

## Михаил Габов:

# «Люблю яркую жизнь, чего и вам желаю!»

Когда человеку присущ актерский талант, он играет на сцене. Когда у него ярко выраженные ораторские способности, он пробует себя в политике. Когда обладает искрометным юмором и легким слогом, он пишет книги афоризмов. Если человек креативен и имеет недюжинные способности к творчеству, он занимается рекламой. И наконец, если в нем соединяются все эти качества, он становится Лидером сетевого маркетинга!

Своими взглядами на жизнь, бизнес и успех делится один из самых ярких и неординарных Лидеров Артлайф, Партнер Компании в статусе Президент Михаил Габов. Добавим еще: харизматичный, уверенный в себе, с прекрасным чувством юмора. С первых же слов он умеет расположить к себе собеседника. Своими увлеченными речами он способен перевернуть представление о сетевом бизнесе, наверное, даже у самого скептически настроенного человека. В любой ситуации, перед любой аудиторией он чувствует себя «в своей тарелке». Он умеет удивлять и шокировать. Например, вот так.

«Лечу дистрофию кошелька. Дорого!»

С персонального сайта Михаила Габова  
[www.m-gabov.ru](http://www.m-gabov.ru)



## Про финансовое оздоровление

— **Смелое заявление, Михаил, вы действительно открыли секрет финансового оздоровления человека?**

— Ну, во-первых, предлагаю перейти на «ты». Фраза эта на сайте размещена, конечно же, чтобы привлечь внимание. Человек зашел на один сайт, зашел на другой, везде одно и то же. Дальше главной страницы не пошел. А тут прочитал и подумал: «О, что это за дистрофия кошелька?» — почитал дальше.

**Не стоит задерживаться на этом сайте, если вам нравится:**

- ходить каждый день на работу по найму и менять там свое время на деньги (зарплату),
- зарабатывать себе на пенсию, при получении которой у пенсионеров наворачиваются слезы,
- когда ваша семья испытывает хроническую нехватку вашего внимания,
- проводить свой отпуск раз в год и только тогда, когда вам разрешат уйти в отпуск
- и тому подобное.

Зацепился, заинтересовался, решил полистать.

Ты правильно заметил, я стараюсь удивлять людей, шокировать, тогда получается привлечь их внимание, заставить их думать, действовать. Люди в шоке. Как так? Как он такие вещи-то говорит? Но потом человек, который находился постоянно в рутине, прямо закипает. Он вдруг получил по голове молотком, встряхнулся! А есть, оказывается, вот такое мнение, а можно, оказывается, вот так на это посмотреть... Я сторонник такого подхода.

— **Так все-таки что с дистрофией кошелька, болезнь излечима?**

— Все человечество я излечить не смогу, я не всемогущий. Есть масса людей, которые работают по найму, которым постоянно не хватает денег, которые постоянно ноют, плачут, не знают куда податься. Я действительно могу помочь избавиться от дистрофии кошелька таким людям! Но при одном единственном условии: наличии у них неутолимого желания. Потому что если сам человек не хочет, то ничего и никто ему не поможет.

Вы скажете: «Все хотят жить лучше!». Да, хотят все, но не все делают. Ведь гораздо проще найти причину, почему не делать. Мозг быстренько формулирует причины, выкладывает по полочкам — и вот у нас уже готово самооправдание! Просто абстрактно хотеть недостаточно. Сидеть дома в трусах на диване и думать: «Ну, вроде бы, надо побольше денег зарабатывать, ну, вроде бы, хочется жить лучше...». Вот это не работает. У человека должна появиться причина, ради которой он хочет меняться, конкретная цель: «Ради чего?». Тогда он начинает что-то искать, что-то узнавать, чему-то учиться. И рано или поздно у него получится. Вот пример.

*Одна моя знакомая в разговоре посетовала на то, что денег не хватает, муж зарабатывает нормально, мог бы и больше, но ленился. А сама она никак не определится, чем ей заняться, и уже несколько лет не работает.*

*«А ты хочешь, чтобы твой сын жил так, как ты живешь сейчас, как твои родители живут?» — спросил я, указав на бегавшего рядом сынишку. Эмоций у нее сразу прибавилось: «Нет, конечно!!! Я хочу, чтобы он получил хорошее образование, обустроил свою жизнь, чтобы у него не было таких проблем, которые имеем мы. Это же мой сын!» И вот тут я не выдержал: «Нет! Тебе наплевать на него, на его будущее. Если бы ты этого хотела, не сидела бы дома и не ждала, что мужу зарплату повысят. Если бы ты его любила, ты бы ради него горы свернула!»*

*Надеюсь, вы понимаете реакцию матери. Я думал, что сорвался, перегнул палку. И только я хотел извиниться, как она тихо произнесла: «Как обухом по голове. А ведь ты прав! Мы говорим, что любим, но, наверное, какое-то не то значение вкладываем в понятие любовь. Как же ты прав! Спасибо!»*

Все. У нее появилась цель, и вскоре она устроилась на работу.

— **А сам-то помнишь момент, когда у тебя появилась такая цель?**

— Конечно. Я по специальности модельер одежды. Работал по найму, затем начал заниматься этим на дому. Как-то, проснувшись утром, подойдя к своему рабочему месту, я подумал: «Господи, неужели я буду всю жизнь сидеть за швейной машинкой...». Стало тоскливо, а потом страшно. Аж пот градом полил, и я начал искать. Так случайно попал на презентацию сетевого маркетинга, и все началось, пошло, поехало. Неизвестно откуда появился внутренний заряд, фокусировка на чем-то одном, но очень важном. И когда эта энергия начала передаваться другим людям, этот снежный ком начал накручиваться, нарастать, появилось такое ощущение, будто крылья выросли! Начало все получаться. Причем сам не сразу понял, как и почему это происходит. Делаешь какие-то действия, вдруг наступает момент — и все закрутилось, понеслось.

— **И что действительно каждый вот так может, проснувшись однажды утром, принять решение, начать работать и добиться успеха?**

— Если у одного человека что-то получилось, то почему это не может получиться у кого-то еще? Я ни какой-то там гений или человек, обладающий сверхспособностями. Нет таких вот уникамов, лучше которых не станешь. Если человек захочет, он сделает все. Обезьян учат в цирке вон каким вещам! Слоны пируэты крутят, медведи на мотоциклах ездят, попугаи говорят, а человек чем хуже. А с другой стороны, конечно, этот бизнес, как и любой другой, не для всех. Все никогда не придут в сетевой, кто-то же должен нам машины заправлять и кофе в ресторане подавать.

Это, конечно, не панацея от финансовой недостаточности. Не всем людям подходит сетевой маркетинг, и не все подходят для него. Но большинство людей однозначно могут этим заниматься. Просто некоторые, начиная работать, не понимают, для чего они в это ввязались. Ну, потыркался там-сям, здесь не получилось, от туда отправили. Да и ладно. Сделал еще раз человек для себя вывод, что все плохо, что он несчастный и ничего ему не поможет. Действительно, таким людям сетевой бизнес не поможет. Им вообще ничего не поможет. Это диагноз.

## Про образ сетевого

— **Итак, «вирус сетевизма» подрывает имидж профессии. Как с этим бороться? Что делать, чтобы от сетевого не шарахались в стороны, а воспринимали как человека занимающегося серьезным делом?**

— Свой образ формируем мы сами. С людьми надо общаться как с людьми, а не как с объектами, которые должны быть любой ценой подписаны в твою организацию. Да, поначалу этот этап проходят все! Я это назвал «вирусом сетевизма»! Человек бегает с выпученными глазами, разговаривает на непонятном языке и вообще не может говорить ни на какие другие темы, кроме «Мы самые лучшие», «Мы самые уникальные», «Формулу наших продуктов нашли в пирамидах», «Косметика от космонавтов», «Вода, которую даже горцы не пили»... Человек в любом видит лишь потенциального клиента или дистрибьютора. При этом он не договаривает, не конкретизирует, заманивает кандидата под любым предлогом и готов сделать все, лишь бы тот «подписался». А для чего, непонятно. Результат — негатив со всех сторон, бизнес не работает.

Меня многие спрашивают: «Почему вы с таким сарказмом пишете о „сетевом“, вы что его не любите?» Люблю и именно поэтому так пишу! Только мы сами можем поднять сетевой бизнес на другой уровень, сделать так, чтобы нас уважали. Чтобы не мы сами считали себя уникальными и гениальными, а чтобы нас начали воспринимать как бизнес-индустрию.

— **Как соблюсти этот баланс, чтобы и работать эффективно, и не вызывать у людей раздражение?**

— Я всегда говорю: не стремитесь заполучить человека, уговорить его с первой же встречи, для формы поставить закорючку под анкетой. Он, может быть, пока просто не готов заниматься сетевым маркетингом. Как минимум, не стоит подписывать человека, пока он не покупает у вас продукт. Ну подписали, за 100 рублей папку продали — и все. Зачем? От страха, что подпишут другие?

**«Сетевизм — это процесс, в котором люди с полной серьезностью занимаются делом, не подозревая, что занимаются не делом, а увлечением, которое заключается в вовлечении, завлечении, приставании, убеждении и так далее!»**

Из электронной книги Михаила Табова «Вирус сетевизма»



Да пусть подписывают, если его просто подпишут на бумажке. С человеком сразу надо по-деловому разговаривать. Зачем пришел, бизнес делать? Для бизнеса нужен продукт. Будешь распространять сам или будешь подписывать? Вот тебе папки с соглашениями. А если человек пока не готов работать с продуктом, какой смысл его подписывать?

Понятно стремление новичка побыстрее заработать, создать структуру и так далее. И он не понимает, что люди воспринимают его поведение как неадекватное. Не надо сразу рассказывать неподготовленным людям о маркетинг-плане и прочей кухне. Не пугайте людей. Не надо сразу говорить ни о продукте, ни о бизнесе. Сначала надо вызвать к себе интерес как к личности, и потом уже, когда речь заходит о сетевом маркетинге, отношение и к тебе, и к MLM будет совсем другое. Я это усвоил и уже давно не встречаю негатива по поводу сетевого бизнеса. Наоборот, люди удивляются, когда видят человека в приличном костюме, на дорогой машине и узнают, что он сетевик.

Как только я перестал пользоваться «сетевыми мультками», типа «я хочу тебя познакомить с интересным человеком» или что-то в этом роде, изменилась и реакция людей в позитивную сторону. Я занимаюсь серьезным бизнесом, и предложение тоже серьезное, почему надо обязательно пользоваться обходными путями, завлекать, заманивать. Я могу помочь изменить финансовое положение человека, и я же еще должен его завлекать и уговаривать. Мне это непонятно. Почему в объявлении о приеме на работу продавцом в магазин не стесняются писать «требуется продавец». Хотя и нельзя сказать, что продавец в магазине — это престижная профессия. Я говорю прямо: сетевой маркетинг!

— А когда все-таки сам встречаешь какое-то недоверие, неприятие, отказы, как реагируешь?

— Меня всегда мотивировало и стимулировало только одно. Те люди, которые рассуждают на тему «плохой — неплохой бизнес сетевой маркетинг», никогда не оплатят моих счетов, не накормят моих детей, не построят мне дом, не купят мне машину. Вот это самый мощный стимул, который идет изнутри, который заставляет двигаться дальше, что-то делать самому и ни от кого не зависеть!

## Про бизнес

— Все-таки что для тебя сетевой маркетинг? Работа, образ жизни, искусство?

— И профессия, и образ жизни. По сути, сетевой маркетинг был взят из жизни. Мое самое любимое определение сетевого маркетинга: «Продвижение информации о товарах и услугах через сеть независимых представителей». Исходя из этого определения, мы постоянно в жизни, с самого рождения, продвигаем информацию. Сходил в кино, понравилось — рассказал другу. Он сходил, заплатил деньги кинотеатру, я сделал рекламу, правда, мне ничего не досталось. Вот вам сетевой маркетинг, только бесплатно. То же и в бизнесе, человек съел какой-то продукт, ему понравилось, он кому-то рассказал. Поэтому нельзя сказать, что это какая-то выдуманная, разработанная технология. Это взято из жизни, может быть, поэтому этим легче, интересней заниматься.

— Создается впечатление, что ты довольно эгоцентричный Лидер. В то же время сетевой бизнес — бизнес командный. Михаил Габов — индивидуалист или командный игрок?

— Вообще, это, конечно, командный бизнес. Но команду может создать кто? Какая-то личность. Поэтому получается некий такой замкнутый круг. Сама по себе команда не создается, нужна связующая личность. Да, я по натуре эгоцентричный и даже эгоистичный. И считаю здоровый эгоизм нормальной чертой характера. Без этого бизнес делать невозможно. Если человек не любит себя, он не может адекватно стараться добиться для себя каких-то благ. Я притягиваю к себе таких же людей, личностей, и мы вместе строим бизнес. А в одиночку никакой бизнес построить невозможно, разве только в азартные игры выигрывать.

— Наряду с «вирусом сетевизма» ты открыл еще и «вирус знаний», ты считаешь, что можно всему научиться самому, не занимаясь дополнительным обучением?

— Ничего подобного. Я потратил на свое обучение более 100 000 долларов. Но часто предложения учиться сегодня преподносятся с упором на то, что без глубоких знаний никуда. И в сетевом маркетинге, как в любом другом деле, людей вынуждают учиться, аргументируя так: надо глубже знать психологию клиента, надо знать тонкости продажи, премудрости рекрутинга и так далее. А зачастую эти тонкости надумываются для рождения спроса на семинары и тренинги.

Человек подписался в бизнес, и мы сразу же начинаем его учить:

- Как составить список знакомых?
- Как звонить по телефону?
- Как разговаривать с людьми?
- Как правильно говорить со знакомыми?
- Как заработать денег?
- Как стать богатым?
- Как стать успешным?
- Как? Как? Как? Как? Как?

За-КАК-али, извини за выражение. Человек много лет без комплексов звонит своему знакомому, а теперь он узнает, что делать это надо не так! Говорить не так, как всегда, и совсем не то, и с несвойственными ему эмоциями. Учат опять же «сетевым мульткам», подход в обход, издалека, из-под... над, сбоку или сзади. И у человека возникает проблема: телефонная трубка тяжелее, рука не слушается, мозги кипят. При встрече со знакомым язык перестает слушаться. Да и список знакомых никак не составляется, ручка тоже стала тяжелой. Человек понимает: что-то не то... Мне надо этому учиться.

Знакомая ситуация? Знаю, что очень знакомая, часто знакомая! И идет этот человек на семинары, тренинги. И становится, типа, умным, но язык-то все равно не слушается, телефонная трубка легче не стала, и знакомые уже думают, что у него крыша съехала. Продаж нет, сеть не строится, денег нет. «Надо глубже изучать это дело!» — думает он! Надо сходить на этот тренинг, потом на этот, а вот здесь есть еще интересный тренинг, и так проходит три, пять, семь лет, а у человека заработок 3000–7000 рублей. Все приплыли.

— И что делать?

— Что делать? Делать! На школы и семинары приходят одни и те же люди. Лидер приезжает в регион, его ждут, встречают. «Расскажите нам что-нибудь новенькое, как заработать денег? Как стать богатым?» — «Так и хочется спросить: „А вы старенькое сделали?“».

«Хотите получать большие деньги? Вы их не получите, так как ни я, ни кто-то другой вам их не даст. Здесь халявы нет!!! А вот зарабатывать, это ко мне».

С персонального сайта Михаила Габова

«Вирус Знаний — состояние, когда знания становятся причиной практического бездействия ввиду их якобы недостаточности».

Видеоблог Михаила Габова

## ИСКУССТВО ЖИТЬ

По словарю Ожегова, учиться — усваивать какие-либо знания, навыки; приобретать опыт. А опыт — это результат практических действий. В итоге учиться — значит делать. А «вирус знаний» — это бездействие. Человек затрачивает время, деньги, энергию, а объемы не растут. На семинаре десятки, сотни людей, а объемы не растут, а если и растут, то не пропорционально количеству людей. Народу прививается «вирус знаний»! Вы платите деньги, но не делаете? И вообще, за какие знания вы платите? Нужны ли вам именно эти знания? Какой здесь может быть результат?

Вот еще пример.

В своем выступлении на бизнес-семинаре (не для новичков) я обратился к его участникам: «Поднимите руку, кто хочет получить достойные себя деньги?» — руки подняли все. «А зарабатывать?» — спрашиваю я. Рук что-то сразу стало вдвое меньше. Я обратился к нескольким людям с поднятыми руками с вопросом: «Сколько лет вы в бизнесе? — ответы были разные: от двух до семи лет. — Вы хотите зарабатывать достойные деньги?» — переспросил я. «Да!» — отвечают они.

Я жестко выкрикнул в микрофон: «Лжете!!!

Почему не зарабатываете? Все эти годы ходите по семинарам, тусуетесь на мероприятиях. За это не платят, и это не возбраняется, но тогда не лгите себе, что хотите зарабатывать!»

Пауза, ступор, тишина, недоумение, затем замечаю в глазах искорки просветления! И я спрашиваю: «У вас есть то, ради чего вы хотите зарабатывать достойные деньги?» На лицах растерянность, глаза бегают, мозги кипят.

Люди не знают, чего хотят! Вот где нужна основная, на мой взгляд, помощь: помочь людям определиться!

— Какой стиль работы с Партнерами у Михаила Габова?

— Сюсюкаться и нянчиться с людьми — не мой метод. Погладил по головке один раз — помогло. А когда два, три, четыре раза, это затягивает. Человек становится как наркоман: получилось — надо, чтобы похвалили, не получилось — чтобы успокоили. Но мы же бизнесом пришли заниматься, а не носы утирать. Где-то надо поддержать, а где-то нужна жесткость.

Когда вижу что не получается, сразу несколько вопросов. «Продукт кушаешь?» Если сам не пользуется продуктом, какие могут быть вопросы. У человека нет веры в продукт, кому он может его продать. «Сколько презентаций провел, сколько звонков, сколько встреч». — «Ну вот тут я бегал, ездил...» — «Сколько?» — «Одна...» Всё! О каком результате может идти речь.

Я понимаю, если человек провел 60 встреч, и не получилось, тогда надо идти вместе с ним и разбираться в ситуации. У меня была такая картина, парень действительно пахал, провел за две недели несколько десятков встреч. Все безрезультатно. Начали разбираться. Он проводил встречи всегда в одном и том же кафе, за одним забронированным столиком. Пришли, пригласили двух людей. Сидит, рассказывает, причем рассказывает исключительно со знанием дела. А за спинами у нас, за нашим столиком, огромный аквариум, красивые большие рыбы плавают. Я замечаю, что взгляд и соответственно внимание гостей периферически падает на этот аквариум.

Я понимаю, что люди

«Мы придумываем разные способы и методы продвижения товаров и рекрутирования, изоощряемся, как можем, и это отлично! Это творчество, фантазия, креатив, это насыщенная и интересная деятельность. Но сколько бы мы не изоощрялись, не изменив мышление, новые методы быстро становятся неэффективными».

Из электронной книги Михаила Габова «Вирус сетевизма».

просто отвлекаются, эта картина их умиротворяет, и они постепенно теряют нить внимания. Всё. Мелочь, но эта мелочь мешала человеку достичь желаемого результата.

Так что помогать новичку, конечно, надо. Но не исправлять за него его ошибки, а вырулить на правильное решение. Посидеть как сторонний наблюдатель, а потом разложить ему ситуацию. Зачастую просто человек неправильно оценил или не увидел какой-то реакции собеседника. Может быть, надо было уже закончить встречу и сказать: так, вот вам информация, думайте, решайте.

Многие люди получают кайф от самого процесса выбора услуги. Просто правильно дайте ему информацию! Не надо представлять этот процесс как завоевание. Дайте человеку возможность самому завоевать. Мне нравится метод «от обратного». Показываешь че-

ловеку конфетку и убираешь ее. Он начинает просить, потом ты ее даешь, и он сам ее разворачивает. Образно вот так.

Не продавайте продукт, если человек не готов строго выполнять ваши рекомендации. Что делают продавцы «вирусоносители»? Видят человека — и все: «Принесу в любое время, куда скажешь, сколько захочешь, отдам по своей цене». Ну да, еще приплатите за то, что он соизволил купить. Клиента надо уважать и обслуживать, но не пресмыкаться и прислуживать. Цените свою стоимость прежде всего, и стоимость товара!

## Про инновации

— Михаил, известно, что ты по натуре новатор. Насколько вообще сетевой бизнес открыт инновациям и нововведениям?

— Когда Компания в целом держит курс на развитие, инновации в структурах вводятся быстро и легко. И если смотреть историю бизнеса, то индустрия сетевого маркетинга привнесла и в традиционный бизнес много нового. Сегодня картина немного другая. Традиционный бизнес развивается очень бурно, конкуренция там очень жесткая, я бы даже сказал жесткая. И там инновации, нововведения — единственный путь выжить, держаться на плаву.

В сетевом же бизнесе есть одна проблема, которую сами сетевики себе и придумали. Из поколения в поколение каждый Партнер вбивает в голову новичку, что этот бизнес идеальный, продукты уникальные, Компания эксклюзивная. И находясь в вот этой эйфории, в ощущении того, что «мы самые-самые», люди зачастую не видят реальности, момента, когда надо что-то менять, что-то искать, чему-то учиться. Это, конечно, нельзя сказать про всех, и в нашей Компании отдельные лица, отдельные структуры очень быстро воспринимают инновации и внедряют их. Ведь, по сути, сетевой бизнес больше приспособлен к различного рода реформациям, инновациям, надо просто попробовать и не бояться ошибиться!

— Сегодня сетевая индустрия активно использует интернет-технологии. Не кажется ли тебе, что это может опять негативно сказаться на имидже сетевика, так как на поверхность «под соусом сетевого маркетинга» вновь всплывают множество шарлатанов, мошенников, «пирамид» и так далее?

— Мошенники и шарлатаны всегда крутились вокруг сетевого маркетинга, прикрывались MLM-технологиями, сейчас перелезли в Интернет, так как там

их сложнее поймать и вычислить. Но я думаю, адекватные люди все это видят и понимают. А из раза в раз встречаются в такие пирамиды, как правило, те, кто жаждет легких денег. Потому что нормального человека фразы типа «ничего не надо делать, сиди дома у компьютера — и через месяц ты миллионер» должны, по меньшей мере, смутить. Да, есть люди, которые вот так каждый раз встречаются, их обманывают, кидают, но появилась очередная замануха, и они снова встряли.

Поэтому тут не надо пенять на Интернет. В жизни тоже есть люди порядочные, а есть те, кто пришел надуть ближнего. Надо просто уметь различать. А нормальный, порядочный сетевик может вынести из Интернета массу полезного, если будет использовать его для расширения круга знакомств, для автоматизации каких-то процессов: продаж, подписки, управления структурой, бизнес-планирования.

— Ты активно осваиваешь интернет-пространство. У тебя есть свой блог, свой сайт. Все это творческие эксперименты, или же что-то принесло уже конкретные результаты?

— О дивидендах говорить пока рано, но я человек, работающий на результат. Сейчас у меня готова система рекрутинга в Интернете, именно система. Скоро эта система будет представлена. За время работы в интернет-пространстве у меня сложился большой круг общения — в блоге, на сайте, в системе рассылки. Эти люди заинтересованы в сотрудничестве, но я не мог их подписывать, потому что не было такого электронного сервиса. Сейчас это станет возможным, я буду просто предлагать людям перейти на специальный сайт регистрации, через который можно подписаться в Компанию. А далее — уже обычная работа с людьми, через личные контакты, личное общение. Это главное, этого никто не отменял. Кроме того, в моих планах открыть сообщество Артлайф в Интернете. Сначала это хочу опробовать на своем сайте. Артлайф — великая Компания, и она должна быть достойно представлена во всемирной паутине.

## Про жизнь

— Общаясь с тобой, создается ощущение, что тебе все дается легко и просто, что ты делаешь все играючи. Неужели нет никакой рутины, никаких проблем?

— Нельзя сказать, что все легко, весело и изящно. Как везде в жизни, на любой работе, так и в сетевом



«Приветствую,  
жаждущих яркой  
жизни!»

маркетинге надо напрягаться, и есть моменты, которые ну никак не хочется делать, а надо. На каком-то этапе возникают определенные проблемы, когда ты их перешагиваешь, решаешь, возникают следующие проблемы. Они есть в любом деле, по-другому и быть не может. Но ведь решая проблемы, мы чего-то достигаем, чего-то добиваемся. Чем больше мы растем, тем серьезней проблемы, и на сложности, которые были раньше, мы уже смотрим и умиляемся. У меня даже гост такой есть: «Решение маленьких проблем приводит к маленьким деньгам, решение больших проблем приводит к большим деньгам. Так вот я вам желаю, чтобы вы решали как можно больше больших проблем».

Очень часто сетевик, как и люди, занятые в любом другом бизнесе, устает. Работает год, другой, выполняет какие-то действия, получает результат — и вдруг пропадает интерес. Он хочет получать больше от своих действий, а у него все одно и то же. На самом деле такой ступор возможен в любом бизнесе. Но в сетевом, чтобы сдвинуться с мертвой точки и продвинуться дальше, нужно предпринять гораздо меньше усилий, чем в традиционном бизнесе. Достаточно просто посмотреть, что где-то рядом Партнеры, структуры растут и развиваются. Значит, не у всех все плохо. Значит, надо возрождать свой интерес к работе и идти дальше.

У меня много знакомых занимаются традиционным бизнесом, и когда я смотрю на их проблемы — то налоговая, то отчетность, то товар завис, то деньги на перечислили, — я думаю: «Миша, что тебе еще для счастья надо, слава богу, что ты занимаешься сетевым». Сидишь, спокойно общаешься с людьми в комфортной обстановке, катаешься по стране. Это же интересно. Мне кажется, это не может надоесть.

**— Что помимо денег дает тебе в жизни сетевой маркетинг? В чем вообще нематериальный кайф от этой работы?**

— Я, честно говоря, не представляю себе, чем бы я еще мог заниматься. Главное — свобода выбора, для меня это очень важный критерий. Я очень свободолюбивый человек, и чтобы ходить куда-то с восьми утра до пяти вечера на работу, боже упаси. Я сам могу выбирать, с кем работать, где работать, когда работать, работать ли вообще сегодня или, может, не работать, а поработать завтра. Эффективность бизнеса зависит только от меня. Вот это основной критерий.

Ну и эмоции от этой работы, позитив, который ты испытываешь от жизни. Я сам, когда начинал, помню этот эмоциональный подъем, горящие эти глаза. Люди говорили: «Да ты больной какой-то». Я отвечал: «Да, я чокнутый на здоровом образе жизни! Я „болен“ достойным уровнем жизни! Я „болен“ свободным

стилем жизни! Вы считаете это плохо?» Ответ обычно однозначный: «Да почему же, это, наоборот, хорошо». — «Тогда в чем проблема, сейчас „заражу“ и вас! Только сначала покажите мне свою готовность! Я же не называю вас чокнутым из-за того, что вы ходите на работу, которая вас не удовлетворяет ни материально, ни профессионально, ни морально!»

Сегодня у меня масса свободного времени на реализацию каких-то планов, интересов. Я научился меньше расплываться на мелочи и делать какие-то вещи в более короткий срок. Надо помнить, что мелочи не приносят большого результата, поэтому ради них не стоит бегать и суетиться. Порой люди 80% времени тратят на действия, которые приносят 20% результата. Я решаю за два часа такие вопросы, которые раньше решал неделями. И соответственно неделя у меня высвобождается для чего-то другого.

В сетевом маркетинге у человека, правильно организовывающего работу, должно быть свободное время! Иначе зачем вообще этим заниматься! Пахать с утра до вечера? На начальном этапе надо пахать. Надо себе создать стабильный доход, чтобы потом эффективно распоряжаться своим временем.

## Про Артлайф

— За что я люблю Артлайф? Уникальная Компания. Производство, технологии, инновации. Об этом многие, конечно, говорят, но не все могут показать. Артлайф может показать. Это единственная Компания из известных мне, которая говорит дистрибьюторам: «Приходите, пожалуйста, на производство, мы вам все покажем». Открыто все, ничего не скрывается. Это в плане продукта.

Что касается ведения бизнеса. Маркетинг-план, может быть, не такой яркий, как у каких-то мировых компаний, но в плане доходности — он стабильный. Размер вознаграждений у человека, если он, конечно, что-то делает, постоянно растет. А это даже лучше, чем если бы дистрибьютор сразу получил много денег, у него бы там что-то помутилось от счастья, и все, застыл на одном месте. Ну и свобода для творчества. Нет каких-то навязываний от руководства. Творчество просто неограниченно. Вот это, пожалуй, главное.

Беседовал Евгений ГУЛЯЕВ