

A woman with long black hair and sunglasses, wearing a pink hoodie and camouflage pants, is crouching next to a heavily damaged pink car at night. The car has a shattered windshield and a large red splatter on its side. A license plate on the front of the car reads "TG @Mesens_MLM". The background shows a city street with other cars and lights.

ТАТЬЯНА МЕСЕНС

НЕ ВЕРЬ НАСТАВНИКАМ.

Даже мне

ШЕСТНАДЦАТЬ ЛЕТ В СЕТЕВОМ. ЧТО РАБОТАЕТ НА САМОМ ДЕЛЕ

Татьяна Месенс

Не верь наставникам. Даже мне.

«Автор»

2026

Месенс Т.

Не верь наставникам. Даже мне. / Т. Месенс — «Автор», 2026

Меня учили рисовать чеки. Я вместо этого написала книгу. Шестнадцать лет назад на вебинаре для новичков спикер показывал, как подделать скриншот дохода, и чат ставил плюсики. Я решила, что докажу настоящим чеком. С тех пор прошла в сетевом всё: от первых неловких сообщений до команды в тысячи человек и дохода, который не страшно показать вместе с налоговой декларацией. Эта книга не про веру, а про проверку. Внутри: пять знаменитых цитат с презентаций, которых не существует; реальные цифры индустрии вместо обещаний со сцены; моя воронка в живых числах и цена трафика; дословные ответы на «это пирамида», «нет времени» и «нет денег»; план первых 90 дней с чек-листами и скриптами. Каждая глава устроена одинаково: во что тебя просят верить, что на самом деле, как проверить, что делать. Для тех, кто уже в сетевом, и для тех, кто присматривается и не хочет быть обманутым. Не верь наставникам. Даже мне. Проверь.

© Месенс Т., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Я тоже наставник. Не верь мне	6
Как я сама попалась. Через шестнадцать лет	7
Пять слайдов, которые ты уже видел	8
Что происходило на самом деле	9
Кто я такая	10
Правила игры	11
«У всех получится»	12
Сколько здесь платят наверху	13
Разговор, который у меня случается раз в неделю	14
Спринт, который продают. Марафон, который есть	15
Что на самом деле решает: наука	16
Полмиллиона подписчиков и ноль бизнеса	17
Как проверить	18
Что делать	19
«Достаточно двух часов в день»	20
Обещание, которое звучит на каждой презентации	21
Армия, в которую призывают добровольцы	23
Почему девяносто, а не двадцать один	24
Что говорят те, кто считал	26
Как проверить	28
Что делать	29
«У нас есть система»	30
Почему это слово продаёт лучше пляжей	31
Что такое система на самом деле	32
Женщина, чью систему повторили восемьсот тысяч раз	34
Вредные советы, которые дают всерьёз	35
Как проверить	36
Что делать	37
«Смотри, какие чеки»	38
Слайд, ради которого приходят	39
Урок первый. Среднее и медиана	40
Урок второй. Красивая цифра без адреса	41
Урок третий. Как готовятся рейтинги	42
Как выглядит настоящее подтверждение	44
Конец ознакомительного фрагмента.	45

Татьяна Месенс

Не верь наставникам. Даже мне.

ТАТЬЯНА МЕСЕНС

НЕ ВЕРЬ НАСТАВНИКАМ.

Даже мне

Шестнадцать лет в сетевом: что работает на самом деле

Сочи · 2026

Пролог

ПРОЛОГ

Я тоже наставник. Не верь мне

Первый бизнес-урок, который я получила в сетевом маркетинге, был уроком рисования.

Вебинар для новичков. В эфире спикер, на которого молилась вся структура: результаты, харизма, сотни человек онлайн. Я сидела перед экраном с тетрадкой и готовилась записывать секреты профессии.

Секрет оказался простой. Чтобы за тобой шли люди, им нужно показать красивый чек. А если красивого чека пока нет, его можно сделать. Дальше шла технология: как нарисовать скриншот дохода так, чтобы никто не отличил.

Чат радостно ставил плюсики.

Я смотрела на свою тетрадку и понимала, что у меня два варианта. Первый: сделать, как учат. Быстро, удобно, все так делают. Второй: решить, что если этот бизнес не работает без нарисованных чеков, то мне такой бизнес не нужен. А если работает, я докажу это настоящим чеком, сколько бы времени это ни заняло.

Я выбрала второй вариант. За шестнадцать лет я не нарисовала ни одного скриншота. Все мои чеки настоящие, с налогами и выписками из банка, и поэтому мне не страшен ни один скептик с вопросом «а докажи».

А тот спикер сегодня выступает на больших сценах как эксперт рынка. Имя не назову. Не потому что боюсь, а потому что дело не в нём. Дело в том, что индустрия, которую я люблю, двадцать лет позволяет таким урокам существовать.

Вот из этого противоречия и родилась книга: я обожаю свою профессию и терпеть не могу то враньё, на котором она стоит. Поэтому название читай буквально. Не верь наставникам. Даже мне.

...

Как я сама попалась. Через шестнадцать лет

Думаешь, легко писать книгу с таким названием? Рассказываю, как я села в лужу прямо на этой странице.

В первой версии пролога у меня стоял шикарный эпиграф. Будда: «Не верьте ничему, где бы вы это ни прочли и кто бы это ни сказал, даже если это сказал я». Идеально же. Будда две с половиной тысячи лет назад сформулировал название моей книги.

Перед сдачей рукописи я решила найти первоисточник. Просто для сноски.

Будда этого не говорил. Фраза впервые появляется в американской книжке двадцатого века, изданной под псевдонимом. Автор книги «Не верь наставникам» чуть не открыла её фальшивой цитатой. Смешно? Мне тоже. Уже на третий день.

Настоящие слова из Дхаммапады оказались лучше подделки:

«Вы должны прилагать усилия сами; Будды лишь указывают путь».

ДХАММАПАДА, СТИХ 276

Лучшего описания работы наставника я не встречала. Я могу указать путь. Идти будешь ты.

Этот случай я оставила в книге как прививку. И тебе, и себе: даже человек, который шестнадцать лет воюет с враньём в индустрии, глотает красивую фальшивку, если она льстит его картине мира. Со всеми нами так. Поэтому дальше в книге я даю источники, которые можно открыть и прочитать. Один раз научишься это делать, и тебя больше никогда не разведут ни в сетевом, ни где-либо ещё.

...

Пять слайдов, которые ты уже видел

Раз пошло такое веселье, держи ещё. Возьми почти любую сетевую презентацию за последние двадцать лет. С вероятностью девять из десяти в ней будет хотя бы один из этих пяти слайдов. Я проверила каждый.

Легенды презентаций и их настоящая история

ПОДДЕЛКА. Трамп у Леттермана: «Потеряй я всё, нашёл бы хорошую сетевую компанию и принялся за работу». Самый ранний след этой истории: спам-письмо от 11 ноября 2001 года, сохранившееся в архиве почтовой рассылки. И знаешь, что рекламировало то письмо? Финансовую пирамиду «купи пять отчётов за 25 долларов». Цитата о респектабельности индустрии родилась в письме жулика. Ни эфира, ни даты, ни записи не существует.

ПОДДЕЛКА. Билл Гейтс: «Начинал бы заново, выбрал бы сетевой маркетинг». Единственный «источник»: сетевое пособие 1994 года. Гейтс, Microsoft и мировая пресса об этой фразе не слышали.

ПОДДЕЛКА. Баффет: «Сетевой маркетинг, лучшая инвестиция в моей жизни». Не говорил. А вот что он сделал на самом деле, читай ниже: реальность оказалась круче цитаты.

ПОДДЕЛКА. Брэнсон о сетевом. Ни одного подтверждённого высказывания. Есть кое-что получше: живая история с деньгами Virgin, о ней тоже ниже.

МИФ. «Сетевой маркетинг преподают в Гарварде». Это опроверг не хейтер, а консалтинговая компания, которая сама обслуживает индустрию прямых продаж: «Тысячи людей это слышали, и это неправда».

Заметь, что происходит. Индустрии с реальным оборотом в сто шестьдесят с лишним миллиардов долларов зачем-то понадобились выдуманные покровители. Это как если бы «Газпром» рекламировал себя фотошопом. Деньги настоящие, а слайды нарисованные.

Причина одна: настоящие факты никто не потрудился найти. Сейчас исправим, потому что настоящие факты в этой индустрии сильнее любой фальшивки.

. . .

Что происходило на самом деле

1963 год. Учительница домоводства из пригорода Чикаго по имени Дорис Кристофер занимает три тысячи долларов под собственный страховой полис и начинает продавать кухонную утварь через домашние презентации. Муж, две дочери, и, как позже напишет один известный тебе инвестор, «абсолютно никакого опыта в бизнесе».

Через двадцать два года её компания The Pampered Chef делает больше семисот миллионов долларов оборота в год. На неё работают шестьдесят семь тысяч консультантов. Тех самых, которые ходят по домам и показывают продукт. Прямые продажи в чистом виде.

А в 2002 году эту компанию покупает Berkshire Hathaway Уоррена Баффета. И Баффет пишет в официальном письме акционерам, что акционерам «невероятно повезло» быть связанными с Дорис. Письмо лежит на сайте Berkshire в открытом доступе. Две минуты, и ты читаешь его своими глазами.

Вот это и есть моя индустрия. Самый рациональный инвестор планеты купил бизнес, построенный домохозяйкой на три тысячи заёмных долларов. Зачем нам фальшивые цитаты, если есть такое?

Для равновесия сразу вторая история, которая играет против меня. В 1997 году Virgin Ричарда Брэнсона запустила косметическую компанию прямых продаж. Не пошло: в 2009 году Virgin заплатила почти девять миллионов фунтов, только чтобы убрать своё имя с вывески, а в 2011 компанию ликвидировали. Прямые продажи не волшебная кнопка. Даже у Брэнсона получается не всё, и я оставляю эту историю в книге специально: чтобы ты с первых страниц видел, что я не продаю тебе сказку.

И про Гарвард. Не преподают. Зато в Иллинойском университете в Чикаго профессор маркетинга Чарльз Кинг, выпускник Гарвардской школы бизнеса, с 1994 года вёл семинар по сетевому маркетингу и написал книгу о нашей профессии как о новой профессии века. Правды снова оказалось достаточно.

. . .

Кто я такая

Татьяна Месенс. В сетевом бизнесе шестнадцать лет, зашла в восемнадцать. Строила команды в тысячи человек. Теряла восемь тысяч человек за два месяца и поднималась заново. Забирала машины от компаний. Живу в Сочи, у меня трое сыновей и бизнес, который работает, даже когда я сплю, и дальше я покажу, как именно он это делает.

Но верить мне на слово ты не обязан. У меня есть аргумент посильнее моих слов: люди, которые пришли ко мне с нуля. Вот три судьбы из моей команды.

ИСТОРИЯ ПЕРВАЯ

Продавец из «Магнита»

Пришла ко мне без единого дня опыта в сетевом. Обычная работа, обычная зарплата, обычная жизнь. Через год она стала моим первым лидером и вышла на чек больше пятисот тысяч рублей в месяц. Забрала от компании мерседес. Сегодня она владеет сетью салонов лазерной эпиляции по всей России, а сетевой дал ей тот самый разбег и те самые деньги, которых до этого просто не было.

ИСТОРИЯ ВТОРАЯ

«Хочу стать твоим бриллиантом»

Девушка отработала год в одной из самых известных сетевых компаний мира. Ноль результата. Она пришла ко мне и сказала с порога: «Хочу стать твоим бриллиантом». Через год она была в числе сильнейших контрактов компании. Тот же человек, та же голова, те же руки. Другая система работы.

ИСТОРИЯ ТРЕТЬЯ

Пять лет с потолком в пять тысяч

Женщина с опытом больше пяти лет. Меняла компании, работала честно и много, а потолок так и висел: пять тысяч рублей. У меня на третий месяц её чек был шестьдесят тысяч. Она не поумнела за три месяца в двенадцать раз. Она впервые получила инструменты вместо лозунгов.

Продавщица без опыта, отчаявшийся профессионал, человек после чужого провала. Три разных старта, одна система, три результата. Когда результат повторяется на разных людях, дело в системе, а не в везении. Именно эту систему я и отдаю в книге целиком, без утаивания козырей: мой день по часам, мои цифры, мои воронки, мои скрипты, мои деньги на трафик.

...

Правила игры

Каждая глава собрана одинаково, в четыре хода.

ЧЕТЫРЕ ХОДА КАЖДОЙ ГЛАВЫ

Во что тебя просят верить. Обещание, которое звучит на презентациях дословно.

Что на самом деле. Как это устроено изнутри: цифры, документы, мой личный опыт и опыт моей команды.

Как проверить. Вопросы и действия, после которых тебе уже не понадобится ничья вера. В том числе моя.

Что делать. Алгоритм на сегодня. Открыл, сделал, получил результат, пошёл дальше.

Договоримся на берегу: в этой книге будут и жёсткие вещи. Я расскажу, почему большинство уходит в первый год и как не оказаться среди них. Покажу, чем настоящая система отличается от «списка звонков-встреч». Научу отличать компанию от пирамиды за один вечер. Не для того, чтобы напугать. Для того, чтобы ты зашёл в этот бизнес с открытыми глазами и остался в нём надолго, потому что человек с реальной картинкой строит бизнес, а человек с мечтой из презентации через месяц пишет в интернете, что сетевой не работает.

Я в этой профессии счастлива. Она дала мне свободу, дом у моря, троих детей, которых я вижу каждый день, и дело, от которого меня прёт шестнадцатый год подряд. Я хочу, чтобы у тебя было так же. Поэтому врать не буду даже в мелочах.

Мне не нужна твоя вера. Мне хватит твоих девяноста дней. Переворачивай страницу, начнём с самого громкого обещания индустрии.

Часть первая. Во что тебя просят верить

ГЛАВА ПЕРВАЯ

«У всех получится»

Со сцены говорят: здесь может состояться каждый. Это правда. И это же главная ложь индустрии. Сейчас объясню, как обе вещи уживаются в одном предложении.

Правда в том, что модель действительно не спрашивает диплом, возраст, стартовый капитал и связи. Продавщица из «Магнита» доходит до мерседеса, эта история была в прологе. Учительница домоводства строит оборот в семьсот миллионов, и об этом пишет Баффет. Фильтра на входе нет. Может каждый.

Ложь начинается там, где «может каждый» тихо подменяют на «получится у каждого». Это два разных утверждения, и между ними пропасть, в которую падают люди.

...

Сколько здесь платят наверху

Начнём с приятного, чтобы было понятно, за что вообще идёт игра.

Отраслевой портал Business For Home двадцать лет ведёт рейтинг самых высокооплачиваемых людей индустрии. Вот несколько строк оттуда.

ВЕРХНЯЯ ЛИГА ИНДУСТРИИ · BUSINESS FOR HOME

900 000 \$ в месяц: Ада Кабальеро, Мексика. Первая строчка мирового рейтинга

861 000 \$ в месяц: Хильде и Орьян Селе, Норвегия. Семейная пара, работают вместе

480 млн \$ за карьеру: семья Ягер, США. Начинал продавцом пива за 95 долларов в неделю, жил в комнате над автосалоном

106 млн \$ за карьеру: Джефф Роберти, США. Почти сорок лет в одной компании

105 млн \$ за карьеру: Рольф Кипп, Германия. Пришёл в бизнес из-за болезни родителей, начал с рекомендации продукта им

Business For Home публикует оценки на основе открытых данных и информации от самих лидеров, это не аудированная отчётность. Но порядок сумм в верхней лиге индустрии именно такой.

Прочитай ещё раз строчку про Ягера. Продавец пива. Девяносто пять долларов в неделю. Комната над площадкой подержанных машин. Финиш: почти полмиллиарда долларов и место в истории индустрии. Это опубликовала газета его родного города, а не сетевая презентация.

Так вот, теперь у меня две новости, и обе одинаковые.

Плохая новость: эти люди не гении. Хорошая новость: эти люди не гении.

Если бы наверх доходили за талант, у тебя было бы оправдание. Но данные говорят другое, и сейчас будет самое интересное место главы.

...

Разговор, который у меня случается раз в неделю

Мне пишет человек. Диалог передаю почти дословно, он повторяется годами, меняются только имена.

«Таня, я год в компании. Доход три тысячи. Наверное, это не моё».

«Подожди. А сколько дней из этого года ты работал?»

«В смысле? Я же говорю, год».

«Не находился в компании, а работал. По четыре, шесть, восемь часов. Диалоги, звонки, трафик, встречи. Дней сколько?»

Пауза. Долгая.

«Ну, если так считать... дня четыре, наверное».

Всё. Вот и разгадка «нерабочего» бизнеса. Человек был потребителем продукта, который иногда что-то делал. Это нормально, это не стыдно. Стыдно другое: называть это годом работы и на этом основании выносить приговор целой модели.

За неработу в сетевом не платят. Ровно как и везде.

Мастер по ресничкам без записей за месяц зарабатывает ноль. Магазин, который месяц не открывался, приносит ноль. Никто не удивляется. Почему-то только от сетевого ждут, что он заплатит за факт регистрации.

ЧЕСТНЫЙ ПЕРЕСЧЁТ СТАЖА

Отработал за год четыре полных дня? Твой стаж не год. Твой стаж четыре дня. И знаешь что: три тысячи рублей за четыре рабочих дня это семьсот пятьдесят в день, вполне честные деньги для старта. Считай не месяцы в компании, а отработанные дни, и половина разочарований в индустрии рассосётся сама.

Ричард Денни, с книги которого «Установка на успех» началось когда-то моё собственное деловое чтение, сформулировал это одной строкой: между активностью и достижением лежит огромная разница. И дал правило, которое я советую выписать: пусть будут дни достижений, а не дни активности. В сетевом легко быть занятым весь день: чаты, эфиры, аватарка, шрифт для визитки. И не сделать ни одного действия, которое приводит людей.

«Нет ничего более бесполезного, чем эффективно делать то, чего вообще не следует делать».

ПИТЕР ДРУКЕР

...

Спринт, который продают. Марафон, который есть

Теперь главный обман обещания «у всех получится». Он не в слове «получится». Он в сроках, которые к нему молча прилагаются.

Эрик Уорри, автор самой известной книги о нашей профессии, называет реалистичный горизонт серьёзных денег: не месяцы, а три года и больше. Компания Herbalife в официальном документе о доходах пишет, что стаж её самых высокооплачиваемых дистрибьюторов, верхнего одного процента, составляет от пяти до двенадцати лет. Сама компания. В официальной бумаге. Годы.

А новичку на презентации рисуют «результат к лету». И он честно приходит с горизонтом в девяносто дней в бизнес, где деньги живут на горизонте трёх лет. Дальше происходит то, что социологи фиксируют из года в год: почти половина уходит, не дотянув даже до конца первого года. Уходит ровно на том километре марафона, где дистанция только начинается.



Людям продают спринт. По факту это марафон, и уходят они не потому, что слабые, а потому, что им наврали про дистанцию.

Поэтому я говорю каждому новичку правду про сроки в первый же день. Да, кто-то разворачивается и уходит сразу. Зато те, кто остаётся, не сходят с дистанции через месяц с чувством, что их обманули. Мне выгодна твоя реальная картинка. Продавцу мечты выгодна твоя красивая.

...

Что на самом деле решает: наука

Хорошо, если не талант и не везение, то что? На этот вопрос есть ответ, и он получен далеко за пределами сетевого маркетинга.

Психолог Анджела Дакворт исследовала курсантов Вест-Пойнта, элитной военной академии США. Больше двух с половиной тысяч человек в двух наборах. Вопрос стоял простой: кто переживёт «Зверские казармы», самый жёсткий вводный курс, а кто сломается? Так вот, ни вступительные баллы, ни спортивная форма, ни оценка лидерского потенциала этого не предсказывали. Предсказывала одна черта: упорство, готовность делать одно и то же долго. Причём с интеллектом эта черта не коррелировала вообще.

Duckworth et al., Journal of Personality and Social Psychology, 2007.

Второе исследование ещё интереснее для нас. Большой мета-анализ проверил, какую долю результата в разных сферах объясняет количество наработанных часов. Шахматы: около четверти. Музыка: пятая часть. А обычная профессиональная деятельность, то есть работа: меньше одного процента.

Macnamara, Hambrick, Oswald, Psychological Science, 2014.

Вдумайся. В работе разницу делает не «наигранность» и не стаж. Разницу делает то, выполняются ли ключевые действия вообще. Для новичка без опыта это лучшая новость на свете: у ветерана перед тобой почти нет форы. Для «старичка», который десять лет числится в компании и ждёт, что стаж сам принесёт чек, это приговор.

Я наблюдаю это шестнадцать лет без всяких мета-анализов. Блестящие коммуникаторы сливаются за месяц, потому что работают настроением. Тихие и неуверенные, с трудной речью, делают своё каждый день и через год обгоняют всех. А самый жёсткий урок на эту тему мне преподавала девушка, у которой было всё, чтобы порвать этот бизнес.

...

Полмиллиона подписчиков и ноль бизнеса

В мою команду однажды пришла блогер. Полмиллиона подписчиков. Живых, тёплых, преданных. Я, честно скажу, потирала руки: вот сейчас она снесёт всю мою статистику, людям годами приходится учиться собирать аудиторию, а тут готовая армия.

Продажи пошли сразу, и неплохие. Аудитория её любила и покупала всё, что она показывала.

А бизнеса не случилось. Совсем.

Потому что бизнес в сетевом это не «меня любят и у меня покупают». Это воронка, цифры, команда, партнёры, которых ведёшь по шагам. Этого в её мире не существовало. Она умела делать контент и делала контент. На вопрос «сколько человек зашло в воронку на этой неделе» она отвечала «ой, я не считала». Полмиллиона подписчиков так и остались полумиллионом зрителей.

Я долго думала, что это мой личный провал наставника. Пока не увидела, что это мировая закономерность.

ПРОВЕРЯЕМЫЙ СЛУЧАЙ

2 600 000 подписчиков и 36 футболок

В 2019 году американская инстаграм-звезда с аудиторией в два миллиона шестьсот тысяч человек запустила собственный бренд одежды. Производителю для запуска нужно было всего тридцать шесть предзаказов. Она не собрала и их. Запуск отменили, историю разобрали мировые СМИ, и она ушла в учебники маркетинга.

Два миллиона шестьсот тысяч зрителей. Тридцать шесть футболок не продано.

Учёные это уже измерили. Исследование в Journal of Marketing разобрало восемьсот две рекламные кампании и семьсот семьдесят пять миллионов показов: вовлечённость аудитории растёт с размером блогера только до определённой точки, а дальше падает. Огромная аудитория означает слабую связь с каждым конкретным человеком в ней. А по данным платформы HypeAuditor, самая высокая вовлечённость вообще у крошечных блогеров с одной-десятью тысячами подписчиков: люди верят тем, кого чувствуют рядом.

Аудитория не равна бизнесу. Связь с людьми равна бизнесу.

Запомни это место: дальше в книге я покажу, как я покупаю рекламу у микро-блогеров за две-три тысячи рублей и завожу в воронку по двести-четыре человека. У девушки с миллионами так не получается. У мамы в декрете с тремя сотнями подписчиков получается. Это не магия, это математика доверия, и мы её разберём по цифрам.

...

Как проверить

Обещание «у всех получится» обезвреживается тремя вопросами. Задай их, и от продавца мечты останется мокрое место.

ТРИ ВОПРОСА ПЕРЕД СТАРТОМ

Тому, кто зовёт: сколько человек пришло в твою команду за год и сколько из них активны сегодня? Честный лидер называет цифры и спокойно говорит, что уходит много. Продавец мечты начинает рассказывать про настрой и энергию.

Ему же: сколько часов в день нужно работать первые три месяца? Услышал «часик-два, всё само закрутится», перед тобой либо новичок, либо человек, который знает, что врёт.

Себе, самый главный: сколько времени в день я реально готов вкладывать? Не «хотел бы». Буду.

Если твой честный ответ на третий вопрос «минут пятнадцать», я скажу тебе то же, что говорю своим кандидатам: скорее всего, не получится, и лучше не начинать. Это не приговор тебе как человеку. Это уважение к тебе: твои деньги и твои нервы стоят дороже, чем ещё одна галочка в моей структуре.

Что делать

Поменять один вопрос. Вместо «получится ли у меня» спрашивать «сколько я готов работать». Первый вопрос из мира лотереи. Второй из мира профессии.

Принять решение, а не «попробовать». Пробуют мороженое. Решение исполняют.

И пересчитать свой стаж в отработанных днях. Прямо сегодня, на листе бумаги. Многих этот лист отрезвляет лучше любой мотивации: оказывается, бизнес им ничего не должен, потому что они в нём ещё и не работали.

В следующей главе разберём второе великое обещание: «достаточно двух часов в день». Там же расскажу, почему я говорю новичкам «ты призвал себя в армию на девяносто дней», и покажу, что происходит с теми, кто эти девяносто дней реально отрабатывает.

Часть первая. Во что тебя просят верить

ГЛАВА ВТОРАЯ

«Достаточно двух часов в день»

Покажи мне свой завтрашний день, расписанный по часам, и я скажу, будет у тебя бизнес или нет. Мне не нужны твои цели, мечты и «почему». Мне нужен один завтрашний день.

Эту проверку я делаю с каждым новичком, и однажды она подарила мне разговор, который я запомнила навсегда.

Девушка в команде, старт неделю назад. Настрой боевой: цели написаны, аватарка обновлена, тетрадка куплена. Я прошу: распиши завтрашний день по часам. Через час приходит план. Красивый, честный, подробный. Подъём в семь. Завтрак, отвести ребёнка в сад. Уборка. Обед. Забрать ребёнка, прогулка. Ужин, ванна, сказка. В конце трогательное: «22:00, время для себя».

Читаю и не могу найти одну мелочь.

«Слушай, отличный план. А работа где?»

«В смысле? Ну... между делами. Буду отвечать на сообщения, когда время появится».

«Покажи мне в этом списке час, когда оно появится».

Долгая пауза. Потом честное:

«Получается, нигде».

Вот в этой паузе и живёт вся вторая глава. Заметь: девушка не ленивая и не глупая. Она искренне собиралась строить бизнес. Просто ей продали бизнес, который «сам поместится между уборкой и прогулкой». Ей пообещали пару часов в день, и даже эта пара часов не попала в её собственный план. Потому что фраза «найду время между делом» в переводе на русский означает «время не найдётся никогда».

Она, кстати, план переписала. Что из этого вышло, расскажу в конце главы.

...

Обещание, которое звучит на каждой презентации

«Тебе достаточно двух часов в день. С телефона. Хоть с пляжа. Между делом». Я слышала эту фразу сотни раз, в разных компаниях, от разных спикеров, с разными декорациями за спиной. Меняются только пляжи.

Самое коварное в этом обещании то, что оно не совсем ложь. Оно ложь ровно наполовину. Сегодня, спустя шестнадцать лет, я действительно могу вести бизнес пару часов в день: структура построена, автоматизация работает, боты отвечают, воронки заводят людей, пока я гуляю с детьми. Два часа в день это правда. Правда о моём шестнадцатом годе.

А новичку эту картинку продают как правду о его первом месяце. Показывают финал фильма и говорят, что это трейлер. В итоге человек заходит в бизнес с ожиданием «два часа между делом», проводит эти два часа в чатах и на эфирах, три месяца не видит денег и уходит с диагнозом «сетевой не работает». Сетевой работает. Не работает арифметика, которую ему продали.

Давай её просто посчитаем. Без эмоций, на калькуляторе.

ПЕРЕСЧЁТ ДВУХ ЧАСОВ

Два часа в день, тридцать дней подряд, это 60 часов в месяц. При обычной сорокачасовой рабочей неделе 60 часов это полторы рабочие недели найма. Теперь главный вопрос: какую профессию осваивают за полторы рабочие недели? Маникюр? Нет. Вождение? Нет. Даже кассу в супермаркете за полторы недели осваивают со скрипом. А тут за те же часы обещают освоить целый бизнес: продукт, маркетинг-план, диалоги, возражения, трафик, соцсети. Так не бывает. И когда у человека «не получается», дело чаще всего не в человеке. Дело в том, что 60 часов это не старт бизнеса. Это экскурсия по нему.

Есть ещё один слой в этой арифметике, о котором молчат даже честные наставники, потому что мало кто про него знает. Даже у профессионалов найма собственно продажа занимает меньше половины рабочего времени: по данным отчёта Salesforce State of Sales, опросившего больше четырёх тысяч продавцов в 22 странах, на неё уходит около 40 процентов дня. Остальное съедают подготовка, переписки, отчёты и рутина.

Теперь примерь это на новичка с его «двумя часами». Из ста двадцати минут действиями, которые реально приводят людей, окажутся минут сорок-пятьдесят. Остальное честно уйдёт на «посмотреть, как у других», «переделать шапку профиля», «дослушать эфир» и «почитать чат». Это не лень, это нормальная структура любой работы. Просто когда рабочего времени всего два часа, полезная его часть сжимается до размера кофейного перерыва. И бизнес выдаёт результат ровно на кофейный перерыв.

Поэтому сразу договоримся о терминах. Работой в первые 90 дней считается только то, что приводит новых людей или двигает существующих: диалоги, трафик, контент для новой аудитории, встречи, обучение с домашним заданием и внедрением. Всё остальное, вылизывание аватарки, десятый просмотр одного и того же вебинара, споры в чате о том, чей маркетинг-план красивее, работой не считается. Это декорации работы. Они тоже нужны, но платят не за них.

Кстати, обрати внимание: в обещании всегда фигурируют именно два часа. Не час, не четыре. Это выверенная цифра. Час звучит несерьёзно даже для мечтателя, четыре часа уже пугают человека с работой и детьми. Два часа это маркетинговая золотая середина: достаточно мало, чтобы не отпугнуть, достаточно много, чтобы было похоже на правду. Эту цифру подбирали не под твой результат. Её подбирали под твоё «да».

Продавец мечты не может сказать со сцены правду, потому что правда звучит не так нарядно: первые месяцы придётся работать много, учиться много, и уставать тоже много. Зато

я могу. Мне не нужен человек, который заходит в восторге и выходит через месяц. Мне нужен человек, который доходит.

. . .

Армия, в которую призывают добровольцы

Каждому своему новичку я говорю одну и ту же фразу. Говорю в первый день, до всех обучений и планов. Вот она.

Ты призвал себя в армию на 90 дней.

В этой фразе важно каждое слово, поэтому разберу её, как разбирают контракт.

Призвал себя. Сам. Никто не приходил с повесткой, не тащил за руку, не ставил ультиматум. Это было твоё решение, взрослое и добровольное. А раз так, то жаловаться некому: и командир, и новобранец здесь один и тот же человек. Половина нытья в этом бизнесе исчезает в тот момент, когда человек вспоминает, кто именно его сюда призвал.

В армию. Армия это место, где на время обучения отменяется торг с собой. Новобранец не обсуждает подъём в шесть утра. Не выбирает, нравится ли ему плац. Не берёт «выходной от службы», потому что сегодня нет настроения. И заметь: никто не считает это насилием над личностью, все понимают, что так устроен курс молодого бойца. Первые 90 дней в сетевом это тот же курс: обучение, обучение, обучение. Работа, работа, работа. Настроение спросишь у себя на девяносто первый день.

На 90 дней. Не навсегда. У армии есть дембель, у старта есть конец. Именно ограниченный срок делает интенсив выносимым: человек способен почти на всё, если знает, когда это закончится. Через 90 дней торг с собой вернётся на место, но торговаться ты будешь уже с других позиций: с первыми деньгами, с первыми людьми, с первой статистикой. Совсем другой разговор.

Чем плотнее эти 90 дней, тем быстрее старт. И тут новички делают ошибку, которая съедает недели: они ждут. Оформили заказ и ждут, пока придет продукт, чтобы «начать настоящему». Так вот: пока коробка едет, работать уже можно. Оформить соцсети. Пройти первые уроки. Завести первых людей в чат-бота. Рассказать про команду. Создать трафик. Продукт придет к человеку, у которого уже идёт бизнес, а не к человеку, который три недели «готовился начать».

У плотного старта есть и вторая причина, о которой редко говорят вслух. Твои первые разговоры с кандидатами будут опираться на твою собственную историю. Человеку, который стартовал месяц назад и уже двигается, есть что показать: вот мой первый чек, пусть скромный, вот моя статистика за неделю, вот что я делаю каждый день. Человеку, который «в компании полгода, но пока раскатывается», показать нечего, и кандидаты чувствуют это кожей. Быстрый старт нужен не для галочки в отчёте наставника. Он топливо для всех твоих будущих диалогов.

В первой главе мы уже пересчитывали стаж: не месяцы в компании, а отработанные дни. Здесь то же правило, только наоборот. Если из девяноста дней армии реально отработано двенадцать, то это была не армия. Это была фотосессия в форме.

...

Почему девяносто, а не двадцать один

Теперь самое интересное: число 90 я взяла не с потолка. Хотя могла бы, в нашей индустрии так делают постоянно. Взять хотя бы знаменитый «21 день, за который формируется привычка». Его рассказывают на каждом втором тренинге, обычно со словами «учёные доказали».

Рассказываю, что за учёные. В 1960 году американский пластический хирург Максвелл Мальц написал книжку «Психокибернетика», где поделился наблюдением: его пациентам нужно «минимум около 21 дня», чтобы привыкнуть к новому носу. Всё. Это весь научный аппарат: один хирург, его пациенты после операций и слово «около», которое по дороге потерялось. Ни выборки, ни контрольной группы, ни исследования. Наблюдение врача за отражением в зеркале превратилось в «закон психологии» и полвека кормит индустрию тренингов. Мы, сетевики, не одиноки в любви к красивым цифрам без источника.

Мне нравится представлять, как это происходило: пациент с новым носом, зеркало, доктор с блокнотом. И через шестьдесят лет эта сцена превращается на вебинаре в слайд «НАУКА ДОКАЗАЛА: 21 ДЕНЬ». Запомни этот фокус, он нам ещё пригодится: в четвёртой главе мы встретим его ближайшего родственника, красивую цифру про 95 процентов, которую индустрия тоже родила сама и сама же в неё поверила.

По-настоящему привычки измерили только через полвека. Университетский колледж Лондона, команда Филиппы Лалли: добровольцы каждый день выполняли одно новое действие в одном и том же контексте, от стакана воды за обедом до пробежки, и ежедневно отмечали, насколько оно стало автоматическим. Результаты такие. Медиана выхода на автоматизм: 66 дней. Разброс между людьми: от 18 до 254 дней. И ещё одна деталь, за которую я люблю это исследование: пропуск одного дня формирования привычки не ломал.

Lally et al., European Journal of Social Psychology, 2010.

Буду честной до конца, как и обещала: в том исследовании люди приучали себя к простым бытовым действиям. Написать первое сообщение незнакомому человеку немного сложнее, чем выпить стакан воды. Поэтому 90 дней это не магическое число из науки. Это разумный запас прочности над медианой: срок, за который у большинства людей ежедневная работа перестаёт требовать подвига и становится фоном, как чистка зубов. Кто бросает на тридцатый день, уходит ровно с середины кривой: самое трудное уже оплачено, самое ценное ещё не получено. Обидней не придумаешь.

И ещё одна причина, почему я называю девяносто, а не научные шестьдесят шесть. Медиана это середина: половине людей нужно больше. Наставник, который строит стартовый план под медиану, закладывает срыв для каждого второго новичка. Я предпочитаю закладывать запас: пусть лучше привычка созреет на три недели раньше срока, чем сломается за неделю до него.

ЧИСЛА ЭТОЙ ГЛАВЫ

21 день миф. Наблюдение пластического хирурга за пациентами, 1960 год. Исследования за этой цифрой нет

66 дней медиана, за которую новое ежедневное действие становится автоматическим. Университетский колледж Лондона

18-254 дня реальный разброс между людьми. Кому-то хватает трёх недель, кому-то нужно восемь месяцев

90 дней твоя армия: запас прочности над медианой, за который работа перестаёт требовать силы воли

Хочется злиться на цифру 90? Злись. Но злись, зная, откуда она взялась, а не потому что на тренинге пообещали 21.

И про пропуски. Наука говорит: один пропущенный день привычку не убивает. Но не путай пропуск и провал. Один день без работы это пропуск, забудь и иди дальше. Два-три дня подряд это уже разрыв. Причём рвётся не твоя привычка, а твои диалоги: люди не любят ждать. Расскажу типичный понедельник из моей практики. Партнёрша пишет с утра:

«Тань, что делать, у меня все слились. В пятницу было четыре тёплых диалога, два человека сами просили ссылку на регистрацию. Сегодня пишу: одна отвечает "я передумала", остальные молчат».

«А что ты им писала в субботу и воскресенье?»

«Ничего. Я же в выходные не работаю».

«Вот и они теперь не работают. С тобой».

Жёстко, но это чистая механика, без всякой мистики. Человек принимает решения на пике интереса, а пик не умеет ждать до понедельника. Тот, кто в субботу утром сам просил ссылку, к понедельнику успевает остыть, засомневаться, начитать страшилок и передумать. Тёплые люди из пятницы никуда не исчезли. Просто у интереса срок годности короче, чем твои выходные.

Бизнес не требует работать без выходных вечно. Он требует не исчезать. Это разные вещи.

Если жизнь устроена так, что доступ к телефону рваный, смена, вахта, сутки, это решается технически: автоответ, чат-бот, AI-ассистент, который отправит человеку ссылку на регистрацию или на магазин здесь и сейчас, пока ты на смене. Инструментам мы посвятим отдельные главы. Здесь важен принцип: у человека, который захотел к тебе, дверь должна открываться сразу. Даже когда тебя нет дома.

...

Что говорят те, кто считал

Теперь посмотрим, что происходит с теми, кто заходит в бизнес с «двумя часами между делом» в голове. Марк Ярнелл, автор классики «Ваш первый год в сетевом маркетинге», написал прямо: значительно больше 60 процентов всех новичков уходят в первый же год, на самом важном этапе. Это оценка человека изнутри индустрии, и она из тех редких внутренних цифр, что бьются с внешними исследованиями: про «почти половину, не дотянувшую до конца первого года» мы говорили в прошлой главе.

У Ярнелла же есть фраза, которую я бы вешала над входом в каждый офис.

«В сетевом маркетинге ты либо выдерживаешь, либо погибаешь. Сдаться единственный гарантированный способ проиграть».

МАРК ЯРНЕЛЛ, «ВАШ ПЕРВЫЙ ГОД В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ», 1998

Обрати внимание на слово «гарантированный». В этом бизнесе почти нет гарантий: не гарантирован чек, не гарантирована команда, не гарантирован даже адекватный наставник, иначе зачем бы я писала эту книгу. Гарантирован только один исход, и он наступает в момент, когда человек перестаёт работать.

Здесь обычно достают цитату Роберта Кийосаки, достану и я, но с честной оговоркой в одно предложение: Кийосаки фигура спорная, одна из его компаний прошла через банкротство, и я не буду делать вид, что этого не было, просто сама мысль работает независимо от биографии автора.

«Большинство не добирается до вершины просто потому, что бросает слишком рано».

РОБЕРТ КИЙОСАКИ

Заметь, что обе цитаты говорят об одном с разных сторон. Никто из классиков не пишет «большинство не тянет» или «большинству не дано». Все пишут «бросает» и «сдаётся». Разница огромная: не тянуть это про способности, бросить это про решение. Способности раздают при рождении, решения принимаются каждое утро. Второе, в отличие от первого, полностью в твоих руках.

А теперь живая иллюстрация к обеим цитатам. В первой главе, в таблице больших чеков индустрии, мелькнула фамилия Ягер и цифра с девятью нулями. Пришло время рассказать, откуда взялась эта строчка.

ИСТОРИЯ, ПОДТВЕРЖДЁННАЯ ГАЗЕТОЙ

Семь дней в неделю над автосалоном

Городок Роум, штат Нью-Йорк. Молодой Декстер Ягер работает продавцом: сначала в универмаге, потом в автосалоне, потом развозит пиво местной пивоварни. Зарплата: 95 долларов в неделю. Жильё: комната над офисом площадки подержанных машин. Жена работает на авиабазе. В 1964 году родственник приводит его в Amway, и дальше Ягер делает то, что позже опишет одной фразой: «Я ел, спал и дышал этим бизнесом семь дней в неделю».

К тридцати годам он миллионер. Позже: одна из крупнейших организаций в истории индустрии, сеть в десятках стран, а в 1969 году он с семьёй переехал через полстраны в Шарлотт, просто чтобы строить структуру там, где для неё было больше места. Эту биографию рассказала не сетевая презентация, а газета его родного города, журналисты, которые знали его семью лично. Прожил с женой Бёрди 61 год, умер в 2019-м.

Теперь перечитай его фразу про «ел, спал и дышал» и найди в ней два часа в день между делом. Их там нет. У всех больших историй этой индустрии первые годы выглядят одинаково неинструграмно: много работы, мало глянца.

Я не рассказываю историю Ягера, чтобы пообещать тебе полмиллиарда. Цифры его чеков это оценки отраслевого портала, а не аудит, я предупреждала об этом ещё в первой главе. Я рассказываю её ради пропорции: на входе комната над автосалоном и семь рабочих дней в

неделю, на выходе место в истории индустрии. Пропорция «на входе два часа между делом, на выходе свобода и пассивный доход» не встречается нигде. Ни в рейтингах, ни в газетах, ни в моей команде.

. . .

Как проверить

Обещание «достаточно двух часов» проверяется за один разговор. Вот три вопроса, которые я советую задать до регистрации, а не после.

ТРИ ВОПРОСА ПРО ВРЕМЯ

Тому, кто зовёт: «Распиши мне мою первую неделю по часам. Что конкретно я делаю в понедельник?» Настоящий наставник открывает план и показывает: обучение, оформление, первые диалоги, первый трафик. Продавец мечты отвечает «да там всё просто, по ходу разберёшься» и переводит разговор на свободу и пляжи.

Ему же: «Сколько часов в день у тебя уходило на бизнес в твои первые три месяца?» Смотри не на цифру, а на паузу перед ответом. Кто работал по-настоящему, отвечает мгновенно и с подробностями, такое не забывается. Ответ «ну, часик-два» означает одно из трёх: человек стартовал так давно, что забыл, за его чеком стоит чужая работа, или чека нет.

Себе, самый неприятный: «Из чего я достану эти часы?» Время не появляется, время у чего-то отнимается: у сериала, у ленты, у сна, у привычки полчаса листать чужую жизнь перед своей. Если заранее не решить, у чего именно отнять, план дня будет красивым, а работы в нём не будет. Как у героини начала главы.

Что делать

Если решение принято и армия объявлена, вот порядок действий на ближайшие 90 дней. Он короткий.

Первое: расписать день по часам, начиная с работы. Не вписывать работу в остатки дня, а наоборот: сначала поставить в план рабочие блоки, потом всё остальное. У человека, который сидит дома, готовка и уборка спокойно сжимаются в один час, если организовать пространство и перестать создавать хаос, который потом героически разгребается по три часа. Большую часть свободного времени в эти 90 дней должна занимать работа: диалоги, трафик, обучение, встречи. Это временный режим, но он должен быть написан на бумаге, а не в намерениях. Написанный план имеет ещё одно скрытое преимущество: с ним можно договариваться с близкими. «С десяти до двенадцати я работаю» звучит понятно и уважительно. «Я тут пытаюсь что-то делать, когда получается» не звучит никак, и семья будет дёргать тебя ровно до тех пор, пока у работы нет границ, видимых со стороны.

Второе: обеспечить непрерывность. В каждом промежутке дня отвечать на диалоги. Человек, который созрел на регистрацию, должен получить ссылку сейчас, а не «вечером, как освобожусь». Нет возможности быть на связи, настрой инструменты, которые будут на связи вместо тебя. Тест простой: если в среду в одиннадцать вечера кто-то напишет «хочу зарегистрироваться», через сколько минут этот человек получит ссылку? Если ответ измеряется часами, люди теряются на ровном месте, и никакой трафик этого не компенсирует.

Третье: не допускать разрывов. Один пропущенный день прощается. Два-три подряд стоят дороже, чем кажутся: остывшие диалоги не возвращаются по щелчку. Правило простое: каждый день хотя бы минимальный блок работы. В восемнадцатой главе я скажу об этом жёстче, а пока запомни мягкую версию: лучше час каждый день, чем восемь часов раз в неделю.

Четвёртое: назначить дембель. Открой календарь, отметь дату старта и дату плюс 90 дней. До второй даты вопрос «а моё ли это» считается закрытым: он решён в день призыва, самим фактом призыва. Все сомнения, взвешивания и пересмотры переносятся на девяносто первый день. Приходишь к нему с цифрами: сколько отработано дней, сколько диалогов, сколько людей в воронке, сколько денег. И тогда решение будет опираться на твою статистику, а не на твоё настроение в дождливый вторник.

Да, обещанный финал истории с планом дня. Девушка переписала его в тот же вечер: работа получила свои часы первой, быт подвинулся и, что характерно, никуда не делся. Уборка пережила сокращение до одного часа, ребёнок продолжил гулять, сказка на ночь осталась на месте. Через девяносто дней у неё была маленькая команда, первые чеки и фраза, которую я потом цитировала другим новичкам: «Оказалось, у меня всегда было время. У меня не было решения».

Два часа в день это правда. Только это правда не про твой старт, а про твой результат. Сначала армия, потом свобода, и никогда наоборот.

В следующей главе разберём самое красивое слово, которым тебя будут заманивать: «система». Покажу, чем настоящая система отличается от листка со списком знакомых, и расскажу, как женщина, которую обошли с повышением в пользу её же ученика, построила систему, повторившуюся восемьсот тысяч раз.

Часть первая. Во что тебя просят верить

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

«У нас есть система»

Если на презентации прозвучало слово «система», остановись и запомни этот момент. Прямо сейчас тебе либо сказали правду, либо продали самое дорогое пустое слово индустрии. Отличить одно от другого можно за один вопрос, и к концу главы этот вопрос будет у тебя в руках.

Начну с разговора, который случился у меня не так давно. Пишет девушка из чужой команды. Вежливо, почти виновато, как пишут люди, которые уже решили, что проблема в них.

«Таня, можно вопрос? Я полгода в компании. Мне обещали систему. Я делаю всё, что говорят, каждый день. Результата нет. Что я делаю не так?»

«Давай сначала посмотрим, что ты делаешь. Как выглядит ваша система?»

«Ну как. Список знакомых на сто человек. Звонки по списку. Приглашения на встречи. Вечером отчёт наставнику: сколько позвонила, сколько пригласила».

«Понятно. А что в этой системе предусмотрено для человека, которому тяжело звонить незнакомым?»

Пауза.

«Ничего. Мне сказали, что страх уходит после пятидесятого звонка».

«А до пятидесятого?»

«А до пятидесятого уходят люди».

Она хотела пошутить, а получилось точнее любой аналитики. Полгода человек ходил строем по чужому скрипту, считал себя бракованным и ни разу не услышал простую вещь: список звонков и встреч это не система. Это один инструмент, выданный за всю систему. Вот про эту подмену и вся третья глава.

...

Почему это слово продаёт лучше пляжей

«У меня есть система». «У нас проверенная система». «Заходи, система всё сделает за тебя». Ладно, последнее обычно не произносят вслух, но именно это имеют в виду. Об остальном орут на каждом углу, я не преувеличиваю: слово «система» сегодня самое громкое слово рынка. И знаешь, почему именно это слово, а не «продукт» и не «команда»?

Потому что оно бьёт точно в главный страх новичка. Страх звучит так: «я не умею продавать». И слово «система» отвечает на него идеально: уметь не обязательно, вставай на конвейер, конвейер вывезет. Это, между прочим, правильный ответ. Так и должна работать профессия, в которую берут без диплома. Ложь не в слове.

Ложь в том, что за ним прячут. Смотри, как устроен фокус по шагам. Снаружи, пока ты кандидат, всё выглядит красиво: система, наставничество, поддержка, «мы всему научим». Потом регистрация, покупка продукта, и вот ты уже член команды. И только теперь тебе выдают «систему» целиком: файл со скриптом, список знакомых, план звонков и встреч. Звони. Приглашай. Всё.

Одинаковый список для всех. Для студента и для мамы с младенцем на руках. Для продавца с десятилетним стажем и для человека, который неделю собирает с духом, чтобы написать бывшей однокласснице. Никого не волнует, умеет человек звонить или не умеет, может встречаться или не может, есть у него вообще эти сто знакомых или он переехал в другой город и знает там кассира и соседку. Скрипт один. Кто в него не поместился, тот слабый. Следующий.

Почему так происходит, я тоже скажу честно, без теорий заговора. Качественную систему на рынке способны дать очень немногие, потому что её нужно годами строить, проверять и переделывать. А список звонков можно распечатать за вечер. И когда у команды нет настоящей системы, список становится ею. Не от злого умысла. От бедности.

Список звонков и встреч это не система. Это отвёртка, которую продали как полный ящик инструментов. Вопросы потом не к отвёртке.

...

Что такое система на самом деле

Теперь моё определение. Я собирала его шестнадцать лет, поэтому оно короткое.

Настоящая система это две вещи сразу. Первая: пошаговый алгоритм. Человек заходит и видит дорогу: шаг один, шаг два, шаг три, шаг четыре, шаг пять. Не «крутись в чатах и впитывай атмосферу», а конкретный порядок действий с понятным «сделано» после каждого шага. Вторая, и вот она главная: внутри алгоритма у каждого человека свой путь.

Кому-то комфортно работать со знакомыми, и для него есть путь: как рассказать своим так, чтобы не превратиться в человека, от которого прячутся. Кто-то знакомым писать не хочет или не может, для него есть холодный рынок: где брать людей, что писать, как вести диалог. Кто-то хочет вести блог, пусть ведёт блог, и это тоже путь с шагами, а не «ну ты там снимай что-нибудь». Кто-то идёт через автоматизацию и трафик: воронки, боты, реклама. Система обязана включать всё это разнообразие, чтобы человек выбрал то, что подходит ему: под его характер, его время, его жизнь.

Заметь разницу. Фейковая система спрашивает: «подходишь ли ты нам?» Настоящая спрашивает: «какой путь подходит тебе?» Первая отсеивает людей. Вторая их доводит.

Об этом, кстати, написана вся классика нашей профессии, её просто мало кто читает дальше обложки. Дон Файла ещё полвека назад рисовал свои знаменитые уроки на салфетках, и первый из них, «два умножить на два», ровно об этом: смысл сетевого не в том, чтобы найти чемпиона, который в одиночку продаст вагон. Смысл в том, чтобы простые действия мог повторить обычный человек, а за ним его люди, а за ними их люди. Файла вообще разводил два ремесла: продавать и объяснять. Продажа это разовая сделка, а бизнес строит тот, кто умеет показать другому, как работает система. И у него же есть мысль, которую я бы печатала на первой странице каждого стартового набора: большинство в этом бизнесе не проигрывает. Большинство уходит раньше, чем система успевает сработать.

Ренди Гейдж, человек из зала славы индустрии, называет сетевой маркетинг наукой о дублировании и формулирует жёсткий критерий: вредно всё, что не сможет повторить пятый уровень твоей структуры. Каким бы эффективным это ни было лично у тебя. Харизма не дублируется. Личное обаяние не дублируется. Талант впаривать не дублируется, и слава богу.

И тут внимательный человек поймает меня за руку: «Подожди. Список звонков как раз простой. Его может повторить кто угодно. Чем не дублирование?» Отличный вопрос. Отвечаю: повторить действие могут все, а результат получают единицы, потому что скрипт без пути под человека большинство просто выбрасывает за борт. Помнишь девушку из начала главы? Она честно повторяла действия. Полгода. Дублировался процесс, не дублировался результат. А платят, напомню, за второе.

«В сетевом маркетинге неважно, что работает. Важно только то, что тиражируется».

ЭРИК УОРРИ, «СТАНЬ ПРОФИ», 2013

Маленькая честная сноска, в духе этой книги: в официальном русском издании эта фраза переведена неточно, там стоит «то, что увеличивает». Я привожу её в исправленном переводе, потому что Уорри написал именно про тиражирование: duplicates. Проверь сама или сам, оригинал открыт.

Тиражируется не действие. Тиражируется результат действия. Система, у которой тиражируются только действия, называется имитацией.



Слева повторяются действия, справа повторяется результат. Проверить, какая половина схемы тебя ждёт, можно до регистрации, об этом ниже.

...

Женщина, чью систему повторили восемьсот тысяч раз

В конце прошлой главы я обещала рассказать эту историю. Держи. Она о том, что происходит, когда систему строят не под чемпиона, а под обычного человека.

ПРОВЕРЯЕМАЯ ИСТОРИЯ

46 квадратных метров в Далласе

Техас, начало шестидесятых. Мэри Кэй Эш больше двадцати лет отработала в прямых продажах: начинала, продавая товары по домам, доросла до серьёзных позиций в компании Stanley Home Products. А потом её обошли с повышением. Должность отдали мужчине, которого она сама и обучила. В 1963 году, в сорок пять лет, она уволилась.

Дальше события, от которых опустили бы руки у кого угодно. Она заняла пять тысяч долларов у старшего сына и вместе с мужем готовила запуск собственной компании. За месяц до старта муж умер от инфаркта. Она открылась всё равно: 13 сентября 1963 года, помещение в 46 квадратных метров в Далласе, девять первых консультанток.

К концу её жизни, в 2001 году, в компании Mary Kay работало больше восьмисот тысяч консультантов в тридцати семи странах. Эта биография задокументирована на уровне энциклопедий и деловой прессы, её не нужно приукрашивать ни на грамм.

Теперь главное, зачем эта история здесь. Мэри Кэй не наняла восемьсот тысяч талантливых продавцов. Столько талантливых продавцов не существует в природе. Она сделала другое: превратила свой двадцатилетний личный опыт в понятные шаги, которые смогла повторить обычная женщина без всякого опыта. Домохозяйка. Учительница. Мама в декрете. Шаги, инструменты, сопровождение. Одна система, сотни тысяч повторений.

Талант не тиражируется. Тиражируется система. Поэтому один человек с системой в итоге больше любого гения без неё.

И обрати внимание на деталь, с которой всё началось: её обошли с повышением в пользу её же ученика. Система, которую она построила, выросла из личной несправедливости и личного опыта. Не из шаблона, скачанного у соседней команды. Настоящие системы вообще так и рождаются: сначала человек своими руками проходит путь, потом упаковывает его в шаги. В обратном порядке не бывает: нельзя упаковать путь, которого не проходил.

...

Вредные советы, которые дают всерьёз

Есть у слова «система» и второй враг, помимо списка звонков. Это наставник, который свою систему объявляет единственно возможной, а всё, чего в ней нет, вредным. Расскажу на двух примерах, оба из моей жизни.

Пример первый, старый. В самом начале пути мне на полном серьёзе говорили: «Не выставляй фотографии в сеть. Это опасно. Ты же деньги зарабатываешь, вдруг тебя найдут». Кто найдёт, зачем найдёт, история умалчивает. Я этот «дельный» совет не послушала и пошла своим путём: показывала себя, свою жизнь, свою работу. И ко мне начали приходить люди. Именно потому, что видели живого человека. А совет был не про безопасность. У моего наставника были свои тараканы в голове: она не понимала, как работает публичность, и поэтому запрещала её. Не мне. Себе. А я просто попала под раздачу.

Пример второй, свежий, я слышу его почти каждую неделю. Новичку говорят: «Автоматизация это плохо. Людям нужен живой человек». Звучит гуманно, почти трогательно. Одна беда: люди, которые так говорят, не понимают, о чём говорят. Автоматизация не заменяет живого человека. Автоматизация это воронка, которая фильтрует, с кем живому человеку разговаривать. Бот показывает презентацию, отвечает на типовые вопросы, отсеивает случайных, и к человеку приходят те, кому действительно интересно. Без неё новичок выходит на холодный рынок голым и ловит грудью весь вал возражений: «пирамида», «лохотрон», «опять эти сетевики». Опытный такое переживёт. Новичок наслушается и сольётся. Так что «автоматизация это плохо» в переводе на честный язык означает: «я не разбираюсь в автоматизации, но боюсь, что ты уйдёшь туда, где разбираются».

Вот это и есть общий корень обоих советов. Наставник не скажет тебе: «Слушай, я в этом не понимаю, иди разберись сам». Он боится потерять человека и удерживает всеми доступными методами, даже там, где сам плавает. Поэтому запомни правило, оно неприятное, но освобождающее: слова наставника не обязательно соответствуют действительности. Даже когда наставник искренний. Особенно когда искренний: врущий хотя бы знает, где правда.

Как проверять такие советы? Смотреть не на то, что человек говорит, а на то, как он работает и что у него получается. И обязательно ассоциировать себя с ним. Вот честный тест: могу ли я, как он? Если наставник закрывает людей личными встречами, летает по городам, проводит по десять встреч в день, у него горят глаза и свободный график, то для него автоматизация правда лишняя. А теперь примерь его график на себя: с детьми, с работой, со своим характером. Не сходится? Значит, его «работает» для тебя не работает. Ищи человека, у которого есть результат с инструментами, доступными тебе. Смотри на его цифры, на его команду, и уже тогда делай выбор. А не просто слушай того, кто ближе сидит.

Совет наставника весит ровно столько, сколько весит его результат в твоих обстоятельствах. Не в его. В твоих.

...

Как проверить

А теперь обещанный вопрос, который вскрывает любую «систему» за минуту. Он до смешного простой.

Попроси показать первый шаг системы до регистрации.

Не всю систему, никто не обязан выкладывать тебе всё бесплатно. Один первый шаг. «Покажи, что конкретно я буду делать в свой первый день». У настоящей системы этот шаг существует физически: карта шагов, бот, кабинет, первый урок. Его можно показать за тридцать секунд, и честный наставник покажет с удовольствием, ему есть чем гордиться. А теперь смотри, как выглядит другой вариант. Диалог из моей коллекции, человек проверял команду, куда его звали:

«А можно посмотреть, как выглядит ваша система? Ну, первый шаг хотя бы. Что я делаю в первый день?»

«Сначала зарегистрируйся, потом всё покажем. Не переживай, у нас всё отработано».

«А почему нельзя показать до?»

«Ну ты же понимаешь, это внутренние материалы. Для своих».

Перевод: показывать нечего. «Внутренние материалы» это тот самый список звонков, и его прячут не от конкурентов. Его прячут от тебя, потому что при свете дня он не выдерживает вопроса «и это всё?». Настоящая система показа не боится. Бояться показа может только его отсутствие.

ПЯТЬ ВОПРОСОВ К СЛОВУ «СИСТЕМА»

Покажи первый шаг до регистрации. Есть что показать: карта шагов, урок, бот? Хорошо. «Сначала зарегистрируйся, потом всё покажем»? Системы нет, разговор окончен.

Что конкретно я делаю в первый день? Честный ответ звучит по часам: оформление, инструменты, первый урок, первые действия. Ответ «вольёшься, разберёшься» означает, что первый день у них не спроектирован. Как и все остальные.

Сколько путей в системе? Если путь один и это «звони по списку знакомых», перед тобой скрипт, а не система. Спроси, что будет делать человек, который не хочет работать со знакомыми. По растерянности в ответе всё станет ясно.

Какие инструменты я получаю? Воронки, боты, шаблоны, обучение трафику, и что из этого входит в систему, а что «докупишь потом у партнёров».

Кто ведёт меня по шагам? Имя, а не «команда поможет». У шага без сопровождающего есть свойство: на нём застревают.

Что делать

Поменять порядок выбора. Люди выбирают компанию: продукт, маркетинг-план, красивые проценты. А судьба новичка решается не в буклете компании. Она решается в первых шагах его команды: будет ли у него дорога или его выбросят в чат с напутствием «звони, приглашай». Компании со стороны похожи друг на друга сильнее, чем кажется. Системы различаются как небо и земля.

Поэтому мой порядок такой: сначала система, потом команда, потом компания. Проверь систему пятью вопросами из коробки выше. Смотришь на команду: есть ли в ней люди, похожие на тебя по жизни, и растут ли они. И только потом читаешь про компанию.

И последняя честность, без которой глава была бы рекламой слова «система». Даже настоящая система не работает вместо тебя. Она лестница: ступени есть, перила есть, высота посчитана. Но подниматься по ступеням будет не лестница.

«Ваш бизнес растёт ровно с той скоростью, с какой растёте вы сами».

РЕНДИ ГЕЙДЖ, FIRST STEPS

Система снимает вопрос «что делать». Вопрос «делать ли» она оставляет тебе, и никакая автоматизация его не заберёт. По моему опыту, это честная сделка: от тебя дисциплина, от системы дорога.

В следующей главе разберём самый зрелищный слайд любой презентации: чеки. Научу читать чужие цифры так, как их читают взрослые: чем среднее отличается от медианы, откуда берутся рейтинги доходов и почему настоящий чек проверяется за одну минуту, а нарисованный не проверяется никогда.

Часть первая. Во что тебя просят верить

ГЛАВА ЧЕТВЁРТАЯ

«Смотри, какие чеки»

Есть вопрос, которого в моей профессии боятся почти все. А я его обожаю и жду, как праздника. Звучит он грубо, в два слова: «а докажи». Покажу, что происходит, когда мне его задают.

Переписка, вечер. Человек из воронки: посмотрел презентацию, задал пару вопросов о продукте, и вдруг сменил тон.

«Слушайте, а можно честно? Красиво рассказываете. Только чеки у вас, сетевиков, обычно нарисованные. Это же пять минут в редакторе».

«Всё верно, пять минут. Даже меньше. Поэтому скриншот с цифрами я показывать не буду. Дайте мне минуту».

Через минуту человек получает три вещи: справку о моём статусе предпринимателя, данные об уплаченных налогах за год и выписку из банка с поступлениями за несколько месяцев подряд.

«Это вы сейчас серьёзно? Я такой вопрос задаю не первый раз. Обычно мне присылают скриншот и обиженное сообщение про негатив и мышление бедности».

«Знаю. Поэтому вы сейчас разговариваете со мной, а не с ними».

Пауза. Потом неожиданное: «А почему налоги? Про налоги я вообще не спрашивал».

«Потому что картинку с цифрами рисуют за пять минут. Уплаченные налоги за пять минут не рисуются».

Человек пришёл ловить меня на вранье, а ушёл с чек-листом, как проверять всех остальных. Самый полезный исход из возможных, причём для нас обоих: люди, которые проверяют перед входом, потом так же дотошно работают.

Почему я держу эти документы наготове, ты уже знаешь: в прологе была сцена вебинара, где нас учили чеки рисовать. Повторяться не буду, скажу только, что с того дня у меня железное правило: все выплаты официальные, через предпринимательство или самозанятость, с налогами и выписками. Шестнадцать лет. Поэтому вопрос «а докажи» для меня не угроза, а бесплатная реклама.

Настоящий чек проверяется за минуту. Нарисованный не проверяется никогда, и именно поэтому его показывают издали.

...

Слайд, ради которого приходят

Теперь про само обещание. «Смотри, какие чеки» это главный слайд любой презентации. Люди могут забыть название компании, продукт и имя спикера, но экран с цифрами помнят все. На нём держится вся конструкция: вот доход лидера, вот средний доход команды, вот рейтинг, где наши на первых местах. Цифры гипнотизируют, с ними не поспоришь.

Так вот, спорить и не надо. Надо уметь читать. Цифра, как и текст, бывает правдой, полуправдой и враньём, и отличать одно от другого можно научиться за одну главу. Дальше три коротких урока чтения чужих цифр. После них тебя перестанут гипнотизировать экраном, любым: и сетевым, и банковским, и новостным.

. . .

Урок первый. Среднее и медиана

Начну с примера, у которого нет никакого отношения к сетевому, чтобы было видно: приём универсальный.

По данным Росстата за 2025 год средняя зарплата в России составила 100 360 рублей. Прочитай эту цифру и прислушайся к себе: у большинства читающих сейчас возник вопрос «где все эти люди с сотней тысяч?». А теперь вторая цифра из той же статистики того же года: медианная зарплата 65 307 рублей. Медиана это середина: половина работающих получает меньше этой суммы. Разница между «средним» и «срединой» больше трети.

Откуда разрыв? Среднее тянут вверх немногие большие зарплаты. Посади в комнату десять человек с зарплатой шестьдесят тысяч и добавь одного директора с миллионом: «в среднем по комнате» получится сто сорок с лишним тысяч. У десятирех при этом как было шестьдесят, так и осталось. Среднее честно посчитано и при этом не описывает ни одного живого человека в комнате. Медиану так раздуть нельзя: она просто показывает человека в середине списка.

А теперь перенеси этот приём туда, где его применяют к тебе. «Средний доход нашей команды 80 тысяч» может означать: один лидер с чеком в несколько миллионов и сотня людей около нуля. Арифметически всё чисто. По сути это витрина, собранная из одного человека. Ровно поэтому компании и команды так любят слово «средний»: оно всегда красивее правды. И ровно поэтому твой встречный вопрос всегда один: а медиана? Сколько получает человек ровно в середине списка? На этом вопросе презентации начинают кашлять.

У этого урока есть и второй этаж: прежде чем спорить о среднем и медиане, спроси, кто вообще попал в расчёт. В том самом докладе ФТС, о котором будет ниже, отмечено: три четверти отчётов о доходах включают в статистику не всех участников. Кто-то считает только «активных», кто-то только тех, кому вообще что-то заплатили. Люди с нулём просто не попадают в таблицу, и «средний доход» считается по тем, у кого он есть. Это как считать среднюю скорость по машинам, которые доехали. Поэтому полный вопрос к любой командной статистике звучит так: сколько всего человек в команде, сколько из них вошло в этот расчёт и какая у вошедших медиана. Три числа. Больше ничего не нужно.

Среднее показывает верхушку, разбавленную толпой. Медиана показывает толпу. Решение о своей жизни принимай по медиане, радуйся за верхушку отдельно.

...

Урок второй. Красивая цифра без адреса

Во второй главе я обещала показать ближайшего родственника мифа про «21 день привычки». Выполняю. Знакомься: цифра, которую индустрия рассказывает сама себе почти тридцать лет.

Марк Ярнелл, автор классики «Ваш первый год в сетевом маркетинге», написал в своей книге: «По оценкам, 95 процентов тех, кто продержался в сетевом маркетинге десять лет, становятся состоятельными». Красиво? Очень. Я сама цитировала Ярнелла главой раньше, у него много честного и полезного. Но перед тем как поставить эту цифру в свою книгу, я сделала то, чему учу тебя: пошла искать источник.

Источника нет. Нигде. Ни в самой книге, ни в исследованиях, ни в отраслевой статистике. «По оценкам» превратилось в «95 процентов», сноски не прилагается, автора оценки не существует. Это классическая цифра из воздуха, и живёт она по тем же законам, что «21 день»: родилась как чьё-то ощущение, а через пару пересказов стала «статистикой». Индустрия двадцать с лишним лет показывает её на слайдах как факт, и вот что самое поучительное: она стоит в одной из самых уважаемых, самых честных книг нашей профессии. Даже честные люди тиражируют красивые цифры, когда цифры льстят их картине мира. Помнишь, как я чуть не открыла эту книгу фальшивой цитатой Будды? Тот же механизм. Никто не застрахован, поэтому проверяются все.

Отсюда правило, которое я советую применять к любому слайду: у цифры должен быть адрес. Кто посчитал, когда, на каких данных. «Учёные доказали» это не адрес. «По оценкам» это не адрес. «Официальный отчёт компании такой-то за такой-то год» уже адрес: можно открыть и прочесть.

Проверка адреса занимает минуты и делается прямо на презентации, с телефона. Услышав цифру, набери её в поиске вместе со словом «источник» или названием исследования, которое озвучил спикер. У настоящей цифры след находится сразу: отчёт, публикация, документ. У выдуманной находится только бесконечная карусель одинаковых постов, которые ссылаются друг на друга и ни разу на первоисточник. Я так проверяю всё, что собираюсь повторить вслух, с тех самых пор, как чуть не процитировала Будду, который ничего такого не говорил.

Цифра без адреса это украшение. Носить можно, строить на ней жизнь нельзя.

...

Урок третий. Как готовятся рейтинги

Третий сорт цифр, которыми тебя будут кормить: рейтинги доходов лидеров. В первой главе я сама показывала таблицу отраслевого портала Business For Home и сразу предупреждала: это оценки, а не аудит. Пришло время показать кухню, чтобы слово «оценки» перестало быть абстракцией.

Однажды портал сам честно разобрал, как получилась одна из самых громких его цифр: около 1,2 миллиона долларов в месяц у одного очень известного лидера индустрии. Рецепт выглядел так. Взяли оценку годового оборота компании. Предположили, какую долю оборота компания отдаёт в сеть. Предположили, какая доля этого фонда достаётся конкретному лидеру. Перемножили. Готово: цифра, которую потом годами показывали на презентациях по всему миру, включая российские.

Оценка оборота, умноженная на предположение, умноженное на предположение. Я не пишу это, чтобы обесценить рейтинги: порядок сумм в верхней лиге индустрии они передают похоже на правду, и сам портал своей методологии не скрывает, за что ему спасибо. Я пишу это, чтобы у тебя в голове встала на место простая классификация: рейтинг это мнение. Аудит это документ. Мнением можно вдохновляться. Проверяют документом: выпиской, налоговой отчётностью, официальным отчётом компании. Всё, что не документ, читается с поправкой «так говорят».

И последний слой этой кухни, самый важный для твоего кошелька. В 2024 году Федеральная торговая комиссия США, главный регулятор рынка, опубликовала доклад об отчётах о доходах в индустрии. Из более чем шестисот компаний такие отчёты публикуют около восьмидесяти. А из семидесяти отчётов, которые комиссия разобрала подробно, ни один, ноль из семидесяти, не учитывал расходы участника: на продукт, на рекламу, на поездки, на обучение. То есть даже там, где цифры публикуются честно, они показывают выручку, а не прибыль. Сколько человек потратил, чтобы столько заработать, не знает никто, кроме него самого. Если он считал.

Из этого факта можно сделать чернуху: «все скрывают, все врут». А можно сделать инструмент, и я предлагаю инструмент: раз твои расходы не посчитает ни одна компания в мире, посчитай их сама или сам. Таблица в две колонки, доходы и расходы, с первого дня. Продукт, реклама, сервисы, поездки. Прибыль это разница колонок, а не скриншот из чата. У меня такая таблица ведётся всю карьеру, и это второй мой ответ скептикам после налогов: я знаю свою прибыль до рубля.

ЦИФРЫ ЭТОЙ ГЛАВЫ

100 360 # средняя зарплата в России за 2025 год по Росстату. Красивая витрина

65 307 # медианная зарплата за тот же год по тем же данным: половина работающих получает меньше. Реальная середина

95% «состоятельных через десять лет» по Ярнеллу: цифра без источника, живущая на слайдах почти тридцать лет

~80 из 600 компаний индустрии вообще публикуют отчёты о доходах участников, по докладу FTC за 2024 год

0 из 70 проверенных отчётов учитывали расходы участника. Свои расходы считаешь только ты

Один и тот же навык защищает от всех пяти строк: спрашивать у любой цифры адрес и различать выручку и прибыль. Навык ставится за неделю, служит всю жизнь.

«Промоутеры дают экстравагантные обещания о вашем потенциальном доходе. Остановитесь. Эти обещания ложны».

ФЕДЕРАЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ КОМИССИЯ США, ПАМЯТКА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Подписываюсь под каждым словом регулятора, и мне не больно это делать. Потому что комиссия пишет не про профессию, а про продавцов обещаний. От нарисованных чеков и «средних доходов» страдает не абстрактная индустрия. Страдает конкретный новичок, который поверил, зашёл, сравнил свой первый месяц с картинкой и ушёл, решив, что сломан он, а не картинка. Мне такие потери обходятся дороже, чем скептикам: это мои люди.

Отношение к обещаниям в мире поменялось на наших глазах. Регуляторы взялись уже не только за компании, но и за конкретных лидеров с их скриншотами: заявление о доходе постепенно становится тем, что нужно уметь обосновать документами. У кого документы есть, для того новые правила праздник. У кого вместо документов галерея с картинками, тому пора переучиваться. Угадай, к какой половине выгоднее присоединяться.

И сразу практика. Вот что делать, когда в личку прилетает чужой красивый чек.

ТЕБЕ ПРИСЛАЛИ ЧЕК. ТРИ ВОПРОСА

«Это до расходов или после?» Продукт, реклама, поездки, обучение. Если человек не считает свои расходы, он не знает свой доход. Он знает свой оборот.

«Это типичный месяц или лучший?» Попроси три месяца подряд. Один пик умеет нарисовать даже честная случайность. Три подряд рисуются только работой.

«Можно посмотреть выплату с налогом?» ИП или самозанятость, выписка, уплаченный налог. Одна минута, если доход существует.

Задавай их спокойно и вежливо, без прокурорского тона. Человек с настоящим доходом отвечает на такие вопросы с удовольствием: ему в радость лишний раз открыть банковское приложение. Продавец мечты обижается и начинает говорить про энергию и настрой. Обида вместо документа это тоже ответ, причём исчерпывающий.

...

Как выглядит настоящее подтверждение

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.