новичку.

Они просто чувствуют внутренний дискомфорт.

Представьте две ситуации.

В первой человек пишет вам: — «Здравствуйте! Есть уникальная возможность!» — «Можно 15 минут вашего времени?» — «Это изменит вашу жизнь!» — «Когда удобно созвониться?»

И уже после первых сообщений чувствуется напряжение. Словно человеку что-то от вас нужно.

Во второй ситуации человек общается спокойно. Без давления. Без попытки понравиться. Без ощущения, что он цепляется за вас как за последний шанс.

И даже если речь идет об одном и том же бизнесе — восприятие будет абсолютно разным. Почему?

Потому что люди тянутся к тем, кто выглядит внутренне устойчивым.

Это базовая человеческая психология.

Никто не хочет идти за человеком, который сам не уверен в себе.

И здесь большинство новичков совершают роковую ошибку.

Они начинают строить бизнес из состояния нехватки.

Им срочно нужны: — деньги; — партнеры; — результат; — подтверждение собственной значимости.

И вся коммуникация начинает пропитываться этим состоянием.

Человек еще ничего не сказал, а напряжение уже чувствуется.

Именно поэтому многие говорят: — «Я вроде всё правильно пишу... но люди пропадают».

Проблема не всегда в словах. Проблема в энергии, которая стоит за словами.

Запомните одну важную мысль.

Люди чувствуют ваше состояние быстрее, чем понимают ваши аргументы.

Именно поэтому два человека могут говорить одно и то же — но получать совершенно разный результат.

Один вызывает доверие. Другой — внутреннее желание дистанцироваться.

Топ-лидеры понимают простую вещь:

Нельзя строить большой бизнес из состояния внутренней нужды.

Потому что нужда разрушает: — уверенность; — спокойствие; — уважение к себе; — привлекательность; — лидерскую энергию.

И самое опасное — она заставляет человека начинать давить.

Сначала мягко. Потом сильнее.

Потом появляются: — бесконечные сообщения; — попытки «дожать»; — споры; — навязчивость; — эмоциональная зависимость от ответа.

А дальше человек говорит: — «Люди негативные». — «Никому ничего не надо». — «Сетевой не работает».

Хотя проблема совсем в другом.

Люди не любят, когда на них пытаются повесить чужую нужду.

И наоборот — их очень притягивают люди, которые выглядят самодостаточно.

Парадокс сетевого бизнеса в том, что лучшие результаты часто приходят тогда, когда человек перестает цепляться за результат.

Когда он начинает: — развиваться; — расти; — работать над собой; — увеличивать собственную ценность; — строить долгую игру.

Тогда меняется всё.

Меняется голос. Манера общения. Взгляд. Сообщения. Поведение.

И люди начинают это чувствовать.

Но здесь возникает главный вопрос.

Как перестать зависеть от мнения людей? Как не бояться отказов? Как не принимать чужое «нет» слишком близко?

Именно об этом мы поговорим в следующей главе.

Потому что страх чужого мнения — одна из главных причин, почему люди так и не становятся лидерами.

ОШИБКА НОВИЧКА

Строить бизнес из состояния внутренней нехватки и отчаяния

Пытаться «дожать» и навязываться из-за страха получить отказ

Думать, что проблема в неправильно подобранных словах, а не в энергии за ними

Эмоционально зависеть от реакции и ответа собеседника

СОВЕТ ЛИДЕРА

Люди чувствуют ваше состояние быстрее, чем понимают ваши аргументы. Нельзя строить большой бизнес из нужды. Лучшие результаты приходят тогда, когда вы перестаете цепляться за результат и начинаете работать над своей внутренней устойчивостью.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Техника «3 минуты до разговора». Поставьте таймер на 3 минуты перед следующим диалогом о бизнесе. Просто дышите и повторяйте про себя: «Мне ничего от этого человека не нужно. Я просто хочу его узнать. Если он откажет — это нормально. У меня есть и другие люди, которым это может быть интересно». Запишите, как изменилось ваше состояние, и сравните реакцию собеседника.

ЧЕК-ЛИСТ

Я поймал себя на состоянии нужды перед звонком или встречей

Я выполнил технику «3 минуты до разговора»

Я убрал из переписки слова-маркеры отчаяния («срочно», «уникальный шанс»)

Я внутренне принял, что отказ — это нормальная часть процесса

Я сместил фокус с «получить результат» на «узнать человека»

ДЕНЬ 4

«Страх чужого мнения — это налог, который вы платите за жизнь, которую не хотите жить.»

КАК ПЕРЕСТАТЬ БОЯТЬСЯ МНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩИХ

Страх чужого мнения разрушил больше карьер, чем отсутствие денег, связей или опыта. Особенно в сетевом бизнесе.

Потому что здесь человек сталкивается не только с работой. Он сталкивается с оценкой. Именно поэтому многие люди так никогда и не начинают действовать по-настоящему.

Они боятся: — что о них подумают; — что скажут знакомые; — как отреагируют друзья; — не будут ли смеяться; — не подумают ли, что они «влезли в секту».

Самое интересное, что большинство этих страхов существует только в голове самого человека.

Люди гораздо меньше думают о вас, чем вам кажется.

У каждого свои проблемы. Свои кредиты. Свои страхи. Своя жизнь.

Но новичок в сетевом начинает жить так, словно весь мир наблюдает именно за ним.

Он боится: — выложить пост; — записать видео; — рассказать о бизнесе; — написать человеку; — публично заявить о своих целях.

Почему?

Потому что внутри сидит глубинная потребность: получить одобрение.

С детства нас приучали быть удобными. Не выделяться. Не ошибаться. Не выглядеть странно. Не спорить. Не рисковать.

Но лидерство начинается ровно в тот момент, когда человек перестает жить ради чужого одобрения.

Запомните очень важную мысль.

Невозможно одновременно: строить большое будущее и постоянно ждать разрешения от окружающих.

Это несовместимые вещи.

Большинство людей никогда не построят ничего большого именно потому, что слишком зависят от мнения тех, кто сам ничего большого не построил.

И здесь появляется парадокс.

Человек боится осуждения от людей, которые сами живут жизнью, которую он не хочет.

Подумайте об этом.

Очень часто вас критикуют: — уставшие люди; — разочарованные люди; — люди, которые сами давно перестали мечтать.

И если вы будете жить по их правилам — рано или поздно станете такими же.

Когда человек приходит в сетевой бизнес, он впервые начинает выходить из привычной среды.

Он начинает: — развиваться; — учиться коммуникации; — менять окружение; — мыслить масштабнее; — ставить большие цели.

И это начинает раздражать некоторых людей вокруг.

Почему?

Потому что ваш рост напоминает им о собственном бездействии.

Не все готовы это принять.

Именно поэтому почти каждый будущий лидер проходит период, когда его: — не понимают; — критикуют; — обесценивают; — высмеивают; — не воспринимают всерьез.

Это нормально. Более того — это почти обязательный этап роста.

Проблема не в критике. Проблема в том, что большинство людей эмоционально ломаются под чужим мнением.

Один комментарий — и человек перестает вести соцсети. Один отказ — и он перестает приглашать. Одна насмешка — и он начинает сомневаться в себе.

Но успешные люди отличаются одной важной чертой.

Они не позволяют чужому мнению управлять собственной жизнью.

И здесь нужно понять главное.

Свобода — это не только деньги.

Свобода — это способность жить по своим решениям, а не по ожиданиям окружающих.

Именно поэтому сетевой бизнес так сильно меняет людей.

Он заставляет: — взрослеть; — становиться увереннее; — учиться держать удар; — переставать искать одобрение; — становиться личностью.

И в какой-то момент происходит перелом.

Человек начинает понимать:

Люди всегда будут что-то говорить.

Когда вы бедны — они говорят.

Когда начинаете расти — они тоже говорят.

Когда пробуете новое — говорят снова.

Поэтому единственный вопрос: ради какой жизни вы готовы это слушать?

В следующих главах мы поговорим о вещи, которую большинство новичков понимает слишком поздно.

Люди идут не в компанию. Не в продукт. И даже не в маркетинг.

Люди идут в личность.

ОШИБКА НОВИЧКА

Жить ради чужого одобрения и бояться «что подумают»

Переставать действовать (писать, звонить, снимать сторис) из-за одного негативного комментария

Бояться осуждения от людей, которые сами ничего не достигли в жизни

Эмоционально ломаться под влиянием насмешек и критики

СОВЕТ ЛИДЕРА

Невозможно строить большое будущее и постоянно ждать разрешения от окружающих.

Вас часто критикуют те, кто сам давно перестал мечтать. Свобода — это способность жить по своим решениям, а не по ожиданиям других.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Упражнение «Список мнений». Напишите список из 10 людей, чье мнение для вас важно. Напротив каждого имени напишите их реальные результаты в жизни. Совпадает ли их жизнь с той, к которой стремитесь вы? Это осознание освободит вас от страха.

ЧЕК-ЛИСТ

Я составил список из 10 людей и честно оценил их результаты

Я осознал, чье мнение на самом деле не имеет для меня веса

Я совершил действие (пост, звонок), несмотря на страх оценки

Я перестал оправдываться за свой выбор и цели

Я сфокусировался на своем росте, а не на критик

ДЕНЬ 5

«Компании приходят и уходят. Люди идут за людьми.»

ПОЧЕМУ ЛЮДИ ИДУТ НЕ В КОМПАНИЮ, А НА ЛИЧНОСТЬ

Большинство новичков думают, что люди приходят: — в компанию; — на продукт; — на маркетинг; — на деньги.

Но правда в том, что сначала люди приходят на человека. И только потом — на всё остальное.

Это одна из самых важных мыслей в сетевом бизнесе.

Потому что именно здесь большинство делает ошибку, пытаясь впечатлить: — презентацией; — цифрами; — бонусами; — историями успеха; — красивыми словами.

Хотя человек в этот момент подсознательно задает совсем другой вопрос: «А тебе самому можно доверять?»

Люди чувствуют личность намного быстрее, чем оценивают информацию.

Именно поэтому два человека могут рассказывать об одной и той же компании — и получать совершенно разный результат.

Первого хочется слушать. От второго хочется уйти. Хотя слова могут быть почти одинаковыми.

Почему так происходит?

Потому что сетевой бизнес — это бизнес доверия. А доверие невозможно сыграть.

Оно всегда считывается: — по состоянию; — по поведению; — по уверенности; — по спокойствию; — по отношению к людям.

Когда человек слишком старается понравиться — это чувствуется.

Когда пытается выглядеть успешнее, чем есть на самом деле — это тоже чувствуется.

Когда внутри много нужды — люди снова это считывают.

И наоборот.

Есть люди, рядом с которыми спокойно. Они не давят. Не спорят. Не пытаются никого переубедить.

Но им почему-то доверяют.

Вот именно такие люди и становятся лидерами.

Потому что лидер — это не громкость. Лидер — это внутренний вес личности.

Кейс из практики:

Однажды я наблюдал интересную ситуацию. На одной встрече выступали два человека.

Первый говорил очень красиво. Много энергии. Много эмоций. Громкие обещания.

Истории про быстрые деньги.

Люди слушали... но внутри чувствовалось напряжение.

Второй говорил спокойно. Без пафоса. Без театра. Без попытки кого-то впечатлить.

Он рассказывал: — о системе; — о мышлении; — о навыках; — о росте; — о том, почему сетевой бизнес меняет человека.

И именно вокруг него после встречи собрались люди.

Потому что рядом с ним чувствовалась устойчивость. А устойчивость сегодня — редкость.

Запомните важную мысль.

Люди идут туда, где чувствуют силу, спокойствие и перспективу.

Не идеальность. Не актерскую уверенность. А настоящую внутреннюю опору.

Именно поэтому в современном сетевом бизнесе личность стала важнее продукта.

Раньше можно было: — просто показывать каталог; — рассказывать про компанию; — работать по спискам знакомых.

Сегодня это почти не работает.

Сейчас человек сначала смотрит: — кто вы; — как мыслите; — как живете; — как общаетесь; — как ведете соцсети; — какую энергию создаете вокруг себя.

И только потом начинает интересоваться бизнесом.

Фактически люди покупают ответ на вопрос: «Хочу ли я стать похожим на этого человека?»

Вот почему личностный рост — не дополнительная часть сетевого бизнеса. Это основа.

Ваш доход всегда будет отражением: — вашей уверенности; — вашей зрелости; — вашей способности влиять; — вашей ценности для людей.

Слабая личность не удержит большую команду. Потому что люди всегда чувствуют, за кем можно идти, а за кем — нет.

И здесь появляется следующий важный вопрос.

Если люди идут в личность — то как стать человеком, которого начинают слушать?

Не давлением. Не громкостью. Не манипуляциями. А внутренней силой.

Именно об этом мы поговорим в следующей главе.

ОШИБКА НОВИЧКА

Пытаться впечатлить человека презентацией, цифрами и бонусами

Думать, что люди идут в компанию, на продукт или на маркетинг-план

Играть роль «успешного человека» вместо развития внутренней опоры

Забывать, что доверие невозможно сыграть или подделать

СОВЕТ ЛИДЕРА

Сначала люди приходят на человека, и только потом — на всё остальное. Люди идут туда, где чувствуют силу, спокойствие и перспективу. Личностный рост — это не дополнение к сетевому бизнесу, это его фундамент.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ

Упражнение «5 качеств лидера». Запишите 5 качеств человека, за которым вы бы сами пошли в бизнес (например: уверенность, честность, эмпатия). Оцените себя по ним от 1 до 10. Выберите одно «слабое» качество и напишите один конкретный шаг для его развития на этой неделе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.