

תמלול חוג בית

הקדמה: בהדרכה זו, אנו עוזרים לכם לבנות את הבסיס שעליו תוכלו בקלות להעביר חוג בית מלהיב ועוצמתי. כמובן שכל אחד יוסיף את הפן האישי שלו ואת העדויות שהוא חווה מהתכנים. עם זאת **חשוב לציין שיש להיצמד לשלבים** המבוארים בהדרכה זו, המחולקים לשני שלבים של הערב. ואלו הם השלבים:

שלב א':

1. הצגה עצמית
2. פציעה אישית
3. פציעה חברתית
4. הצגת הפתרון
5. הכרות והאדרת כח התודעה
6. פציעה של הקורס הנוכחי
7. הפתרון במוצר שלנו והאדרה

שלב ב':

1. ההבדל בין שיווק ישיר לעסק עצמאי וזיהוי ההזדמנות הכלכלית הנדירה
2. ההבדל התהומי בין פירמידה לבין שיווק ישיר
3. האדרת המוצר ע"י זיהוי הבדלים בין חברות אחרות לבנינו
4. פירוט התכנית העסקית

פירוט השלבים:

שלב א':

1. **הצגה עצמית:** בתור התחלה, אנו חייבים ליצור כימיה עם הקהל ע"י שנציג את עצמנו בצורה המרשימה ביותר. כל אחד שיש לו תואר מסוים (לדוגמא: מאמן, מנהל, מחנך, מפקח וכו') חשוב לציין זאת בהצגה עצמית. אין להאריך בשלב זה יותר מדקה אחת בלבד.

לאחר שהצגנו את עצמנו, חשוב לעשות מעין מסגרת מקדימה לערב הזה, ומראש להודיע שהוא יחולק לשניים. המשפט הטוב ביותר לקטע זה הוא: "את הערב נחלק לשניים. החלק הראשון מתאים לכל אדם שאכפת לו מעצמו, מהמשפחה שלו ומהתקדמות שלו בכל תחומי חייו. מראש נגיד, שהחלק השני לא מתאים לכל אחד. למי הוא כן מתאים? אך ורק לאנשים מסוימים – אנשים רציניים, איכותיים וחרוצים שמחפשים לעשות שינוי רציני לטובה בחיים שלהם".

2. **פציעה אישית:** שלב זה והשלב שאחריו, הם השלבים החשובים ביותר במהלך הערב. כל אדם בעולם מתמודד במהלך חייו עם קשיים ובעיות בחיי היום יום. **בשביל לעורר צורך חזק לקניית המוצר – צריך להכאיב כמה שיותר על הבעיות הקיימות**, שכל מי שנמצא בערב הזה ירגיש שהוא חייב את הכלים האלו בשביל לשנות את מהלך חייו. הפציעה הראשונה שאנו עושים במהלך הערב

נקראת "פציעה אישית", ובה אנו מכאיבים על דברים שכל אדם היה רוצה להשתפר בהם ואין בהם בושה. וככה מבצעים את הפציעה לאחר ההצגה העצמית:

"ונפתח את הערב בשאלה - מי מאיתנו לא היה רוצה לשכלל את יכולות המח? לפתח מומחיות בפתרון אתגרים ומצוקות, להגיע להישגים פנומנליים יוצאי דופן בכל תחום שיבחר?"

"האם יש מישהי בקהל שלא הייתה רוצה לקבל את המפתח שאיתו תיכנס ללב של בעלה ותשנה אותו לטובה? יש מישהי שלא הייתה רוצה ללמד כיצד להשפיע יותר בקלות על הילדים והסביבה?"

"מי מאיתנו לא היה רוצה לסלק את בעיית הדחיינות, לדעת לשים לעצמו מטרות ולעמוד בהם בהצלחה?"

לאחר שסיימנו לשאול מספר שאלות שאין אדם שלא יענה בראשו על כל השאלות "כן", אנחנו נשאל בעוצמה:

כולנו רוצים להיות מאושרים! נכון?

השאלה האם אנחנו יודעות לנצל הזדמנויות יוצאות דופן שתעזורנה לנו להגיע להישגים הללו?

3. פציעה חברתית: לאחר ש"פצענו" את האנשים על דברים שבשגרה ושייכים לכל אדם, אנחנו עוברים לבעיות שהן טיפה יותר כבדות, ואמנם הן לא שייכות לכולם באופן אישי, אבל בהחלט כל אחד מכיר בסביבה הקרובה לפחות אדם אחד שכן סובל מהן.

וככה אנחנו עוברים לפציעה החברתית: לאחר ששאלנו בעוצמה – "כולנו רוצים להיות מאושרים, נכון? ... בואו נסתכל סביבנו. כל אדם ברחוב הוא פוטנציאל לסבל נפשי, למתחים כרוניים, חרדות גופניות, חרדות חברתיות, התמכרויות וכפייטיות. מחקרים מראים שכל אדם חמישי סובל מדיכאון ונדודי שינה ולכן החברות המשגשגות בעולם הן ... חברות התרופות. ואם הוא לא סובל מכל זה, יש לו בעיות כלכליות או בעיות במערכות יחסים עם אשתו או עם הילדים".

השלב הזה הוא קריטי במהלך הערב! אחרי שפצענו בהצלחה את הפציעה האישית והחברתית, וכל אדם בקהל מרגיש את הצער שהוא חווה מהבעיה האישית שלו, הוא ישתוקק לשמוע את הפתרון. דגש חשוב – במהלך הפציעה, שמונים את הבעיות, להשתדל לדבר בטון יחסית איטי, שכל בעיה תודגש, מכיוון שכך מתקיים פה עיקרון הציפייה, שהקהל לא מקבל ישר את הפתרון ולכן הוא משתוקק לכך יותר.

4. הצגת הפתרון: אחרי שעוררנו אצל כל אחד שיושב בקהל את הכאב שבבעיות היום יום שלו, אנחנו עוברים לשלב הפתרון.

"ובאמת, מה עושים כל האנשים? הרי כל אחד רוצה לשפר את איכות חייו. כולם מחפשים כיצד להעצים את עצמם ולקבל כוחות וכלים להתמודד, ולכן אנשים הולכים בהמוניהם לקורסים וסדנאות בהתפתחות אישית או באופן אישי אחד על אחד למאמנים בכדי ללמוד כיצד להתמודד טוב יותר בחיים. הרצון הזה הכשיר את הקרקע לטרנד הבא, שנקרא "התפתחות אישית".

ובכן, מה זה בכלל טרנד? ישנו כלכלן עולמי זוכה פרס נובל בשם פול פילצר שהוציא ספר בשם "הנבואה". פול פילצר צפה כבר לפני עשרות שנים טרנדים שיכנסו בעולם, ועל אף שבאותו הזמן התחזיות שלו היו נראות הזויות לחלוטין, למפרע התברר שצדק – ובגדול. לדוגמא: אחד התחזיות צפתה את טרנד המים, שיגיע היום שאנשים ישלמו כסף בשביל לשתות מים. בזמנו זה היה נראה שטות מאין כמוה, וכי איך יכול להיות שאנשים ישלמו על משהו שהם לכאורה מקבלים בחינם? והנה כבר הרבה שנים שאנשים משלמים הרבה מאד כסף על מים מינרליים בבית ובחוף, מפני כל מיני חששות. תחזית נוספת של פול פילצר – טרנד הטיטולים. פול פילצר חזה שיבוא היום, ואימהות על חליפו את חיתולי הבד בטיטולים חד פעמיים. גם תחזית זאת הייתה נראית כשיגעון, וכי איך יעלה על

הדעת שאנשים יעשו כזה בל תשחית לזרוק בכל יום כמה פעמים כמה שקלים לפח במקום לנקות את החיתול? ושוב, פול פילצר צדק. תחזית נוספת – טרנד המיקרוגל. בעבר נשים היו נשאות בבית ומגדלות את הילדים. פול פילצר חזה שיבוא היום ובעקבות המצב הכלכלי הרבה נשים יצאו לעבוד, ובעקבות כך ילדים יצטרכו לחמם לבד את ארוחת הצהריים שלהם, ולכן בכל בית פשוט יהיה מכשיר שמסוגל לחמם אוכל בצורה פשוטה ומהירה. גם תחזית זאת התקיימה, והיום כמעט שלא בנמצא בית שאין בו מיקרוגל.

התחזית הנוספת של פול פילצר היא שעד שנת 2023 לא יהיה בית בעולם שלא יהיה בו לפחות אדם אחד שעוסק בהתפתחות אישית, ולכן אלה שעוסקים בתחום זה – פרנסתם תשגשג מאד.

עכשיו שאנחנו מבינים מה זה טרנד וכיצד מתברר שפול פילצר צודק בכל התחזיות שלו, אנו צריכים להבין את הכח של ההתפתחות האישית כיום, שהיא חוצה מגזרים וחוצה קהלים. בכל מקום כבר מבינים שלא מספיק לתת חומר לגוף, חשוב גם לתת חומר לנפש, ולדוגמא אפילו אלו העוסקים בתזונה לא מדברים היום על תפריטים כמו על נושא האכילה הרגשית.

ואכן בכל מקום שנביט נראה מלא פרסומות על מגוון שיטות שונות שהמכנה המשותף להם התפתחות אישית, לעזור במצוקות היום יום. כיום, אחת השיטות המובילות בעולם היא שיטת ה N.L.P. הכרות קצרה עם השיטה:

שיטת N.L.P נוסדה לפני 40 שנה ע"י כמה אנשים, שחיפשו תשובה לשאלה: כיצד אנשים מוצלחים הפכו לכאלה? או במילים אחרות: העולם מתחלק לשניים, אלה שמצליחים ואלה שמדברים על ההצלחה של אחרים. השאלה היא: איך הופכים למצליחים והאם זה משהו שאפשר ללמוד אותו?

ובאמת השיטה נולדה מחקירה ודיגום של אנשים מוצלחים שגרו במדינות שונות ועסקו במקצועות שונים, ובמהלך הדיגום ראו החוקרים שיש מכנה משותף לכל האנשים שחוו הצלחה יוצאת דופן בעיסוק שלהם, והתחילו לחקות אותה. במהלך הניסוי החוקרים גילו תופעה מעניינת מאד – **להצלחה יש עקבות**. וכל מי שילך בעקבות האלה, בכל תחום שיבחר, יגלה שהוא יכול להצליח הרבה מעבר למה שהוא מדמיין. לארץ השיטה הגיעה לפני 20 שנה ועזרה עד היום לעשרות אלפי בני אדם במגוון רחב של תחומים.

5. **הכרות והאדרת כח התודעה:** אחרי שהסברנו על הטרנד ההולך וגדל בכל העולם של התפתחות אישית, אנו עושים לקהל הכרות עם כח התודעה ואליו שירי. בשלב הזה, אנו מספרים על ההצלחה הפנומנלית של כח התודעה:

"מי שהאמין בטרנד הזה לפני 5 שנים היה אליו שירי, שהקים את חברת כח התודעה. אליו שירי למד את השיטות המובילות ביותר בעולם בהתפתחות אישית, כאשר למעשה הוא החליט לא להיות נאמן לשום שיטה, ובחר את הכלים הטובים והמעשיים ביותר מכל שיטה, וייסד את "השיטה המשולבת להתפתחות אישית". ובמהלך השנים האלו, זכו דרך כח התודעה עשרות אלפי אנשים לחוות שינויים משמעותיים לטובה בכל תחומי החיים שלהם, וב"ה - ההצלחה מסחררת! ולמה הכוונה "הצלחה מסחררת"? הכוונה היא לטיפ היומי, ששם אליו שירי מקליט 3 פעמים בשבוע שיחה, ועל הקו הזה עולים **מינימום** בין 10,000 ל 12,000 איש בשבוע. הצלחה מסחררת – אלו סדנאות בכל רחבי הארץ, בכל המגזרים והקהלים, שבכל סדנא משתתפים מאות אנשים. הצלחה מסחררת – זה מפגש החודשי בבני ברק, שבעלות של 130 ₪ מגיעים בכל חודש 500 נשים ו 300 גברים. הצלחה מסחררת זה הקורס המאמנים, שרק מפרסום בטיפ היומי בלבד, בכל שנה נפתחים 2-3 קורסים בעלות של 7,500 ₪ ושכל קורס משתתפים בין 80 ל 100 אנשים, וב"ה העדויות על שינויים משמעותיים לטובה הן לאלפים ורבבות בכל תחומי החיים".

בשלב הזה, אנו ממליצים לספר על עדויות שאתם מכירים. בין אם זה על מערכת יחסים שהשתנתה ע"י קסם הקשר, אנשים שהשתחררו מהפחדים והפוביות ע"י חוויות מנותקות ומקושרות, אנשים שנגמלו מהרגל רע כמו סיגריות ע"י עוגנים, ילדים שהפסיקו לגמגם ע"י תרגיל האוטו-סוגסטיה, ילדים

שהפסיקו להרטיב בזכות תרגיל בהירות מול ניגוד ועוד. אם אתם לא מכירים עדויות מספיק מרגשות, ניתן לפנות לחונך על מנת לקבל סיפורים. עדיף תמיד לספר סיפורים עם שמות וזמן, בשביל האמינות.

6. פציעה של הקורס הנוכחי: בשלב הזה אנו פוצעים את הקורס הפרונטלי הנוכחי בשביל לגרום לאנשים להבין שהקורס הטלפוני זו הזדמנות יוצאת דופן עבורם.

"ועל אף ההצלחה המסחררת של הקורס מאמנים, עדיין יש בו כמה בעיות."

בעיה ראשונה – המיקום: אמנם הסדנאות היו בחריש ארצי, אבל הקורס מאמנים הוא רק באור יהודה, כך שצריכים לטרוח רבות בכדי להגיע ללימודים. אנשים באים מכל רחבי הארץ, והמעניין הוא שכ-85% מהנרשמים לקורס מאמנים, עושים זאת בשביל לפתור מצוקה אישית בחיים שלהם.

בעיה שנייה- העלות: הקושי עם התשלום כאשר צריכים לשלם 7600 שקלים בפריסת תשלומים לא נוחה - 4 תשלומים בלבד.

בעיה שלישית – זמן: כל מפגש הוא מעל 4 שעות ובנוסף בארבעה חודשים נלמדים מעל 30 כלים טיפוליים. כאשר לומדים חומר בצורה מרוכזת כ"כ קשה מאד ליישם את הנלמד, צריך לשנן את החומר היטב בזמן קצר ואשר על כן רמת החדירה לתת המודע אינה חזקה כ"כ".

"ובכן מה עושים לפתירת הקשיים הללו וכיצד נגרום לכך שכל אדם יוכל להיחשף לתכנים הללו?"

7. הפתרון במוצר שלנו והאדרה: כאן מאדירים את הרעיון שיפתור בס"ד את כל הקשיים שהועלו ויגרום לחשיפה המונית לתכנים המקצועיים הללו כך שלא יהיה אדם אחד שלא יוכל לעזור לעצמו.

"ובעצם, מה המוצר שאנחנו מציעים לכם? המוצר הוא הקורס מאמנים המקצועי, שבו מקבלים ארגון כלים שעוזר לנו בהתמודדות עם בעיות היום יום שלנו, אבל לאחר שפתרנו את כל הבעיות שהתעוררו בקורס הפרונטלי. וכיצד פתרנו את כל הבעיות? הקורס יימסר מעתה דרך הטלפון בצורה הבאה:

זמן- כמו שכבר אמרנו, 85% מהאנשים הבאים לקורסי המאמנים, באים בשביל עצמם. אמנם, כמות החומר עמוסה לרוב האנשים ולכן, המתכונת הנוכחית יימסר כל שבוע שיעור של כ-40 דקות למשך שנתיים, כך שהחומר יוטמע היטב במח, בקלות וביעילות. (כאן מומלץ להמשיל את עניין ההתמדה לסיפור הידוע של רבי עקיבא שראה חור בתוך האבן, שהחור נעשה ע"י טיפות שירדו בהתמדה. אם היה נשפך על האבן אותה כמות מים בבת אחת היה נעשה חור? בוודאי שלא. אותו הדבר כאן, הלימוד במסה קטנה למשך זמן ארוך גורם לשינוי מהותי הרבה יותר מלימוד מסיבי בתקופת זמן קצרה).

עלות- עד עכשיו הקורס עלה 7,500 ₪ ב-4 תשלומים. מעתה, העלות החודשית היא אפסית: 195₪ בלבד וללא כל התחייבות! (ניתן לבטל את ההשתתפות בהודעה מראש של 14 יום).

מיקום- עד עכשיו הקורס היה רק באור יהודה, זאת אומרת הוצאה נוספת והמון טרחה לבאים מרחוק. מהיום – לומדים בכל שעה ובכל מקום שנוח! בנוסף, אפשר לחלק את השיעור לכמה חלקים וכן לחזור על שיעורים קודמים. כמובן שהשיעור יהיה בליווי של ספר מקצועי. בע"ה המערכת תדע לזהות את המספר השיעור בו כל אחד אוחד.

שלב ב'

1. ההבדל התהומי בין פירמידה לבין שיווק ישיר: אחרי שסיימנו לדבר על המוצר, אנחנו עוברים לדבר על העסק. חשוב להדגיש – מדובר בהזדמנות כלכלית נדירה, מכיון שמדובר בפתיחה של עסק במחיר של 195 ₪ בלבד! היכן שמענו קודם על דבר כזה? ולמרות ההשקעה הכלכלית האפסית, חשוב להדגיש שמדובר בעסק לכל דבר ועניין, עסק שדורש זמן וטיפוח.

לפני שנתחיל לדבר על העסק, חשוב לעשות הפרדה מוחלטת בין המוצר ולבין העסק. דבר נוסף, לרוב האנשים יש אמונות מגבילות בנוגע לשיווק ישיר, וע"פ רוב זה נובע מעיוות מוחלט של המציאות, הן בגלל סיפורים על אנשים שנפלו בפירמידות או שלא הצליחו בעסק של שיווק ישיר או מניסיון אישי. לכן, בתור התחלה, הדבר החשוב ביותר הוא להדגיש את ההבדל העצום בין פירמידה לבין שיווק ישיר, ועל הדרך למגר כמה שיותר התנגדויות מהקהל.

"אחרי שסיימנו לדבר על החלק הראשון, וכולנו הבנו עד כמה הקורס יכול לעזור לכל אחד מאיתנו לשפר יכולות ולעזור בפתרון מצוקות בחיים, אנחנו רוצים לעבור לדבר על החלק השני של הערב.

בחלק הזה אנחנו נדבר על ההזדמנות הכלכלית הנדירה שאנחנו מציעים לכם, לפתיחת עסק רווחי ע"י שיווק הקורס. **מראש נדגיש, שאין שייכות לשני החלקים, וכי כל אחד יכול לרכוש את הקורס הטלפוני גם אם הוא לא נכנס כמפיץ.** דבר נוסף שחשוב להדגיש, שמדברים על שיווק ישיר, בדר"כ הקהל מתבלבל. והסיבה לכך נובעת מחוסר ידע, חוסר הבנה ובורות. ומהי אותה בורות? יש דבר כזה שנקרא פירמידת כסף. מה זה פירמידת כסף? פירמידת כסף זה נוכלות, גנבה, עושק ורמאות. חוץ מזה שזה אסור הלכתית ואסור מוסרית, זה גם אסור לפי החוק, לא רק בישראל – אלא בכל מדינות המערב.

חשוב לדעת – פירמידת משחק היא פירמידה ללא מוצר. ואיך באמת עובדת אותה פירמידת משחק? אני מכניס את משה חבר שלי ב10,000 ₪. ואומר למשה, ברגע שתכניס כמות מסוימת של אנשים, תכסה את ההשקעה שלך ומשם אתה מתחיל להרוויח. כפי שאמרנו, מכיון שאין כאן מוצר, הדבר נחשב כהימור, והרשויות אוסרות אותו ולכן כל "העסק" נעשה בשחור. אין כאן חברה מסודרת, ולכן במוקדם או במאוחר הרשויות יעלו על כך, וכל הפירמידה תקרוס. מכיון שכך, מי שהיה למעלה – הרוויח, ומי שהיה למטה – הפסיד.

לעומת זאת, בשיווק ישיר מדובר בחברות חוקיות, כל הכסף הוא לבן, ויש חוזה חתום בין החברה למפיץ. נתון מעניין, שכל אוניברסיטה מוצלחת בארה"ב שמלמדת שיווק, מקדישה חודשים שלמים ללימוד השיווק הישיר. מכאן אנו לומדים עד כמה השיטה הזאת נחשבת כמצליחה בעולם והחברות האמריקאיות בתחום מגלגלות מיליארדי דולרים בשנה¹. ובעצם, מה מניע חברת שיווק ישיר? הרי לחברה יש מוצר מצויין, הרעיון הוא להפיץ אותו בכמות ענקית. והדרך היחידה להגיע לקהלים ענקיים היא דרך פרסום, השאלה איזה סוג פרסום החברה בוחרת – האם ללכת על פרסום במדיה, בשלטי חוצות, בעיתונים וכו', שפרסום כזה חייב להיות עקבי לאורך שנים ועלותו מיליונים, או לעומת זאת לבנות רשת של מפיצים, שיפרסמו בשיטה הטובה ביותר שקיימת – מפה לאוזן".

חשוב לדעת – כל מבנה ארגוני, הוא נראה בצורתו כפירמידה. לדוגמא: בית חולים, תמיד יש מנכ"ל ומתחת למנהל יש סמנכ"ל, ומתחתיו יש מנהלי מחלקות ומתחתים יש אחיות ראשיות וכו' עד החולים עצמם שמשלמים בשביל להבריא. דוגמא נוספת: בית ספר, שבו יש מנהל ומתחתיו יש סגנים ומתחתיהם יש מורים וכו' עד התלמידים עצמם שמשלמים בשביל ללמוד.

2. ההבדל בין שיווק ישיר לעסק עצמאי וזיהוי ההזדמנות הכלכלית הנדירה:

בשווק ישיר יש את היצרן ומיד לאחר מכן הצרכן. בעסק רגיל יש את היצרן משווק ארצי, משווק אזורי, אנשי מכירות, פרסום, חנויות, ורק לאחר מכן המוצר מגיע ללקוחות. הפער בין הוצאות שווק ישיר לשווק רגיל מסתכם בכ-90% ואת כל הפער הזה חוסכים בשווק הישיר, ומשום כך יש לחברות בשוק הישיר הרבה כסף לתגמל בתוכניות התגמול.

¹ לדוגמא: חברת herbalife הרוויחה בשנת 2014 3.82 מיליארד דולר. ובשביל להבין עד כמה השיטה הזו רווחית, נספר שהרפלייף נמצאת במקום ה-9 בלבד בעולם בדירוג החברות המרוויחות בתחום. למי שיש גישה, אפשר לרשום בגוגל Top mlm companies ולקבל את רשימות החברות המדורגות במקומות העליונים בעולם, ואת סכומי הכסף שהן מרוויחות בשנה. כאמור, אלה חברות לבנות וממילא שקופות ולכן אפשר להסתכל בנתונים.

בנוסף:

במשרה רגילה:	בשווק הישיר / בביצועי שיא:
אתה מעשיר משהו אחר	אתה בונה עסק מבוסס לעצמך
מעט/אין הכרה	החברה מוקירה את פועלך
עבודה קשה	עבודה יעילה בשעות הנוחות לך, אתה קובע את זמנך
חרדה ממחסור	הכנסה פסיבית המקנה לך תמלוגים לכל החיים
משלמים רק על הזמן שלך	"מינוף" הזמן- אין גבול לשווי הכספי של זמנך
קידומך מותנה ונקבע ע"י אחרים	הצלחתך והתקדמותך תלויים רק בך
יש גבול לגובה ההכנסה	פוטנציאל הכנסה ללא גבולות

3. האדרת המוצר ע"י זיהוי הבדלים בין חברות אחרות לביננו: אחרי שהסברנו את ההבדל התהומי בין פירמידה לבין שיווק ישיר, והבנו עד כמה השיטה הזאת מוצלחת ורווחית, אנחנו עוברים להסביר את ההבדלים המשמעותיים בנינו לבין שאר החברות:

א. בהרבה מן החברות, יש עלות כניסה גבוהה שיכולה להסתכם באלפי שקלים (הממוצע נע בין 5,000 ש"ח ל-20,000 ש"ח). בביצועי שיא משלמים 250 ש"ח בלבד עבור הערכה הראשונית הכוללת ערכת למידה והמחיר לכל חודש הוא 195 ש"ח בלבד ללא כל התחייבות.

ב. בהרבה מהחברות יש התחייבות לקניית מוצרי החברה בכל חודש, שיכולה לנוע בין 100 ל-300\$ באופן קבוע. בביצועי שיא אין מלאי מוצרים, אלא מוצר אחד במחיר אחיד הנצרך לכל אדם ואינו תופס מקום.

ג. יתרון הספיל אובר, שיודגש בהרחבה בפירוט התכנית העסקית.

ד. ביצועי שיא היא חברה רזה: "כמו כל חברת שיווק ישיר, גם בביצועי שיא יש חלוקה של 50% לחברה ו-50% למפיצים. אבל להבדיל ממקומות אחרים, ההוצאות השוטפות של החברה הן מעטות. לדוגמא: חברות אחרות צריכות לרכוש שטחי נדל"ן גדולים מכיון שעליהם היא צריכה לגדל את המוצרים שלה. ועוד, היא צריכה להעסיק חקלאים, חוקרים, לשכור מחסנים, ועובדי מחסן, לייבא מוצרים לישראל (דבר העולה הון), להשכיר מפעלים שיכינו את כל מוצרי הפלסטיק, לשלם על משלוחים באופן חודשי ועוד. לעומת זאת בביצועי שיא, יש הוצאות של הספר והמערכות הטלפוניות והממוחשבות שעלותן היא חד פעמית ולכן החברה היא "חברה רזה" ובס"ד תחזיק מעמד לאורך שנים.

4. פירוט התכנית העסקית: את השלב הזה עושים אחרי הסגירה מומלץ לעשות בטלפון עם החונך. (אם יש זמן לאחר החוג בית אפשר גם להתחיל בהדרכה זו.)

ישנו שלב ראשון שהוא שלב הכנת רשימת ה-100. נלמד את האנשים להכין רשימה גדולה ובא יכניסו כמה שיותר אנשים. רשימה זו היא המפתח לעסק שלכם. לאחמ"כ שלב שני הפניות לחוגי בית במטרה לחשוף כמה שיותר אנשים שיצטרפו לארגון שלך.

הבנת התוכנית העסקית:

הרעיון הוא פשוט. אנחנו ממליצים את ההצטרפות לקורס לחמישה אנשים- הללו הם דור ראשון שלנו.

לאחר מכן אנחנו מדרבנים את החמישיה לצרף אף הם חמישה אנשים. כאשר כל אחד מן החמש הביא חמש, יש לנו בארגון 25 אנשים בדור שני מלבד החמישה ובסך הכל 30 אנשים זה הצוות שלנו. אנשים אלו הם אבני הדרך החשובים בבניית העסק ורק איתם אנו אמורים לעבוד באופן ישיר.

בשלב זה נעשה כינוס מועדון ה-25 ונדרבן אותם גם כן לצרף חמישה אנשים, שלב זה בונה ארגון של 125 אנשים ומכניס לנו הכנסה פסיבית של 2800 ₪ בחודש.

כאשר כל אחד מן החמישיה מרוויח 2800 ₪ זה אומר שכל אחד מן החמישיה בנה ארגון של 125 אנשים, ממילא יש בארגון בסך הכל 625 אנשים ואתה מרוויח 12,800 ₪ בחודש.

הדרכה זו נכתבה ע"י בר שאלתיאל מאמן בכיר בכח התודעה.
מטרת ההדרכה היא לעזור למפיצים להכין חוגי בית מלהיבים ויעילים, ולתת דגש על הסברת המיזם בצורה נכונה עם מתן פרטים מדויקים.
ניתן להעביר הדרכה זו אך ורק למפיצים רשומים שמוכנים להעביר חוגי בית, תוך כדי מתן רשות מפורשת מאיתנו.

לכל שאלה, מתן חומרים נוספים, הארות, רעיונות וכו', ניתן לפנות למייל

BRESLEVBAR@GMAIL.COM

בהצלחה!