

**Kształtowanie postawy lidera
warunkiem osiągnięcia sukcesu w
marketingu wielopoziomowym**

Mariusz Andrzejczak

Konin, kwiecień 2018 r.

Projekt okładki:
Figaro Corporation

Skład i druk:
Figaro Corporation
www.figaro.pl

Copyright by Mariusz Andrzejczak

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Żaden fragment nie może być publikowany
ani reprodukowany bez pisemnej zgody autora.

www.mariuszandrzejczak.pl

„Homo Homini Res Sacra”

- Człowiek dla człowieka jest rzeczą świętą.

Seneka

Spis treści

| | |
|--|----|
| Wstęp | 5 |
| Rozdział 1. Kształtowanie Osobowości Lidera | 6 |
| 1.1. Rozwijanie Kapitału Ludzkiego | 7 |
| 1.2. Wizja - Podstawowy Atrybut Lidera | 12 |
| 1.3. Postawa Lidera | 17 |
| Rozdział 2. Marketing Wielopoziomowy | 28 |
| 2.1. Rys Historyczny | 29 |
| 2.2. Istota Marketingu Wielopoziomowego | 31 |
| Rozdział 3. Szkoła Sukcesu | 34 |
| 3.1. Budowanie Przywództwa | 35 |
| 3.2. Mentoring i Coaching | 41 |
| 3.3. Budowanie Marzeń | 44 |
| Zakończenie | 49 |
| O autorze | 51 |
| Bibliografia | 54 |
| Inne źródła | 55 |

Wstęp

Przywództwo pojawia się nie tylko w środowisku biznesowym, choć jest to największy obszar działalności liderów, ale w zasadzie w każdej dziedzinie życia. Dziś przywództwo oznacza wydobywanie z ludzi najlepszych cech i zarządzanie nimi w sposób umożliwiający im wspólną pracę we wskazanym przez lidera kierunku. Coraz częściej uznaje się przywództwo za umiejętność, którą można przekazywać, czyli można się go nauczyć.

Inspiracją do napisania niniejszego opracowania było przeczytanie pewnej sentencji: „*Żaden człowiek nie jest samotną wyspą*”, oraz zgłębianie tajników marketingu wielopoziomowego, który w niesamowity sposób identyfikuje się z powyższym stwierdzeniem. W biznesie opartym o system marketingu sieciowego nikt nie osiągnie sukcesu bez pomocy innych. Innymi słowy, sukces zawsze jest efektem zbiorowego wysiłku, do którego jest wstanie zmobilizować tylko skuteczny przywódca.

Moim celem natomiast jest przedstawienie procesu kształtowania postawy lidera działającego w marketingu wielopoziomowym. Opracowanie składa się z trzech części. W rozdziale pierwszym przedstawiam proces kształtowania osobowości lidera z uwzględnieniem dwóch atrybutów: wizji i postawy. Rozdział drugi ukazuje zjawisko ekonomiczne XXI wieku, jakim jest marketing wielopoziomowy. Ostatni, trzeci rozdział pracy poświęciłem dążeniu do sukcesu, który uzależniony jest bezpośrednio od sukcesu współpracowników.

Niniejsza praca ma przede wszystkim znaczenie praktyczne, poprzez wskazanie źródeł wiedzy niezbędnej do niniejszego opracowania na temat umiejętności przywódczych. Każdy naród musi stale doskonalić te umiejętności, jeśli chce się liczyć i mieć osiągnięcia. Świat dzieli się na przywódców i tych, którzy podążają za nimi bo każdy w sercu nosi buławę przywództwa, lecz niestety nieliczni wydobędą ją na zewnątrz.

Rozdział 1

Osobowość Lidera

W dobie szybkich zmian technologicznych, globalizacji oraz błyskawicznego przekazu informacji - jakich doświadczamy w XXI wieku nie wolno zapominać o postępie moralnym, a tym samym o kształtowaniu własnych charakterów. Jaka nas czeka przyszłość, zależy właśnie od tego, czy będzie wielu ludzi o pięknym charakterze. Człowiek powinien być szlachetny, życzliwy, gotowy do poświęcenia. Wtedy będzie budował, tworzył dobro i szczęście.

Aby sprostać wyzwaniom naszego wieku, nie wystarczy fachowość i skuteczne metody pracy oraz wypróbowane strategie sukcesu. Obecne czasy wymagają nowych kompetencji. Dzisiejsi ludzie sukcesu bazują na sile swojego umysłu. Mocno wyryte są słowa: „*Będziesz tym, kim sam siebie w życiu uczynisz*”.¹

Jak stać się w życiu osobistym i zawodowym autorytetem, człowiekiem odpowiedzialnym za siebie i innych? Jak rozbudzić w sobie ducha przedsiębiorczości, jeżeli do tej pory wykonywało się pracę dla innych? Jak zmieniać wizje i cele życiowe? By odpowiedzieć na tego typu pytania, należałoby się zatrzymać w pędzie dnia codziennego. Wziąć życie w swoje ręce, zaplanować własną karierę, pogłębiać kompetencje w dziedzinie stosunków międzyludzkich. Dążyć do szczęścia i sukcesu utrzymując równowagę pomiędzy ważnymi obszarami życia.

Niezależnie od tego, czy realizujemy się w sferze biznesu, w organizacji kościelnej czy w sieci marketingu wielopoziomowego, nasza siła lub słabość znajdzie wyraz w naszym postępowaniu jako przywódcy. Nikt nie jest ekspertem we wszystkim, ale cechą dobrego lidera jest umiejętność gromadzenia wokół siebie ludzi o wysokich kwalifikacjach. Aby stać się dobrym liderem, należy najpierw stać się dobrym studentem.

W pierwszym rozdziale przedstawię kilka podstawowych cech, które wpływają na kształtowanie postawy lidera i rozwijają umiejętności przywódcze. Bycie liderem to charakter, a nie stanowisko. Osobowość przywódcza oznacza też zdolność do wpływania na ludzi i wydarzenia. W życiu mamy tylko dwie możliwości: wpływać na innych lub pozwolić, by inni wpływali na nas.

¹ Brian Tracy, Frank M. Scheelen, *Osobowość Lidera*, s. 9,

1.1. Kształtowanie Kapitału Ludzkiego

Jak rozpoznać przywódcę? W życiu spotykamy przywódców różnego kalibru, o różnych indywidualnych cechach. Nie wszyscy są dobrymi administratorami, niektórzy sprawiają wrażenie zupełnie przeciętnych; prawdziwego przywódcę możemy natomiast rozpoznać po tym, że jego podwładni znakomicie pracują. Wielkość przywódcy nie mierzy się zakresem jego władzy, lecz zdolnością inspirowania innych do działania. Wywierając wpływ na drugiego człowieka ważnym jest, by kształtować jednocześnie zdolności przywódcze swoich zwolenników. W tym miejscu można by postawić tezę: im więcej ludzi rozwinię się dzięki tobie, tym pełniejsza będzie twoja własna realizacja.

Pomyślne stymulowanie rozwoju ludzkich osobowości zależy od następujących czynników:

- Docenianie ludzi. Jest to kwestia postawy.
- Zajęcie się ludźmi. Jest to kwestia czasu.
- Więzy z ludźmi. Jest to kwestia charakteru.
- Ustanowienie norm dla ludzi. Jest to kwestia wizji.
- Wpływ na ludzi. Jest to kwestia przywództwa.²

Czynniki, które wpływają na skuteczne kształtowanie rozwoju podwładnych to:

1. Przyjmować słuszne założenia na temat ludzi - Przywódca właściwie oceniający ludzi jest głównym motorem ciągłego rozwoju podwładnych. Jest on drogowskazem, który zaraża entuzjazmem, dodaje otuchy oraz wierzy w ludzi.

Każdy człowiek pragnie uznania, towarzystwa, zrozumienia, miłości, bycia ważnym. Lider powinien rozwijać w bliźnich potrzebę dowartościowania. Zachęta i pochwała są tlenem ludzkiej duszy, bo celem dobrego lidera jest trafić do ludzkiego serca i duszy ludzkiej.³ Psychologowie dostarczają kolejnych dowodów potwierdzających prawdę, że zachęta wyzwala w ludziach to, co najlepsze. Ludzie, którym przedstawiamy ich własny pozytywnie skorygowany wizerunek, stają się lepsi na miarę swoich możliwości. Gdy dowiadują się, jacy są naprawdę, stają się gorsi. Mówiąc, jacy mogliby być, pomagamy im stać się takimi, jakimi mogą być. Taki idealizm jest prawdziwym realizmem, ponieważ pomaga ludziom

² Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 140-142,

³ Por. Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkoła Biznesu*, s.101,

aktualizować własne potencjały.⁴ Henry Ford powiedział: „*Ktoś kto wydobywa ze mnie to, co najlepsze, jest moim najlepszym przyjacielem*”.

2. Zadawać właściwe pytania dotyczące ludzi – Czy kształtuję ludzi, czy też kształtuję swoje marzenia i używam ludzi do ich realizowania? Ludzie przede wszystkim. Pytanie to dotyczy motywów przywódcy. Między motywacja a manipulacja jest subtelna różnica. Manipulacja to wspólne działanie dla mojej korzyści, natomiast motywacja to wspólne działanie dla wspólnych korzyści.

Czy słucham ludzi wyłącznie uszami, czy też potrafię usłyszeć coś więcej niż słowa? Ludzie najbardziej potrzebują, abyśmy ich z zainteresowaniem wysłuchali i starali się zrozumieć. Widząc nasze zrozumienie, odzyskują chęć do zrozumienia tego, co my mamy im do powiedzenia.

Co jest najsilniejszą stroną tej osoby? Każdy, kto stale zmuszony jest pracować w obszarach osobistej słabości, a nie osobistej siły, prędzej czy później utraci motywację do działania. Pozytywna motywacja utrzymuje się tak długo, dopóki ludzie widzą sens i rozumieją znaczenie tego, co każemy im robić. Bardzo skuteczną zachętą mogą być słowa: „*To, co robisz, jest potrzebne i ważne*”.

3. Udzielać ludziom odpowiedniej formy pomocy - Lider pomaga rozwijać w ludziach talenty oraz przewyżczać ich słabości. Niektórzy najzdolniejsi ludzie w firmie nie wykorzystują swych najmocniejszych atutów. Powinien dać im siebie. Z dystansu można wywierać silne wrażenie. Chcąc wywierać wpływ, trzeba ten dystans zmniejszyć. Kochać wszystkich, a poświęcać swój czas 20 procentom najważniejszych osób w instytucji.⁵ Lider zachęca wielu; poucza nielicznych. Musi być wobec nich szczery. Powinien budować plan ich rozwoju oraz identyfikować się z grupą. Dać poczucie własności swoim podopiecznym, tak wyraża słowami Sidney J. Harris: „*Ludzie chcą, by ich doceniać, a nie robić na nich wrażenie. Chcą być postrzegani jako istoty ludzkie, a nie jako rezonatory czyjegoś*”

⁴ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 145,

⁵ http://pl.wikipedia.org/wiki/Zasada_Pareto - *Zasada Pareta (Zasada 80/20 lub 80 na 20) - zasada opisująca wiele zjawisk, w których 20% badanych obiektów związanych jest z 80% pewnych zasobów. Nazwa pochodzi od nazwiska włoskiego socjologa i ekonomisty Vilfredo Pareto, który na podstawie analizy danych statystycznych dochodów ludności we Włoszech w 1897 roku stwierdził, że 20% mieszkańców Włoch jest w posiadaniu 80% majątku w kraju. Nazwy Zasada Pareta użył dla opisu większej ilości zjawisk w 1941 roku Joseph Juran w swoich badaniach nad jakością, zauważając, że 80% problemów jest powodowanych przez 20% przyczyn. Na przełomie XX i XXI wieku Richard Koch wydał kilka książek dotyczących zasady Pareta i jej zastosowań w różnych dziedzinach życia. Uznał on m.in teorię ewolucji za szczególny przykład tej zasady.*

egoizmu. Chcą być traktowani jako cel sam w sobie, a niejako środek służący gratyfikacji czyjejs próżności."⁶

Obowiązkiem lidera - przywódcy jest służyć pomocą tym, którzy z nim pracują, a tym samym winien im jest dać pełną szansę powodzenia:

- Znakomitą atmosferę pracy: pozytywną, ciepłą, otwartą, twórczą i zachęcającą do działania.
- Odpowiednie narzędzia pracy. Nie należy zatrudniać znakomitych ludzi do wspaniałej pracy, dając im kiepskie narzędzia.
- Program stałego podnoszenia kwalifikacji. Rozwijający się pracownicy budują rozwijające się firmy.
- Znakomitych ludzi, dla których będą pracować. Musi powstać kolektyw. Punktem wyjścia jest poczucie wspólnoty. Wspólna praca prowadzi do sukcesu.
- Przekonującą wizję i perspektywę. Ludziom należy pozwolić pracować nad czymś większym niż oni sami.

Praca z wybitnym przywódcą, to wielkie szczęście i szansa życiowa. Wielcy przywódcy ulepszają swych podwładnych, pomagają im osiągać znacznie więcej, niż mogliby zdobyć pracując samodzielnie lub pod kiepskim przewodnictwem. Pierwsze pytanie przywódcy brzmi: „Jak mogę pomóc swemu otoczeniu na drodze do sukcesu?” Znalezienie odpowiedzi na nie i wprowadzenie jej w życie - to zwycięstwo wszystkich zainteresowanych!⁷

Ludzie, jeśli mają przywódcę, który dostrzega ich wartości, pomagają się rozwijać, doskonalić i zwiększać swoją efektywność. Najważniejszym zadaniem lidera jest pozyskiwanie i utrzymywanie przy sobie wartościowych ludzi. Jeśli chce się odnosić sukcesy jako lider, należy wychowywać innych liderów i stworzyć zespół. Przywódca ma zmysł działania, potrzebuje jednak innych przywódców, którzy pomogą mu go urzeczywistnić. Wielcy liderzy tworzą nowych liderów. Skala sukcesu lidera zależy od ludzi z jego najbliższego otoczenia.⁸

Kształtowanie ludzi wymaga czasu. Andrew Carnegie w wywiadzie stwierdził, że: „*ludzi obrabia się podobnie jak złotoosną skalę: aby pozyskać jedną uncję kruszcu, trzeba przerzucić tony kamienia.*” Natomiast Robert-Hatia: „*Jest coś znacznie rzadszego i bardziej unikalnego niż zdolności. Jest to umiejętność ich rozpoznawania.*”

⁶ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 157,

⁷ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 158,

⁸ Jon C. Maxwell, *Tworzyć Liderów, Jak Wprowadzać Innych Na Drogę Sukcesu*, s. 10-11,

Firmy, które sobie dobrze radzą, mają przywódców dobrze radzących sobie z ludźmi. Dave E. Smalley opisuje w książce *Floorcraft*, jak Andrew Carnegie zdecydował się płacić Charlesowi Schwabowi milion dolarów rocznie za to tylko, że umiał postępować z personelem. Carnegie miał wówczas wielu ludzi znających swój fach i doświadczonych, brakowało im jednak zasadniczej ludzkiej cechy, jaką jest zdolność pozyskiwania innych do współpracy i wydobywania z pracowników tego, co najcenniejsze. Większość szefów wielkich korporacji, na pytanie o najważniejszą cechę odpowiedzialnego przywódcy, odpowiada Jednocześnie: „*Umiejętność postępowania z ludźmi*”. Teddy Roosevelt powiedział: „*Najważniejszym składnikiem formuły sukcesu jest wiedza o współżyciu z ludźmi*”. John Rockefeller - twórca gigantycznych korporacji - oświadczył, że gotów jest płacić za umiejętność kierowania ludźmi więcej niż za jakąkolwiek inną kwalifikację. W Centrum Twórczego Przywództwa w Greensboro, w Karolinie Północnej, przebadano 105 dyrektorów odnoszących sukcesy w karierze zawodowej; stwierdzono, co następuje:

- Przyznawali się do błędów i akceptowali ich konsekwencje; nie usiłowali obarczać winą innych osób.
 - Potrafili radzić sobie z wielką różnorodnością różnego typu ludzi.
 - Prezentowali wybitne umiejętności w zakresie stosunków interpersonalnych oraz wrażliwość i takt w kontaktach z ludźmi.
 - Charakteryzował ich spokój i pewność siebie; nie przejawiali zmienności nastrojów.
- Badano też osoby, którym nie wiodło się na stanowiskach kierowniczych. Zaobserwowano u nich: niewrażliwość, skłonność do ubliżania, złośliwość, dystans i nieprzewidywalność zachowań. Największą ich wadą był brak wrażliwości w stosunku do drugiego człowieka.⁹

Generalnie zmiany w umysłach ludzkich powstają na drodze obserwacji i naśladowania, a nie w wyniku słownej argumentacji. Ludzie robią to, co widzą. Szybkość przywódcy determinuje szybkość jego podwładnych, którzy nigdy nie posuną się dalej niż on sam.

Aby móc kształtować ludzi, trzeba się wpiąć o nich zatroszczyć. Wielu liderów wymaga od ludzi zaangażowania, nie okazując im odpowiedniego zainteresowania i troski. Błędy menedżerów na stanowiskach kierowniczych polegają na tym, że codziennie okradają swych podwładnych z tego, co im się należy: zaspokojenia potrzeby szacunku

⁹ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 159,

i uznania, przeważnie nie zdając sobie z tego sprawy, a przecież ludzie stanowią najcenniejszy kapitał każdej firmy, bez względu na to, czy zajmuje się ona produkcją dóbr przeznaczonych do sprzedaży, sprzedaje dobra wyprodukowane gdzie indziej, czy też oferuje usługi niematerialne. Ludzie realizują pomyślnie lub niepomyślnie każdy plan skonstruowany na szczeblu kierowniczym. Według Williama J.H. Boetckera pracownicy dzielą się na cztery grupy:

1. Tych, którzy zawsze robią mniej, niż im się każe.
2. Tych, którzy robią to, co im się każe, i nic ponadto.
3. Tych, którzy pracują bez potrzeby nadzoru.
4. Tych, którzy inspirują innych do pracy.¹⁰

Ralph Waldo Emerson powiedział: „Ufaj ludziom, a będą ci wierni; bądź dla nich wielkoduszny i wspaniałomyślny, a staną się wielcy i wspaniali”, zaś chińska sekwencja dobrego przywództwa wyraża się w słowach: *Idź do ludzi. Żyj z nimi. Ucz się od nich. Kochaj ich. Zaczynaj od tego, co wiedzą. Buduj na tym, co mają. Lecz o najlepszych przywódcach, gdy ich cel został osiągnięty, ich dzieło spełnione, ludzie będą mówić: „My sami to zrobiliśmy”.*

Koncepcję kształtowania kapitału ludzkiego uzyskać można przez zapewnienie im możliwości rozwoju. I tak za Edwinem Markhamem należało by powiedzieć: *„Żadne ludzkie plany nie są warte zachodu, jeśli nie budują człowieka; póki tego nie widzimy, jesteśmy ślepi.”*¹¹

¹⁰ Por. Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 161-166,

¹¹ Jon C. Maxwell, *Tworzyć Liderów, Jak Wprowadzać Innych Na Drogę Sukcesu*, s. 31,

1.2. Wizja – Podstawowy Atrybut Lidera

Kluczem do zrozumienia zjawiska przywództwa jest wizja. Gdy nie ma wizji, życie zaczyna przypominać loterię. Liderzy posiadający wizję, widzą więcej i dalej niż inni. Wielcy przywódcy mają imperia w swych umysłach.

Wyobraźnia jest jednym z najpotężniejszych atrybutów człowieka. Jest fabryką marzeń. Przywódcy mają czas na marzenia - specjalnie zarezerwowany, czas poświęcony wielkim snom. Tragedią dnia dzisiejszego jest to, że zabijamy w naszych dzieciach zdolność marzenia, zmuszając je do przedwczesnego dojrzwania. Prawdziwi przywódcy nigdy nie utracili dziecięcej zdolności do snucia marzeń. Wspomniała kobieta, Helen Kelner, która była głucha i niewidoma - powiedziała: „*Największym nieszczęściem człowieka jest mieć wzrok i nie mieć żadnej wizji*”. Słabe oczy ograniczają nasze widzenie, lecz słaba wizja ogranicza nasze działania. Wizja jest zawsze motorem dynamicznego przywództwa.¹²

Nic tak nie podnieca i nie motywuje ludzi, jak wizja osiągnięcia czegoś szczególnego. Przywództwo jest tą specjalną i wyjątkową zdolnością wpływania na ludzi w sposób pobudzający ich do osiągania pożytecznych celów i wychodzenia naprzeciw interesom grupy. Przywódca:

- Wie, co robić dalej;
- Wie, dlaczego jest to ważne; oraz
- Wie, jak wykorzystać odpowiednie środki do zaspokojenia aktualnej potrzeby.

Silne przywództwo oparte na wizji, połączone z modlitwą i wiarą, stanowi kombinację prawie nie do pobicia. Brak jasnej wizji znacznie umniejsza rezultaty przywództwa. Wizja reprezentowana przez przywódcę powinna być jasna i zwięźle wyrażona.

Niemal wszystko, co robi lider, zależy od tego, jaką ma wizję. Jeśli wizja ta jest skromna, podobne będą jego i jego zwolenników osiągnięcia. Pewien wysoki rangą francuski polityk, który rozumiał tę zasadę, wyraził ją, zwracając się do Winstona Churchilla: „*Jeśli dokonuje Pan wielkich rzeczy, przyciąga Pan wielkich ludzi. Jeśli robi Pan małe rzeczy, przyciąga Pan małych ludzi. Mali ludzie zazwyczaj sprawiają kłopoty*”. Twórcza wizja przyciąga zwycięzców. Ludzie zbyt często ograniczają swoje możliwości. Myślą na małą skalę. Obawiają się ryzyka. Ludzie, którzy nie chcą wyteńczyć sił, nie urosną. Jak mówi pisarz Henry Drummond:

¹² Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, s. 12,

„Dopóki człowiek nie bierze na siebie więcej, niż - jak sądzi - zdoła dokonać, nie zrobi wszystkiego, co rzeczywiście jest w jego mocy”. Kiedy lider ma już wizję swego dzieła, musi stworzyć zespół, który ją zrealizuje. Gdzie może znaleźć zwycięzców? Nie jest to łatwe. Tak naprawdę najczęściej zwycięzców należy stworzyć, a nie znaleźć.¹³

Większość z nas ma ogromne potencjały, które nie zostały nigdy rozwinięte tylko dlatego, że nie rozpoznaliśmy ich lub okoliczności życiowe nie wymagały tego od nas. Zawsze ośmielajmy się marzyć - nie tylko indywidualnie, lecz także na poziomie zespołowym. Warto rozbudzać wyobraźnię, gdyż ona pozwoli nam i osobom z nami współdziałającym zaowocować w przyszłości. Wizja to pełna świadomość tego, gdzie się jest, dokąd zmierza, w jaki sposób zamierza się tam dostać i co będzie się robić, gdy tam już się dojdzie. To sny na jawie o przyszłości. To widzenie wielkiego obrazu i osobiste malowanie jego części. Wizja to poczucie wyzwania, jakie stawia otaczający świat, i potrzeba wyciśnięcia na nim piętna siłą własnych idei, osobowości, zasobów i pragnień. Wizja musi być skoncentrowana. Gdy jest zbyt szeroka, ludzie będą w niej błądzić i zniechęcać się. Wizje niekonkretne są bezużyteczne. Muszą być jasne, zwięzłe wyrażone i skupione. Wizje mętne i niewyraźnie zdefiniowane prowadzą ludzi na manowce. Wizja powinna być osiągalna, lecz nie za cenę zbyt dużych ograniczeń. Musi być ona realistyczna, dostępna w osiągnięciu celu, w przeciwnym razie będzie ona zniechęcać i pozbawiać zapału.¹⁴ Wizje są zaraźliwe. Mogą czasem wydawać się głupie, wywierają jednak potężny wpływ na innych ludzi. Wizja jest jak buchające ognisko, wokół którego ludzie się gromadzą. Daje światło, energię, ciepło i poczucie jedności, wielu z nas woli jednak stać w cieniu, nie decydując się podejść i uczestniczyć w wizji. Świat potrzebuje wizjonerów, którzy odważą się inicjować ryzykowne przedsięwzięcia. Historia zna wiele takich postaci, dlatego jest nam teraz lepiej. Napoleon widział Włochy, a nie Alpy. Miał cel i wiedział, dokąd zmierza. Waszyngton widział najemników w Trenton. Człowiek mniejszego formatu widziałby pewnie rzekę Dela-ware skutą lodem. Większość widzi przeszkody; nieliczni widzą cele. Gdy przestaje się patrzeć w cel, zawsze widzi się przeszkody. Dla Izraelitów Goliat był „za duży, by go uderzyć”; dla małego Dawida - „za duży, by do niego nie trafić”.

¹³ Jon C. Maxwell, *Tworzyć Liderów, Jak Wprowadzać Innych Na Drogę Sukcesu*, s. 31-32,

¹⁴ Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, s. 13-15,

Wizja jest źródłem mocy. Rodzi ona entuzjazm będący ośrodkiem dynamicznej siły. To z kolei prowadzi do większej wydajności, której świadomość podnosi poczucie własnej wartości. Wizja wytwarza entuzjazm, którego moc dostarcza energii napędzającej każdą twórczą ideę. Wizje i marzenia trzeba stale podsycać, inaczej wygasną jak ogień bez paliwa. Wizją trzeba żyć z dnia na dzień; musi ona stać się częścią siebie. Każdego dnia trzeba do niej wracać i przeżywać ją od nowa. Wizje odbudowują się w warunkach spokoju, a giną w zamęcie i atmosferze pośpiechu. Właściwością wielkiego lidera jest nie tylko zdolność posiadania wizji, lecz także jej artykułowanie w sposób pozwalający ludziom rozumieć ją i uczestniczyć w jej realizacji. Nie należy zazdrośnie strzec wizji i chronić zawartej w niej perspektywy. Wizją, która ma oddziaływać, trzeba się podzielić. Wizja jest fundamentem sukcesu. Wylania cele, które sobie stawiamy i które stają się czynnikami motywującymi, nie pozwalającymi spocząć na laurach. Świadomość celów pozwala przewycięzać trudności i porażki. Stawianie i osiąganie realistycznych celów prowadzi do satysfakcji i poczucia sukcesu. Wytyczanie celów pomaga w stałym precyzowaniu i konkretyzowaniu wizji. Henry Kaiser powiedział: *„Określ, czego najbardziej w życiu pragniesz, wypisz środki, jakimi chcesz to osiągnąć, i nie pozwól, by cokolwiek odwiodło cię od dążenia do celu”*. Sposobności nigdy nie przychodzą do tych, którzy czekają; wykorzystują je ci, którzy ośmielają się atakować. Jedyna różnica między „marzycielem” i „stawiającym cele” polega na dodawaniu do marzeń terminów ich realizacji. *„Tragedią życia ludzkiego nie jest śmierć, lecz to, co umiera w człowieku za życia” – Albert Schweitzer.*¹⁵

Skąd ta ogromna presja w kierunku formułowania celów? Ma ona dwie przyczyny. Po pierwsze, wizja jest czymś konkretnym i sugestywnym - swoistym manifestem instytucji. W warunkach konkurencyjnego rynku pełni funkcję ważnej deklaracji wyróżniającej się w chórze syrenich głosów walczących o klientelę. Jest więc prawdziwym symbolem istnienia. Po drugie, wizja staje się nowym narzędziem kierowania, zastępującym 1000-stronicową instrukcję - nieporęczną i ograniczającą inicjatywę. W dobie totalnej decentralizacji stającej się nieodzownym warunkiem przetrwania, wizja jest ośrodkiem skupiającym zbiorową uwagę.

Czy wizja kreuje przywódcę, czy też przywódca tworzy wizję? Otóż najprawdopodobniej wizja jest najpierw. Ludzie robią to, co widzą. Badania na uniwersytecie w Stanford pokazały, że 89% wiedzy przyswajamy wzrokowo, 10%

¹⁵ Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, s. 15-34,

- słuchowo, a tylko 1% przy pomocy pozostałych zmysłów. Innymi słowy, rozwój człowieka zależy od stymulacji wzrokowej.¹⁶

Ludzie nie pójdą za samym pomysłem. Pójdą za przywódcą, który ma pomysł i który potrafi się z nimi skutecznie porozumieć. Wynika stąd, że wizja może kreować przywódcę, aczkolwiek musi on wziąć odpowiedzialność za jej urzeczywistnienie, jeśli ma ona się rozwijać i zyskiwać zwolenników. Przywódca nigdy nie zaprowadzi swych ludzi dalej niż do punktu, który sam osiągnął. Każdy dobry przywódca zadaje sobie trzy pytania: Co inni ludzie widzą? Dlaczego widzą tak a nie inaczej? Jak mógłbym zmienić ich percepcję?

Temperatura instytucji, odzwierciedla temperaturę przywódcy. Dlatego ogniskiem wizji jest osoba przywódcy. Jaki lider, tacy podwładni. Ludzie najpierw znajdują przywódcę a potem wizję. Liderzy wpierw mają wizję, a później angażują ludzi. Theodore Hesburgh powiedział: „*Istotą przywództwa jest posiadanie wizji*”. Musi to być wizja dająca się jasno i mocno wyartykułować przy każdej okazji. Niejasne sformułowania są objawem braku własnej wizji lub podpierania się cudzymi pomysłami. Każdy, kto znalazł wizję w sobie i jest jej autorem, potrafi ją jasno i przekonująco przedstawić. Nie należy mylić ludzi mających konkretne wizje z nawiedzonymi marzycielami.

- Osoba z wizją dużo robi i niewiele mówi.
- Nawiedzony marzyciel robi bardzo niewiele, za to mówi dużo.
- Osoba z wizją czerpie siłę z wewnętrznych przekonań.
- Nawiedzony marzyciel czerpie siłę z warunków zewnętrznych.
- Osoba z wizją kontynuuje, gdy powstaną problemy.
- Nawiedzony marzyciel wycofuje się, gdy tylko droga zaczyna być trudna.

Thomas Edison sprzedawał gazety w pociągach. Andrew Carnegie za swoją pierwszą pracę otrzymywał 4 dolary miesięcznie, John D. Rockefeller - 6 dolarów tygodniowo. Nie jest ważne, że Abraham Lincoln urodził się w drewnianej chałupie; istotne jest, jak się z niej wydostał. Demostenes, największy mówca starożytności, był jąkałą! Podczas swego pierwszego publicznego wystąpienia został wyśmiany. Juliusz Cezar był epileptykiem. Napoleon pochodził z biednej rodziny i nie był wcale urodzonym geniuszem (w Akademii Wojskowej był na czterdziestym szóstym miejscu w klasie złożonej z sześćdziesięciu pięciu adeptów). Beethoven był głuchy, podobnie jak

¹⁶ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 169,

Thomas Edison. Charles Dickens był chromy, podobnie jak Haendel. Homer był ślepy; Platon - garbaty; Sir Walter Scott - sparaliżowany. Skąd ci wielcy ludzie czerpali siłę potrzebną do przewycięzania przeciwności losu. Wielkie wizje zaczynają się od „pracy wewnętrznej”, Napoleon Hill powiedział: „*Pielegnuj swe wizje i marzenia, one są bowiem dziećmi duszy twojej; z nich wyrastają twoje osiągnięcia*”.¹⁷

Jedna z najwspanialszych zasad, mówiąca o pokonaniu niepowodzeń mówi, że nie możesz pozwolić niepowodzeniom, by cię pokonały. Poniżej znajduje się lista porażek pewnego mężczyzny. Chronologia jego życia jest niewątpliwym dowodem na to, że nie trzeba wstydić się porażek - jedynie poddanie się przynosi wstyd.

1831 - porażka w biznesie;

1832 - niepowodzenie jako współtwórca prawa stanowego;

1833 - następna porażka w biznesie;

1834 - wybrany na stanowisko członka ciała ustawodawczego stanu;

1835 - umiera ukochana osoba;

1836 - załamanie nerwowe;

1838 - porażka na stanowisku mówcy;

1840 - porażka na stanowisku wyborcy;

1843 - porażka w Kongresie;

1846 - wybrany do Kongresu;

1848 - porażka w Kongresie;

1855 - porażka w senacie;

1856 - porażka na stanowisku wiceprezydenta;

1858 - porażka w senacie.

Kim był ten "nieudacznik", który ponosił porażkę za porażką? Jest to mężczyzna, który w 1860 r. został wybrany na prezydenta Stanów Zjednoczonych - Abraham Lincoln. Nie pozwolił, by niepowodzenia pokonały go. Jego osobista wizja była tak silna, że pozwalała mu wytrwać przez lata, gdy wcielał ją w życie. Lincoln zrozumiał, że ucieczka nie jest wyjściem i że jego życiowe osiągnięcia są rezultatem wytrwałości. Wszyscy możemy wiele nauczyć się patrząc na osobę Abraham H Lincolna. To właśnie wizja stanowi o sile lidera, który ją posiada. Jeżeli stawiamy czoła niepowodzeniom w naszym życiu, bez wątplenia doświadczymy zarówno radości jak i smutku, zwycięstwa jak i porażki. Silna wizja pozwala nam na przewycięzanie przeciwności, ponieważ możemy "widzieć" pełen

¹⁷ Zob. Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 173-175,

obraz i wiedzieć, czy cena warta końcowych rezultatów. Aby wizja trwała, musi być głęboka, Jeżeli wizja jest wystarczająco potężna, będzie trwała przez pokolenia.¹⁸

1.3. Postawa Lidera

Temat postawy jest na tyle ważny dla potencjalnych liderów, że warto poświęcić mu choć kilka stron niniejszej pracy. W tym miejscu należy przywołać kilka myśli podstawowych. Norman Vincent Peale słusznie zauważył, że pozytywne myślenie jest sposobem postrzegania problemu, entuzjazm natomiast - sposobem jego odczuwania.¹⁹ Te dwa czynniki decydują o sposobie działania.

Gdyby można było zrobić cokolwiek dla ludzi, to warto pomóc im zmienić nie tyle same problemy, co perspektywę ich widzenia. Pozytywne myślenie nie zawsze zmienia okoliczności, w których się znajdujemy, zawsze natomiast zmienia nas samych. Gdy potrafimy poprawnie myśleć w trudnych sytuacjach, lepiej radzimy sobie z życiowymi problemami. Zatem postawa jest ważniejsza niż fakty, niż przeszłość, wykształcenie, pieniądze, okoliczności, niepowodzenia i sukcesy; ważniejsza niż wszystko to, co ludzie myślą, mówią i robią. Jest ważniejsza niż wygląd, zdolności i umiejętności. Postawa może stworzyć i zniszczyć przedsiębiorstwo, kościół, dom. Znamienne jest to, że codziennie mamy możliwość wyboru postawy. Nie możemy zmienić przeszłości. Nie mamy wpływu na to, że ludzie będą zachowywać się w określony sposób. Nie zmienimy też rzeczy nieuniknionych. To od nas zależy, w jaki sposób będziemy reagować na otaczającą nas rzeczywistość i jaka będzie nasza postawa. Dotyczy to każdego człowieka - jesteśmy odpowiedzialni za swoje postawy. Postawa nie tylko stanowi klucz do życia własnego, lecz także decyduje o oddziaływaniu na innych. Biblia naucza, aby miłować ludzi jak siebie samego. Oznacza to, że najpierw trzeba uwierzyć w siebie, aby móc miłować innych i wierzyć w nich. Swoje życie należy wypełnić pozytywnymi myślami i wyobrażeniami, oraz niezmiernie ważną kwestią jest to, by przebywać w otoczeniu właściwych ludzi. W Starym Testamencie napisano: „*Żelazo ostrzy żelazo, tak jak człowiek kształtuje drugiego człowieka*”. Otaczanie się właściwymi ludźmi, powala właściwie ukształtować postawę.²⁰

¹⁸ Charles Lever, *Jeżeli Nie Możesz Pokonać Muru, Zbuduj Drzwi!*, s. 47-62,

¹⁹ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 107,

²⁰ Dexter Yager, Ron Ball, *Wszystkiego co wiem będąc na szczycie nauczyłem się na dole*, s. 41-45,

Przywództwo dotyczy bardziej dyspozycji niż pozycji. Dyspozycja przywódcy ma znaczenie, ponieważ wywiera wpływ na sposób myślenia i odczuwania podwładnych. Wielcy przywódcy rozumieją, w jaki sposób właściwa postawa kształtuje właściwą atmosferę, a ta z kolei zapewnia pożądane ludzkie reakcje. Postawa lidera stanowi najcenniejszy kapitał ludzki. Sama postawa jednak nie wystarczy, by zostać wybitnym przywódcą, z drugiej strony jednak bez właściwych postaw nie da się uruchomić pełni potencjalnych możliwości jednostki. Postawy są tym „czymś”, co pozwala wybić się ponad innych. Walt Emerson powiedział: „*To, co jest za nami, i to, co jest przed nami, jest niczym w porównaniu z tym, co jest wewnątrz nas*”.²¹ Kształtowanie psychologicznej strony pozytywnego programowania naszego ducha pomaga uzewnętrznić pozytywną postawę na zewnątrz, by promieniować pewnością siebie i wiarą we własne siły. Pewność siebie to reakcja na pozytywne programowanie. Wiara w siebie oznacza, że zna się swoją wartość, i nie trzeba o tym nikogo przekonywać. Ludzie, którzy ufają we własne siły, są atrakcyjni dla większości z nas, gdyż dzięki nim mamy lepsze samopoczucie. Można wykazać kilka zasad, które mogą pomóc w procesie pozytywnego programowania:

1. Wiara w siebie.
2. Witac się z ludźmi jako pierwszy.
3. Zawierać znajomości we właściwy sposób.
4. W rozmowach z nowo poznanymi ludźmi używać ich imienia.
5. Być wobec innych życzliwym i taktownym.
6. Nie szczędzić ludziom pochwał.
7. Mówić, wyglądać i zachowywać się jak człowiek, który wierzy w siebie.

Wygląd człowieka pewnego siebie to przede wszystkim zadbana, miła powierzchowność i staranne ubranie. Któż nie czuje się pewniej, gdy wie, że prezentuje się bardzo dobrze? Zachowanie człowieka wierzącego w siebie to sprawowanie kontroli nad własnym życiem i własnymi działaniami. Stosując odpowiedni język ciała, poprzez postawę zawsze wyprostowaną, z uniesioną głową i ściągniętymi łopatkami. Nie musi w ogóle się odzywać, wystarczy to, co mówi jego ciało.²²

Kiedy mamy do siebie stosunek pozytywny, ludzie stają się dla nas bardziej mili. Kiedy nienawidzimy siebie, nienawidzimy każdego. Kiedy Kochamy samych siebie, cały świat staje się bardziej życzliwy. Wizerunek własny jest schematem

²¹ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 122,

²² David P. Schloss, *Niemożliwe jest możliwe*, s. 39-43,

ustalającym, jak będziemy się zachowywać, z kim się będziemy się spotykać, czego/kogo będziemy unikać; każda nasza myśl i czyn wywodzi się z tego, jak widzimy samych siebie. Nasze wyobrażenie o nas samych zabarwione jest naszymi doświadczeniami, zwycięstwami i porażkami, minionymi myślami o nas samych oraz o tym, jak inni ludzie na nas reagowali. Przyjmując takie wyobrażenie jako fakt, dalej żyjemy wewnątrz ram tego obrazu. Toteż nasz wizerunek własny decyduje o tym, jak bardzo lubimy ten świat i jak bardzo lubimy w nim żyć, a dokładniej - ile osiągniemy w życiu. Jesteśmy tacy, jacy myślimy, że jesteśmy. Właśnie, dlatego doktor Maxwell Malto: napisał: „*Celem każdej psychoterapii jest zmiana wyobrażenia o samym sobie*”.²³ Pierwszym krokiem ku radykalnej poprawie naszych wyników jest zmiana sposobu, w jaki o sobie myślimy i mówimy. Tępy uczeń może się stać prymusem, kiedy tylko zmieni wyobrażenie o swoich możliwościach. Dopóki człowiek postrzega siebie jako biedaka, dopóty pozostanie biedakiem. Jeśli ktoś postrzegał siebie jako magnata finansowego, stanie się bogaty. Wizerunek własny jest jak termostat, a człowiek winien tylko ustawiać swoją postawę na podziałce tegoż termostatu. To my sami tworzymy naszą własną jakość życia. Decydujemy o naszym wizerunku własnym o naszej własnej wartości i o tym, jak wiele szczęścia się spodziewać. Wizerunek własny decyduje o naszym nastawieniu, czyli o tym, co zamierzamy o sobie myśleć. Pozytywny wizerunek własny koncentruje się na komplementach skierowanych pod swoim adresem. Jednocześnie należy pamiętać o pracy nad doskonaleniem siebie. Patrząc na innych, możemy kształtować nasz własny wizerunek. Ludzie ze zdrowym wizerunkiem własnym domagają się szacunku od otoczenia. Sami traktując się dobrze, pokazują innym, jak powinni być traktowani. Ludzie traktują nas tak, jak my traktujemy siebie. Ci, z którymi mamy do czynienia, szybko wyczuwają, czy żywimy do siebie szacunek. Jeśli będziemy siebie traktować z szacunkiem, oni będą postępować podobnie. Natomiast negatywny wizerunek własny podpowiada: „Ja na to nie zasługuję”. To prowadzi do wykształcenia osobowości podświadomie sabotującej własne szczęście. Każdy z nas musi nieustannie pracować nad utrzymaniem pozytywnego i zdrowego wizerunku własnego. Oto kilka rad, jak możemy radykalnie polepszyć nasze wewnętrzne samopoczucie:

1. Przyjmować komplementy - odpowiadać na nie: „dziękuję”.

²³ Andrew Matthews, *Bądź Szczęśliwy*, s. 17,

2. Obdarowywać innych komplementami - jeden z najłatwiejszych sposobów, aby dobrze pomyśleć o sobie, to uznać wartość innych.
3. Zawsze mówić dobrze o sobie – w przeciwnym razie, lepiej nic nie mówić!
4. Chwalić siebie – warto przy nadarzającej się okazji zrobienia czegoś pozytywnego poklepać się po ramieniu i docenić swoją wartość.
5. Oddzielić swoje zachowanie od siebie samego – tj. przyjąć do wiadomości, że nasze zachowanie nie jest związane z naszą wartością. Jeśli zrobi się jakieś głupstwo lub popełni błąd, to nie znaczy, że jest się złym (*Trzeba kochać grzesznika, a nienawidzić grzech*).
6. Dobrze traktować swoje ciało - nie mamy innego. To, co robimy, zawsze ma wpływ na wszystko inne.
7. Niech ludzie wiedzą, jak chcemy być przez nich traktowani - nikt nie powinien się zgadzać na to, aby go obrażano.
8. Obcować w towarzystwie dobrych ludzi.
9. Należy pracować z przyjemnością, bez poczucia winy.
10. Używać pozytywnych afirmacji.
11. Czytać książki, które inspirują i wzbogacają duchowo.
12. Wyobrażać sobie takiego, jakim się chce być. Pomoże to w sposób automatyczny ukierunkować pozytywne myśli.²⁴ Najważniejsze, aby robić wszystko, by pielęgnować pozytywne myśli. Niemal każdy człowiek bywa chwilami pozytywnie nastawiony, ale tylko nieliczni potrafią zachować takie nastawienie wystarczająco długo, by osiągnąć w życiu swoje cele. Istnieją dwie tego przyczyny. Po pierwsze, większość ludzi z natury przyjmuje postawę negatywną. Po drugie, zamiast wyznaczać cele, żywią tylko pobożne życzenia. Cele to swoiste mapy drogowe prowadzące do sukcesu i bez tych map ludzie błądzą. Ludzie idą po linii najmniejszego oporu, zarówno pod względem psychicznym, jak i fizycznym. O wiele łatwiej leżeć w domu na kanapie, niż zrobić to, co jest konieczne, by odnieść w życiu zwycięstwo. Łatwiej jest również myśleć negatywnie niż pozytywnie. Negatywizm jest chorobą, i to, na nieszczęście, zaraźliwą. Wszędzie go pełno. Stwierdzenia: „nie potrafię” i „to niemożliwe” stworzyliśmy sami. Jedyne prawdziwe ograniczenia, które można napotykać w swoim życiu, pochodzą od nas samych.²⁵

²⁴ Andrew Matthews, *Bądź Szczęśliwy*, s. 18-24,

²⁵ David P. Schloss, *Niemożliwe jest możliwe*, s.26-27,

Gdy pada słowo „postawa”, większość ludzi myśli w kategoriach pozytywnych i negatywnych postaw umysłowych. Definicję „pozytywnego myślenia” można sprowadzić do słów: „chodzi o to, żeby czuć się naprawdę dobrze wtedy, gdy czuje się bardzo źle”. Sposób myślenia determinuje, kim się stajemy. Pozytywna postawa daje pozytywne efekty. Jedną z takich postaw jest entuzjazm. Elbert Hubbard powiedział: *„Bez entuzjazmu nigdy nie osiągnięto niczego wielkiego”*.²⁶ Różnica między dobrym kuzynem i wielkim kuzynem, dobrą matką i wspaniałą matką, dobrym mówcą i mówcą genialnym, a także dobrym i znakomitym sprzedawcą, polega właśnie na obecności czynnika entuzjazmu. Słowo „entuzjazm” jest pochodzenia greckiego, przy czym słowa *en theos* oznaczają po prostu *„Boga wewnętrznego”*. Zewnętrznie oznacza to siłę przekonań, oddanie sprawie, wiarę w sens działania, firmę, produkt, etc. Prawdziwy entuzjazm nie jest grą ani pozą; płynie on ze źródeł i zasobów wewnętrznych. Autentycznego entuzjazmu nie można prezentować lub nie, w zależności od potrzeb i okoliczności, jest on bowiem sposobem życia, a nie narzędziem używanym do wywierania wpływów.

Sławny amerykański biznesmen i pisarz D. Conway Stone powiedział: *„Jest pewna mała różnica pomiędzy ludźmi, ale ta mała różnica zamienia się w dużą różnicę. Ta mała różnica to postawa. Duża różnica polega na tym, czy ta postawa jest pozytywna, czy negatywna”*.²⁷

Właściwa postawa wewnętrzna w momencie podejmowania przedsięwzięcia jest decydującym czynnikiem sukcesu. Krótko mówiąc, postawa jest ważniejsza niż umiejętności. Badania przeprowadzone na Uniwersytecie Harvarda pokazały, iż sukcesy, osiągnięcia, awanse, itp. wynikają w 85% z postaw, a tylko 15% z doskonałości technicznej. Analiza ta nie uwzględnia czynników szczęścia i zadowolenia.²⁸

Według opinii ojca amerykańskiej psychologii, Williama Jamesa, najważniejszym odkryciem naszych czasów jest myśl: *„Możemy zmieniać nasze życie, zmieniając postawy życiowe”*. W języku potocznym oznacza to, że nie jesteśmy skazani na postawy, które obecnie prezentujemy. Fascynujące zagadnienie postaw ma wiele aspektów. Jeden z nich dotyczy optymizmu. Jak można zdefiniować tę cenną właściwość? Można to zrobić na wiele sposobów, np.: pesymista mówi: *„Uwierzę, kiedy*

²⁶ Zig Zigar, *Do Zobaczenia Na Szczycie*, s.227,

²⁷ Don King, *Dwunasty Punkt Kinga Przywództwo*, s. 12,

²⁸ Zig Zigar, *Do Zobaczenia Na Szczycie*, s.218-219,

zobaczę", optymista mówi: „*Zobaczę, kiedy uwierzę*” - Robert Schuller.²⁹ Optymiści podejmują działania - pesymiści podejmują tematy. Optymista spoglądający na szklankę do połowy napełnioną wodą postrzega szklankę w połowie pełną, pesymista natomiast widzi szklankę do połowy opróżnioną. Skąd bierze się ta różnica percepcji? Jest niemal uniwersalną prawidłowością, że ktoś, kto bierze od społeczeństwa, nie starając się dawać mu czegoś w zamian, jest pesymistą, a często też fatalistą, ponieważ boi się, że dla niego nie wystarczy. Osobę dającą z siebie wszystko i aktywnie wnoszącą wkład w dobro społeczne przepełnia optymizm i pewność, gdyż uczestniczy ona osobiście w wypracowywaniu rozwiązań ludzkich problemów. W życiu granica między sukcesem i klęską bywa bardzo cienka. Postawa jest tą „małą” rzeczą, z której wynikają wielkie różnice. Życie uczy, że często bardzo niepozorne szczegóły decydują o triumfie lub tragedii, sukcesie lub klęsce, zwycięstwie lub porażce. Szczęście bardzo blisko sąsiaduje z nieszczęściem, pomyslna sprzedaż z fiaskiem handlowym, mistrzostwo w sporcie ze zwykłym uczestnictwem.

Tak jak lustro odzwierciedla twarz człowieka, tak to, jakim jest on naprawdę widać po przyjaciółach, jakich wybiera. Przyjaciel powinien podbudowywać nasze morale w drodze do osiągnięcia celów. Również wybór współpracowników, winien być tak przeprowadzony by pomagali programować nasz umysłowy komputer w pozytywny sposób.

Sposób ubierania się jest świetnym kluczem do oceny, co dana osoba myśli o sobie. Luźne, pomięte ubranie sugeruje patrzącemu brak ambicji i ustalenia konstruktywnego celu. Osoba taka ma prawdopodobnie niezbyt wysokie zdanie o sobie. Prawdopodobnie większość takich przypadków jest podświadoma, ale współczesne analizy największych amerykańskich biznesmenów wskazują na to, że sposób ubierania się w znacznym stopniu daje świadectwo o człowieku. Należy jednak pamiętać, by noszone ubrania odpowiadały posturze i osobowości. Sposób ubioru jest sprawą osobistą, ale nie każdy styl jest odpowiedni dla każdego. Gdy prowadzi się rozmowę o interesach, wygląd musi świadczyć o tym, że jesteśmy biznesmenami.

Nastawienie jest następną przeszkodą w uzyskaniu dobrego obrazu własnego. Nastawienie "nie dam rady tego zrobić" natychmiast klasyfikuje człowieka jako osobę mającą negatywny obraz własny. Nastawienie bierze się z ukształtowania umysłu. Psycholodzy i teolodzy szybko zgodzą się z tym, że podświadomość lub serce w pełni kontroluje nasze działanie i czyny. Nastawienie jest składnikiem naszej osobowości. Z tego wypływa to, co lubimy lub nie w odniesieniu do ludzi i rzeczy. Nastawienie osoby stanowi o tym, czy będzie zdobywała sobie

²⁹ Tamże, s.220,

przyjaciół, czy też zostanie banitą. Ludzie nie lubią znajdować się w towarzystwie kogoś, kto ma negatywne nastawienie. W części dobry wizerunek własny bierze się ze zdrowego nastawienia do siebie i do swoich możliwości. Sukces jest nieodłączną cechą osoby, która mówi "ja mogę to zrobić", a następnie nie ma żadnych ubocznych myśli ani wątpliwości. Osoba z dobrym wizerunkiem własnym ciężko pracuje. Poważnie traktuje swoją pracę i wykonuje ją dobrze. Zawsze przejdzie dodatkowy kilometr, aby zapewnić sobie całkowitą satysfakcję. Ciężka praca jest wymaganiem dla osoby pragnącej odnosić sukcesy. Wagi dobrego wizerunku własnego nie sposób przecenić, gdyż pozwoli iść do przodu w chwili, gdy okoliczności powiedzą "Stop!".³⁰

Jaką postawę należałoby przyjąć chcąc stworzyć solidny fundament zachowań, by móc za pomocą postaw kontrolować okoliczności, nie pozwalając okolicznościom na kształtowanie naszych postaw. Umysł ludzki działa jak ogród. Jeśli posadzimy groch, nie wyhodujemy ziemniaków - o tym wie każdy. Sadzimy ziarno grochu nie po to, by otrzymać jedno ziarno grochu w zamian, lecz by zebrać wiele ziaren. Od zasadzenia do czasu zbioru ziarenka grochu ulegają zwielokrotnieniu. Podobnie rzecz się ma z naszym umysłem. Cokolwiek zasadzimy lub posiejemy, pojawi się później w zwielokrotnionej postaci. „Ziarna” negatywne i pozytywne „rozmnazają się” pod wpływem działania wyobraźni. W umyśle mamy dwóch doradców; obaj pracują pod naszym nadzorem. Jeden z nich zajmuje się pozytywnymi depozytami i „wypłatami”, drugi - negatywnymi. Z każdą transakcją związany jest wybór doradcy. Gdy przedstawia się jakiś problem negatywnemu doradcy, przypomina nam jak marnie sprawialiśmy się w przeszłości, i zacznie przewidywać niepowodzenia. Doradca pozytywny entuzjastycznie przypomni, jak wiele trudniejszych problemów można rozwiązać. Obaj doradcy mają rację, każdy na swój sposób. Konsultować powinno się wyłącznie z pozytywnym doradcą. Pozytywne myślenie, jak głosi od wielu lat dr Norman Vincent Peale, przynosi pozytywne rezultaty. Niestety, żyjemy w negatywnym środowisku, dlatego większość z nas oczekuje najgorszego i zwykle oczekiwania te spełniają się. Kto sieje negatywizm, zbiera jego żniwo. Cokolwiek wprowadza się do swego umysłu, staje się częścią nas. Twierdzenie – „Jeśli nie żyjesz zgodnie ze swymi przekonaniami, Twoje przekonania stają się zgodne z Twoim życiem”. Nie jest tylko zgrabną konstrukcją słowną. Każde podjęte działanie i każda myśl, którą dopuszczamy, mają znamienny wpływ na nasze życie. Systematycznie, codziennie napełniamy swoje żołądki, a jak często karmimy umysły mające nieograniczoną wartość i kryjące nieobliczalny potencjał szczęścia?

³⁰ Dexter R. Yager, *Nie Pozwól Nikomu Skraść Swych Marzeń*, s. 34-39,

Większość ludzi czyni to przypadkowo i okazjonalnie. Warto również zwrócić uwagę na pewną prawidłowość dotyczącą ludzi wszystkich profesji: prawników, lekarzy, handlowców, nauczycieli, trenerów, naukowców, artystów; osoby o szczytowych osiągnięciach oraz ci, którzy dążą do nich, regularnie korzystają z seminariów na własny koszt, czytają dobre książki i systematycznie słuchają motywujących nagrań. Ludzie tej kategorii świadomie szukają informacji i inspiracji, dzięki czemu stale się rozwijają. Dlaczego ludzie sukcesu mają pozytywne postawy? A może pozytywne postawy zapewniają ludziom sukcesy? Otóż pozytywne myślenie jest rezultatem świadomego karmienia umysłu dobrymi, czystymi, silnymi, pozytywnymi treściami w sposób regularny. Ludzie, którzy to praktykują, dbają o właściwą codzienną dietę umysłową w podobny sposób jak o dietę fizyczną. Wiedzą, że dostarczając odpowiedniej stawy części ciała powyżej szyi, nigdy nie będą mieli problemów z odżywieniem części pozostałej. Nie zaznają nigdy zmartwienia, jak zdobyć i utrzymać dach nad głową oraz zapewnić sobie bezpieczeństwo finansowe w podeszłym wieku. Wszystko, czego się uczymy, przyswajamy z udziałem świadomości. Jednak naprawdę dobrze wykonujemy czynności sterowane podświadomością. A zatem: coś, czego uczymy się świadomie, można przenieść do podświadomości i doprowadzić do perfekcji. Wszystko, co się robi perfekcyjnie, sterowane jest podświadomością. Dotyczy to również postawy. Możliwe jest przeniesienie do podświadomości pewnych reakcji wynikających z postawy. Można doprowadzić ten proces do stadium, w którym instynktownie będzie się reagowało pozytywnie zarówno na negatywne, jak i pozytywne sytuacje. Wymaga to jednak uporczywości, wysiłku i pracy, zanim zostanie osiągnięte. Pozytywna reakcja na dowolny bodziec staje się czymś w rodzaju działania odruchowego lub odruchu warunkowego.³¹

Głównym czynnikiem w procesie kształtowania postawy lidera, a zarazem wielkim sprzymierzeńcem i sojusznikiem jest - wytrwałość. Rzeczy wyjątkowe są dziełem wyjątkowych ludzi, a są oni wyjątkowi dzięki swojej postawie. Każdy może być wielkim człowiekiem, lecz najpierw musi rozwinąć tę wielkość w sobie. Każdy człowiek z osobna decyduje, czy chce mieć postawę zwycięzcy! Nikt nie rodzi się z określonym nastawieniem do życia. Do sukcesu i do porażki prowadzi ta sama droga, tylko, że do sukcesu jest nieco dalej. Stopień determinacji świadczy o tym, jak bardzo lider wierzy w siebie, swoje siły i zdolności. Walka o to, by zachować pozytywną postawę, trwa nieustannie. Trzeba w siebie

³¹ Zig Ziglar, *Do Zobaczenia Na Szczycie*, s.244-267,

uwierzyć, przestać mówić: „Nie uda mi się”, „Nie potrafię”, „To niemożliwe”. Wychwytywać wszystkie negatywne myśli i natychmiast zamieniać je w pozytywne. W przemianie negacji w pozytywy pomaga nam nasza siła, która pochodzi z wnętrza człowieka.³²

Postawa przywódcy jest naśladowana szybciej niż jego działania. Jeśli lider myśli, że jest pokonany, to jest. Jeśli myśli, że się nie ośmieli, to się nie ośmieli. Jeśli chciałby wygrać, lecz myśli, że nie może, jest niemal pewne, że przegra. Życiowe bitwy nie zawsze wygrywają ludzie silniejsi i szybsi, lecz prędzej czy później tym, który wygrywa, jest ten, który myśli, że może zwyciężyć. Życie jest pełne niespodzianek, a proces formowania postaw nigdy się nie kończy. Pesymista narzeka na wiatr. Optymista myśli, że uda mu się go zmienić. Przywódca ustawia żagle. Postawa to nie automat, trzeba nad nią pracować. Najwspanialszym dniem w naszym życiu będzie ten, w którym weźmiemy całkowitą odpowiedzialność za swoje postawy. To dzień osiągnięcia prawdziwej dojrzałości. Nie mamy wpływu na to, ile lat będziemy żyli, natomiast to, ile w nich będzie życia, zależy od nas. Nie mamy wpływu na piękno swej twarzy, lecz od nas zależy, jaki będzie miała wyraz. Nie możemy uniknąć trudnych momentów w życiu, możemy jednak uczynić je łatwiejszym. Nie możemy zmienić negatywnej atmosfery panującej na świecie, mamy jednakże wpływ na stan naszych umysłów. Zbyt często staramy się wybierać i kontrolować rzeczy, na które nie mamy wpływu. Zbyt rzadko wybieramy i kontrolujemy to, co jest w naszej mocy... swoją postawę. Znaczenie ma to, co dzieje się w nas, a nie to, co nam się przydarza. Warto przytoczyć pewną filozofię wyrażoną w następującym zdaniu: „Bóg decyduje o tym, przez co mamy przejść. Od nas zależy, jak to zrobimy”. Opisuje ono postawę Yiktora Frankla maltretowanego w hitlerowskim obozie koncentracyjnym. Jego słowa wypowiedziane do znęcającego się prześladowcy brzmiały: „*Jedyną rzeczą, której nie możesz mnie pozbawić, jest sposób, w jaki decyduję się reagować na to, co mi robisz. Ostatnią ludzką wolnością jest możliwość wyboru postawy w danych okolicznościach życiowych*”.³³

Jest niezwykle ważne, aby lider przejawiał ową wspaniałą postawę nie tylko dla zapewnienia sobie sukcesu, lecz również z korzyścią dla innych. Odpowiedzialność przywódcy należy zawsze postrzegać z perspektywy innych

³² David P. Schloss, *Niemożliwe jest możliwe*, s.30-32,

³³ Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, s. 130,

ludzi, nie tylko własnej. Piłka odbija się od ściany z dokładnie tą samą siłą, z którą została rzucona. Znamy fizyczną zasadę akcji i reakcji. Analogiczne prawo działa w sferze wpływów międzyludzkich, a jego efekty rosną wraz z oddziaływaniem przywódcy. Działanie przywódcy wywołuje reakcję zwielokrotnioną, proporcjonalną do liczby zwolenników. Na uśmiech odpowiada wiele uśmiechów. Agresja skierowana do ludzi powraca w spotęgowanym wymiarze. Postawa przywódcy wywiera znacznie większy wpływ niż jego konkretne działania. Postawa naśladowana jest przez innych nawet wówczas, gdy nie są akceptowane wynikające z niej działania. Postawę można wyrażać, nie mówiąc ani jednego słowa. Ludzie sukcesu zawsze myślą kategoriami „mogę”, „chcę”, „jestem”. Paul Meier powiedział: *„Postawy nie są niczym więcej niż nawykami myślowymi, a nawyki możemy kształtować. Powtarzające się działanie staje się zrealizowaną postawą”*.³⁴ Po pierwsze: należy uważać, co się mówi; czyta; słucha; z kim przebywa oraz jak i o co się modli. Pozytywna postawa może po pewnym czasie zastąpić postawę negatywną. Trzeba podkreślić, że bitwa ta nigdy się nie kończy, warta jest jednak naszych wysiłków. Im więcej negatywnych myśli wykorzeniamy, im bardziej ugruntowujemy pozytywne postawy, tym głębsze mamy poczucie wewnętrznej odnowy i osobistej satysfakcji. Proces kształtowania pozytywnych postaw i celowość przezwyciężania negatywnego myślenia można porównać do pielienia ogródka z chwastów. Ów chwasty są symbolem naszych złych nawyków i negatywnych myśli. Chcąc, by nasze życie było piękne i pożyteczne, a nasze poszukiwanie szczęścia pomyślne, powinniśmy stale plewić swój umysł.

Istotnym dodatkiem do właściwej postawy jest odpowiedni wysiłek. Lider zawsze podnosi poprzeczkę wyżej i wyżej, miesiąc po miesiącu. Jaką postawę powinien mieć lider realizujący swoje cele i pragnienia w marketingu wielopoziomowym? Na tak postawione pytanie, odpowiedzi możemy doszukiwać się w 11 punktach Dona Kinga, a mianowicie:

1. Lider służy ludziom. Jest zawsze pozytywnie nastawiony. Wzbudza zaufanie, wierzy w ludzi i staje się ich przyjacielem.
2. Lider jest człowiekiem akcji – daje przykład swojej grupie.
3. Jest skromny, ale stanowczy, ma wysoki poziom swojej wartości. Używa swego serca równie często jak rozumu.
4. Wyznacza sobie wysokie cele.
5. Lider jest lojalny.

³⁴ Tamże, s. 137,

6. Posiada wew. Siłę. Jest uczciwy i trzyma się określonych zasad.
7. Lider jest oddany swoim celom i marzeniom.
8. Jest nauczycielem i mentorem.
9. Lider kocha ludzi – umacnia więzi i buduje przyjaźń. Ma otwarty umysł.
10. Lider jest elastyczny i cierpliwy.
11. Podejmuje decyzje. Ma świadomość, że nawet zła decyzja jest lepsza, niż brak decyzji.³⁵

Lider swoją postawą emanuje w sposób niewerbalny, odrzucając wymówki i nie zważając na przeszkody - zwycięża. Natomiast, kiedy nauczy się wychowywać ludzi, może stać się wielkim, efektywnym przywódcą w budowaniu własnego biznesu w marketingu sieciowym.

³⁵ Don King, *Dwunasty Punkt Kinga Przywództwo*, s. 15-17,

Rozdział 2

Marketing Wielopoziomowy

W drugim rozdziale pragnę choć w małej części przybliżyć fenomen marketingu wielopoziomowego, który daje możliwość przejść przez życie nie jako przegrany lecz jako lider – zwycięzca. Czy MLM pozwala kształtować postawę, osobowość oraz czy wskazuje drogę do osiągnięcia sukcesu? A tak w ogóle co to jest MLM?

Marketing Wielopoziomowy inaczej MLM (*Multi-Level-Marketing*) obecnie jest jedną z najszybciej rozwijających się i niestety wciąż jeszcze najmniej zrozumiałych metod wprowadzania produktów na rynek. Jest niesamowitym wehikułem ekonomicznym 21-go wieku, dzięki któremu można uzyskać nieograniczone możliwości finansowe jak i możliwości kształtowania rozwoju osobowego. Funkcjonuje on dzięki tej samej „naturalnej strukturze”, jaka dodaje człowiekowi siłę, karmi i trzyma przy życiu. Dlatego też niepowtarzalna formuła tego przedsięwzięcia gospodarczego jest tak szczególna. Jest lustrzanym odbiciem samego życia. W marketingu wielopoziomowym – tak jak w życiu – zasada „sprzężenia zwrotnego” działa prosto i bezbłędnie. Sukces lub niepowodzenie jest bezpośrednim rezultatem własnych czynów. Siłę tegoż przedsięwzięcia można dostrzec przy strukturach wielopoziomowych, gdyż mamy do czynienia z układem partnerskim: „wygrał - wygrał”.

2.1. Rys Historyczny.

Pomimo, iż forma sprzedaży bezpośredniej ma w Ameryce długą tradycję (Encyklopedia Britannica North American - 1768, South Western Company - 1868, California Perfume Company -1886, której zmieniono nazwę w 1939 roku na Avon Products), to za jednego wielopoziomowego ojców marketingu wielopoziomowego można uznać młodego amerykańskiego uczonego Carla Rehnberg, który powiedział kiedyś, że „Zdrowie człowieka zależy nie od tego, co je, lecz od tego, czego nie je”. Właśnie Carl Rehnberg wynalazł pierwszy w świecie biologicznie aktywny dodatek do żywności, a ze swoich przyjaciół i znajomych uczynił pierwszych dystrybutorów – „Proponujcie te preparaty wszystkim waszym przyjaciołom - mówił, - a ja wypłacę Wam prowizję, jeżeli je sprzedacie. System zaczął pracować i w 1934 roku Carl Rehnberg założył pierwszą firmę, pracującą na zasadach marketingu wielopoziomowego. Po kilku latach dwóch pracowników, którzy odnosili sukcesy w tej firmie - Rich DeVos i Jay Van Andel stworzyło własną firmę „Amway”. Od tej chwili rozpoczął się szybki rozkwit marketingu wielopoziomowego, nikt nie posiadał jeszcze doświadczeń, ale wielu miało marzenia i wiarę w ich spełnienie.

Jednak nie brakowało przeciwników tego nowego zjawiska ekonomicznego. Od 1970 do 1979r. Federal Trade Commission (Amerykański Urząd Nadzoru Handlu) prowadził dochodzenie, czy wielopoziomowe systemy sprzedaży - Multi Level Marketing oraz Network Marketing - mają znamiona nielegalnego systemu piramidalnego. Wyrok zapadł na korzyść firmy Amway i jest dziś podstawą dla rozstrzygnięcia podstawowych różnic, występujących między cienką granicą, oddzielającą legalne, od nielegalnych systemów sprzedaży. I tak naprawdę globalny rozkwit tej branży nastąpił w roku 1979. W połowie lat 80-tych, wielkie amerykańskie koncerny network marketingowe, rozpoczęły intensywną ekspansję na cały świat. Ich polityka globalna rozpoczęła się od Kanady, poprzez kraje Ameryki Południowej, aż po Azję i Europę. Na starym kontynencie, jako punkt wyjścia i bazę niezbędną do dalszej rozbudowy, wybrano Wielką Brytanię.

W roku 1990 Amerykę dotknęła ciężka recesja, a wielu absolwentów uniwersytetów nie miało szans na rozpoczęcie pracy zawodowej. Doktor Charles King - absolwent Uniwersytetu w Harvardzie - wykładał w tym czasie marketing na Uniwersytecie Illinois Chicago. Starał się znaleźć alternatywną formę możliwości pracy dla

absolwentów swojego uniwersytetu pochylając się nad network marketingiem. Fakty, liczby i dane przemawiały za tym, aby skłonić dziekanat do wprowadzenia na uczelni nowego wydziału. Od roku 1992 network marketing stał się nowym kierunkiem studiów. Prym w USA wiodą uniwersytety Houston i Illinois. Przykładowo, plan nauczania kierunku network marketing na uniwersytecie Illinois Chicago składa się z 3 modułów: planowanie przedsiębiorstwa network marketingowego, dyskusja do realizacji planu, zarządzanie strukturą network marketingową i kilkutysięczną grupą osób.

Powstała więc, po pierwsze fachowo wykształcona ekipa menedżerów network marketingu, która wprowadzała do biznesu nowe grupy zawodowe takie jak lekarze, adwokaci czy członkowie zarządów dużych korporacji. Po drugie, inne uniwersytety zaczęły traktować network marketing, jako prawidłową formę sprzedaży i zaczęły wprowadzać go jako kierunek studiów. Po trzecie, prasa i społeczeństwo zaczęło zmieniać swoje nastawienie.³⁶

³⁶ <http://networkmagazyn.pl/index2.html>

2.2. Istota Marketingu Wielopoziomowego.

Zrozumienie istoty fundamentalnych zasad i prostych technik marketingu wielopoziomowego, pozwoli dostrzec jego siłę napędową. Tak jak w każdej dziedzinie, w której chce się osiągnąć sukces należy mieć pasję i pokochać to, co się robi.

W zrozumieniu zjawiska marketingu wielopoziomowego inaczej MLM (Multi-Level-Marketing) – powinno pozwolić rozbicie powyższej nazwy na czynniki pierwsze. Tak więc Marketing oznacza nic innego jak przeniesienie produktu lub usługi od producenta do konsumenta. Wielopoziomowy – odnosi się do systemu wynagradzania tych osób, które przyczyniły się do sprzedaży produktów lub wykonania usług. Multi (wielo) oznacza więcej niż jeden, natomiast Level (poziom) odwołuje się do tego, co można określić terminem „generacja”. Inaczej można by go nazwać marketingiem wielogeneracyjnym. Jednak marketing wielopoziomowy jest terminem najczęściej używanym.³⁷

W dystrybucji produktów można wyróżnić trzy podstawowe metody:

1. Sprzedaż detaliczna,
2. Sprzedaż bezpośrednia,
3. Marketing Wielopoziomowy.

Marketingu wielopoziomowego nie powinno się mylić z pierwszymi dwoma sposobami dystrybucji, a zwłaszcza z metodą sprzedaży bezpośredniej, z którą MLM jest zwykle utożsamiany. Choćby przez sam fakt, że większość cieszących się poważaniem firm działających w systemie MLM należy do Związku Sprzedaży Bezpośredniej (Direct Sales Association). Pomimo tego pragnę wykazać kilka cech, które wyróżniają MLM od sprzedaży detalicznej czy bezpośredniej. Podstawową różnicą jest to, że w MLM pracuje się dla siebie, a nie dla kogoś. Następnym niezrozumieniem funkcjonowania MLM jest wyobrażenie, że należy sprzedawać produkty, żeby osiągnąć sukces. Pomimo tego, że niektóre programy wymagają określonej lub minimalnej wartości sprzedaży w celu otrzymania premii lecz należy pamiętać, że prawdziwy sukces polega na budowaniu organizacji. Fundamentalnym przesłaniem powinno być to, aby pozwolić swoim obrotom wzrastać w sposób naturalny w wyniku tworzenia organizacji. W marketingu

³⁷ Por. Don Failla, *MLM Podstawy Marketingu Wielopoziomowego*, s.10-11,

wielopoziomowym nie trzeba sprzedawać produktów w tradycyjnym znaczeniu tego słowa. Jakkolwiek obrót towarowy musi się dokonać; w przeciwnym razie nikt nie zarobi lub mamy do czynienia z nielegalną piramidą finansową.

Innym określeniem MLM jest Marketing Sieciowy (Network Marketing), gdyż tworzona jest organizacja, sieć za pomocą której rekomendowane, rozprowadzane – są towary. Żeby stworzyć dużą dobrze prosperującą firmę, potrzebna jest równowaga, tj. należy wprowadzać nowych „dystrybutorów” do własnej organizacji i uczyć ich systemu MLM. W międzyczasie odbywa się sprzedaż (odsprzedaż) towarów. Należy jednak bardzo mocno podkreślić, że marketing wielopoziomowy polega przede wszystkim na tworzeniu organizacji, w której wielu dystrybutorów dokonuje niewielkiej konsumpcji własnej i sprzedaży jednostkowej.³⁸ Aby zrozumieć, co jest kwintesencją MLM; sprzedaż produktów czy budowa organizacji, należy zadać sobie pytanie: co jest korzystniejsze jeśli chodzi o nasze dochody? Mieć 100% z własnej sprzedaży, czyli 1 osoby, czy ze 100 osób mieć 1% zysku? Następnie rodzi się kolejne pytanie: ile mogę sam sprzedać w określonym czasie, a ile może sprzedać 100 osób w tym samym czasie?³⁹ I tak marketing wielopoziomowy staje się sposobem na nieograniczone rozciąganie czasu. Budowanie sieci powoduje, że w określonym czasie coraz większa ilość osób w naszej strukturze przekazuje niezbędne informacje o produktach i systemie MLM, a od całego obrotu towarowego i konsumpcji tych wyrobów naliczana jest premia. Umiejętne łączenie sprzedaży z budowaniem sieci konsumenckiej to podstawa do odniesienia zawodowego sukcesu. Budowanie sieci konsumenckiej w ramach MLM powoduje, że właściwie nie ma ograniczeń, jeśli chodzi o nasze dochody, nie ma również ograniczeń czasowych ani terytorialnych, a jeżeli do tego produkt jest zużywalny i z najwyższej pod względem jakości półki, powoduje to wręcz nieograniczone możliwości.

Na uwagę zasługuje fakt, że w takiej organizacji każdy z osobna buduje własne przedsiębiorstwo, jest niezależnym przedsiębiorcą, odpowiada za siebie, każdy płaci podatki, ZUS itp. Natomiast obroty całej grupy rosną, co powoduje coraz większe dochody.

³⁸ Por. Don Failla, *MLM Podstawy Marketingu Wielopoziomowego*, s.11-15,

³⁹ Network magazyn, nr 03/2004, s. 30-31,

Aby profesjonalnie budować sieć w oparciu o system MLM, należy przestać być sprzedawcą produktu, należy zostać typem lidera, nauczyciela, mentora, który wskazuje innym jak spełniać swoje życiowe marzenia poprzez uczenie następnych osób tego, by dążyły do realizowania swoich marzeń.⁴⁰

W marketingu sieciowym liderzy pociągają za sobą wszystkich ludzi, podczas gdy w tradycyjnej firmie czy urzędzie promuje się tylko nieliczne jednostki, cała zaś reszta ma się zadowolić wypłacaną regularnie pensją.

Edukacja, którą prowadzą firmy MLM wydobywa z wnętrza człowieka osobę bogatą. Każdy ma okazję stanąć twarzą w twarz z obawami, radzenia sobie z nimi, pokonania ich, a w efekcie kreowania postawy zwycięzcy,⁴¹ oraz kształtowania osobowości lidera w życiu osobistym i zawodowym.

Tworząc własną firmę opartą o system MLM należałoby sobie zadać pytanie: Co należy zrobić, żeby firma nieprzerwanie rosła i przynosiła coraz większe dochody? Ile należy zainwestować własnego czasu i pieniędzy w przedsięwzięcie? Czy dany biznes jest bezpieczny i zyskowny, gwarancje pomoc i doradztwo doświadczonych osób oraz cieszy się uznaniem społeczeństwa?

Wybierając marketing wielopoziomowy, wybiera się możliwość prowadzenia własnego biznesu, w którym:

- nie są potrzebne sklepy, hurtownie oraz zaciąganie zobowiązań z tytułu np. dzierżawy,
- nie ma sztywnego grafiku pracy,
- istnieje wielki potencjał wzrostu,
- minimalne inwestycje przynoszą maksymalne zyski,
- zapewniony jest psychiczny komfort pracy, a każdy jest zainteresowany sukcesem innych, ponieważ w MLM „sukces jednego człowieka oparty jest na sukcesie jego Partnerów”.

Najważniejsze - marketing sieciowy nie nakłada sztywnych ram. Zapewnia swobodę wyboru. Można traktować ten biznes jako dodatkowy zarobek, lub zająć się nim bardziej profesjonalnie. Samemu określa się swój grafik pracy, porządek dnia oraz zarobek. Marketing wielopoziomowy oferuje pewność jutra. A to w jakim stopniu będzie się uczestniczyć w tym przedsięwzięciu - zależy tylko od nas.

⁴⁰ Network magazyn, nr 03/2004, s. 30-31.,

⁴¹ Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkola Biznesu*, s.157,

Rozdział 3

Szkoła Sukcesu

W rozdziale trzecim opisałem podstawowe zagadnienia, na które należy zwrócić uwagę wstępując do szkoły opartej na systemie marketingu wielopoziomowego. Choć wiele firm oferuje milionom ludzi taką samą edukację w biznesie, jednak możliwość budowania własnej sieci, zamiast spędzania swojego życia na pracy dla sieci robi diametralną różnicę.

Nauczanie ludzi, aby zrozumieli potęgę budowania ich własnego biznesu, ich własnej sieci, nie jest łatwym zadaniem. Powodem tego jest fakt, iż większość ludzi nauczono, aby byli lojalnymi, ciężko pracującymi pracownikami, a nie właścicielami biznesu, którzy budują własne przedsiębiorstwo. Jeżeli człowiek chce być bogatym, a nie jedynie wysoko opłacanym pracownikiem bogatych, musi iść do takiej szkoły biznesu, która nauczy go, jak zostać przedsiębiorcą. *„Problem z większością szkół biznesu jest taki, że biorą najzdolniejsze jednostki i uczą je, jak zostać menedżerami pracującymi dla bogatych, a nie menedżerami kierującymi pracownikami.”*⁴² Znaczącym powodem, dla którego warto wspierać marketing sieciowy jest to, że wiele firm w tym biznesie jest tak naprawdę szkołą biznesu. Nie jest to szkoła biznesu, która kształci inteligentne dzieci w kierunku bycia pracownikiem dla ludzi bogatych. Wiele firm marketingu wielopoziomowego - to szkoły biznesu, które przekazują wartości niespotykane w tradycyjnych szkołach biznesu. Takie wartości jak to, że najlepszym sposobem osiągnięcia zamożności jest uczenie siebie oraz innych ludzi bycia właścicielami biznesu, zamiast uczenia ich bycia lojalnymi pracownikami pracującymi dla bogatych. Taki właśnie rodzaj szkoły prowadzi system MLM.

⁴² Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkoła Biznesu*, s. 14,

3.1. Budowanie Przywództwa.

Unikalność programu kreującego postawy przywódcze w marketingu sieciowym polega na tym, że mamy tu do czynienia z innym typem lidera. Armia rozwija typ lidera, który motywuje kobiety i mężczyzn do obrony kraju. Świat biznesu rozwija typ lidera, który tworzy zespoły do pokonania konkurencji. W marketingu wielopoziomowym natomiast rozwija się typ lidera, który staje się wspaniałym nauczycielem uczącym innych, jak spełniać swoje życiowe marzenia poprzez uczenie następnych osób tego, by dążyły do realizowania swoich życiowych marzeń. Zamiast zabijania wrogów czy niszczenia konkurencji, większość liderów marketingu sieciowego inspiruje i uczy innych, jak zdobyć swoją finansową nagrodę, jaką nam świat oferuje, bez konieczności szkodenia innym.⁴³

Zasada biznesu opartego na systemie MLM polega na dzieleniu go z innymi. Aby rozpocząć ten proces należy stanąć twarzą w twarz z wieloma kandydatami posiadającymi kwalifikacje. Warunkiem osiągnięcia sukcesu w marketingu sieciowym, jest stanie się mistrzem w dobieraniu kandydatów. Utrzymanie pozytywnego nastawienia przy doborze partnerów biznesowych jest niezbędnym czynnikiem.

Aby zbudować stabilnie zrównoważoną i zorientowaną na przyszłość organizację należy wziąć na siebie ryzyko i stać się przywódcą. Przywództwo dotyka nas wszystkich. Bycie przywódcą nie jest pozycją czy też przeznaczeniem, ale jest podróżą. Nie jest czymś, co można otrzymać w pięknie zapakowanej paczce. Jest to proces rozpoznawania talentu i usprawniania umiejętności.⁴⁴

W świecie wielkich klasycznych korporacji, dochodzi się do wyższych i lepiej płatnych posad przez przejście nad, obok, po innych ludziach w miarę wspinania się w górę. Natomiast w biznesie opartym na marketingu wielopoziomowym nie można wybudować nic wartego zachodu, ani dotrzeć na wyższy poziom, jeśli nie będzie się uczyć innych wszystkiego, co się wie. Idealem jest, by partnerzy biznesowi z głębi organizacji duplikowali swoich partnerów z górnej organizacji - tych co osiągają wymierne wyniki, tych najlepszych -

⁴³ Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkola Biznesu*, s. 112,

⁴⁴ Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 220, oraz s. 433-439,

Liderów. W MLM sukces jednego człowieka zbudowany jest na sukcesie innych ludzi.⁴⁵

Dobry przywódca daje przykład, ponieważ jest naśladowany we wszystkim, co mówi a szczególnie we wszystkim co robi. Jego pozytywne nastawienie i podekscytowanie rodzi podekscytowanie, jest zaraźliwe w tym pozytywnym kontekście. Potrafi on wywołać w partnerze biznesowym poczucie przynależności do organizacji. Lider powinien świecić przykładem i ciągle się rozwijać, być lojalnym – stałym i wiarygodnym. Lojalność sprawia, że emanuje się entuzjazmem, który rozświetla całą osobowość człowieka.

Budując swój biznes w MLM należy najpierw budować innego człowieka, stać się architektem, kreatorem przyszłych liderów, na których fundamentach stanie stabilne przedsiębiorstwo. W tworzeniu relacji w organizacji niezbędne jest korzystanie z systemu edukacyjnego, a mianowicie: literatura biznesu, książki pozytywnego myślenia, nagrania CD i DVD, spotkania – konsultacje z mentorem, otwarte spotkania biznesowe.

Innym ważnym czynnikiem jest oddziaływanie moralne. XXI wiek to wiek „ja” w społeczeństwie, które kładzie niewielki nacisk na koncept „grupy”. Dlatego też edyfikacja musi zacząć się od domu rodzinnego. Należy uczyć się komplementować i zachęcać współmałżonka i dzieci, zamiast krytykować i winić ich. Należy wzajemnie budować na sile każdego i przeoczać ich słabości. Edyfikacja partnerów biznesowych z górnej oraz z dolnej organizacji jest jednym z najważniejszych składników, żeby zduplikować siebie w swoim biznesie. Często ludzie budują swoje biznesy na samej sile wiary w nich, nawet wtedy, kiedy oni już nie wierzą w siebie. Ponad to, kiedy widzą edyfikację skierowaną w ich stronę, w sposób naturalny podążają za wzorem.

Lider buduje przyjaźń, jest dobrym słuchaczem. Słuchanie jest efektywną metodą tworzenia powiązań i efektywnej komunikacji. Otwarta komunikacja jest zaś esencją przyjaźni. Dobry przywódca traktuje swoich przyjaciół jak równych sobie. Buduje zaufanie, które jest koniecznością trwałych relacji. „Traktuj innych tak, jak chciałbyś, żeby oni ciebie traktowali” – jest Złotą Zasadą, przy pomocy, której należy budować organizację w marketingu wielopoziomowym. Jest ona lustrem, w które odbijają myśli, czyny i ambicje każdego człowieka.⁴⁶

⁴⁵ Por. Dexter Yager, *Podstawowe Zasady Budowania Własnego Biznesu*, s. 30,

⁴⁶ Dexter Yager, *Podstawowe Zasady Budowania Własnego Biznesu*, s. 31-34,

Bez lojalności, bez edyfikacji, bez przyjaźni – będących produktami ubocznymi Złotej Zasady – nie wybuduje się dobrego, stabilnego distributorship. Te cechy są elementem spajającym całość organizacji. Sukces w marketingu wielopoziomowym osiągnie ten lider, który pomoże wystarczająco innym ludziom osiągnąć sukces.

W celu osiągnięcia wymiernych rezultatów w budowaniu przywództwa można wyodrębnić pięć fundamentalnych ćwiczeń:

1. Prowokowanie procesu,
2. Inspirowanie wspólnych wizji,
3. Umożliwianie innym rozpoczęcie działania,
4. Modelowanie drogi,
5. Umacnianie serca.

Poznanie powyższych ćwiczeń pozwoli zdefiniować naturę przywództwa.

Prowokowanie procesu – Przywództwo jest procesem aktywnym a nie biernym. Przywódcy w marketingu wielopoziomowym są jakby pionierami – ludźmi, którzy wkraczają w nieznane. Korzystanie z „systemu”: książek, nagrań CD i DVD, spotkań zapewnia rozwiązania systemu tradycyjnego jak również i nowego. Rzucanie wyzwań procesowi wskazuje na szukanie nowych możliwości w celu spowodowania by system pracował dla każdego. Zapoznanie się z pięcioletnim lub dziesięcioletnim planem, w celu uwolnienia się od typowego harmonogramu 45-letniej „rutynowej” kariery.

W aspekcie wyzwania rzuconego procesowi, należy opuścić sferę komfortu i bez przerwy poszukiwać sposobów poprawienia swego postępu i wzrostu.

Przewodzenie literalnie oznacza „wyprzedzenie”, które zależy w dużej mierze od inicjatywy przywódcy (umiejętności wyłamania się z uzależnienia od grupy) i jego kreatywności (umiejętności szukania sposobności). Pionierzy nastawieni są na przecieranie nowych szlaków, tak chociażby jak: Ford, Xerox, Birdseye, Polaroid, Apple. Dobre przywództwo sprzyja kreatywności i inicjatywie, a tworzenie atmosfery sprzyjającej tym cechom musi przepływać przez całą organizację dla trwałego sukcesu. Również stałe dążenie do zdobycia wiedzy, jeżeli jest poprawnie wykorzystywana, staje się atrakcyjna dla innych ludzi, którzy chcą zmienić swoje status quo. Dlatego nie wolno tracić zapału do posuwania się wraz z innymi do przodu. Lider stale ulepsza siebie i swoje umiejętności. Sukces w interesach nie jest prostym procesem. Kluczem otwierającym drzwi do szansy jest uczenie się,

eksperymentowanie, innowacyjność oraz zmiany związane z ryzykiem i porażką. Ryzyko i potencjalna porażka jest naturalnym elementem procesu uczenia się.⁴⁷ „Zaszczyt należy do człowieka, który jest akurat na arenie; którego twarz jest zniszczona pyłem, potem i krwią; który stara się dzielnie; który pomyli się i wkrótce przychodzi znowu i znowu; który zna wielki entuzjazm i wielkie poświęcenie; który poświęca się wielkiej sprawie; który, w najlepszym przypadku zna na końcu triumf wielkiego osiągnięcia; i który w najgorszym przypadku, jeśli mu nie wychodzi nie wychodzi mu przy wspaniałym wysiłku” – Theodore Roosevelt dwudziesty szósty prezydent USA.⁴⁸

Inspirowanie wspólnych wizji – Przywódca powinien posiadać zdolność do kreowania wizji, winien spoglądać poza horyzont czasu. Niektórzy nazywają to wizjonerstwem; inni określają to jako powód, misję, cel lub program osobisty. Inaczej jest to pożądanie spowodowania, aby coś się wydarzyło, nastąpiła zmiana porządku rzeczy. Stworzenie wizji musi być poparte akcją; czyli należy podzielić się nią z innymi. Przywódca to ktoś, kto ma odwagę marzyć, kto potrafi organizować i kto dysponuje siłą potrzebną do wykonania niezbędnego działania. To ktoś, kto wie, dokąd chce iść, wstaje i idzie tam. „Dopóki nie spróbujesz, nikt nie wie, co możesz zrobić - ani świat, ani ty sam” – Ralph Waldo Emerson.⁴⁹ Ludzie dopóki nie zaakceptują wizji jako swojej, do póty nie pójdą za takim przywódcą. Dlatego nie można rozkazywać zaangażowaniu, można je tylko inspirować. Odnoszący sukcesy przywódcy żyją z jasnym poczuciem misji, wiedzą dokąd podążają, a to oferuje innym ludziom pozytywny obraz przyszłości, inspirowanie lepszą wydajność i dostarcza odwagi wobec nieznanego. Lider również pobudza swoją wizję. Wzmacnia marzenia i aspiracje innych do ujrzenia ekscytujących możliwości tkwiących w przyszłości. Dobry przywódca może spowodować, że inni zaakceptują jego wizję za własną, gdy połączy ich wspólny cel. Aby tego dokonać lider musi poznać swoich ludzi, musi mówić ich językiem oraz musi rozumieć ich potrzeby. Ludzie muszą uwierzyć, że przywódca ma w sercu ich zainteresowania.

Umożliwienie innym rozpoczęcia działania – Lider nie może samotnie osiągnąć sukcesu. Musi dzielić z innymi swoje wizje, co więcej, musi nauczyć się umożliwić innym działanie zmierzające do realizowania ich marzeń. Przywódca

⁴⁷ Por. Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 443-446,

⁴⁸ Dexter Yager, *Podstawowe Zasady Budowania Własnego Biznesu*, s. 23,

⁴⁹ Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, s. 16,

zapewnia sobie pomoc i współpracę wszystkich tych, którzy muszą uruchomić projekt. On angażuje tych, którzy muszą żyć wynikami, a innym umożliwia wykonanie dobrej pracy. Umacnia współpracę, buduje zespoły oraz umożliwia innym działanie. Doświadczenia wykazują, że w 91% analizowanych przypadkach przywódcy z dumą dyskutowali wagę pracy zespołowej i współpracy.⁵⁰

Dobry przywódca rozwija umiejętności komunikowania się. Ta cecha jest niezbędna w celu efektywnego przekazania swoich ideałów innym ludziom, począwszy od kontaktów twarzą w twarz do wystąpień, przemówień przed pełnym stadionem. Dopóki przywódca nie rozwine przekonywujących werbalnych i pozawerbalnych umiejętności komunikowania się, inne zdolności przywódcze prawdopodobnie nie zostaną dostrzeżone. Dobre komunikowanie się włącza innych ludzi do procesu podejmowania decyzji. Człowiek jest zdolny do wykonywania czynności w najlepszy sposób, gdy włączy się do projektu dla własnych powodów. Jest to istotą pracy zespołowej i umożliwienia działania innym. Dlatego też przywódca powinien dostarczyć innym silnej motywacji stania się nieodłączną częścią tego, co ma się zdarzyć. Ten rodzaj własności umysłowej i pracy zespołowej może zdarzyć się dzięki efektywnemu komunikowaniu się. Lider – Przywódca dzieli się swoimi oczekiwaniami. Określa jasne priorytety i wytyczne. Umożliwienie innym działania pomoże im stać się silnymi, zdolnymi i oddanymi. Ludzie w organizacji danego lidera muszą mieć poczucie własności. Muszą czuć się wzmocnieni, mocą zespołu, wtedy z większą chęcią użyją swej energii dla osiągnięcia wspaniałych wyników.⁵¹

Modelowanie drogi – Aby spowodować by ludzie postępowali według planu, należy wyznaczyć drogę. W innym przypadku, jeżeli człowiek nie wie dokąd zmierza, każda droga go tam zaprowadzi. Przywódca musi być lepiej przygotowany, dobrze zorganizowany i musi potrafić lepiej niż inni przewidywać. Umiejętności organizacji i planowania można się nauczyć, a są absolutną koniecznością dla utrzymania długotrwałego przywództwa. Lider musi zachować obiektywizm w związku ze wzlotami i upadkami. Powinien trzymać na wodzy przerośnięte ego podczas sukcesów i wyniszczane ego w okresach rozczarowania i niepowodzeń.

⁵⁰ Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 450-452,

⁵¹ Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 450-452,

Przywódca mocno wierzy w swój cel, jest pasjonatem w osiągnięciu go. Doprowadzenie do celu musi być dominującą motywacją. Wiarygodność tworzy zaufanie, zaufanie buduje silną organizację.

Modelowanie drogi poprzez planowanie i przewodzenie przykładem oznacza to, że zachowana jest spójność słowa z czynem.

Wzmacnianie serc – *„Wspinanie się na szczyt jest żmudne i długie. Ludzie stają się wyczerpani, sfrustrowani i rozczarowani. Często pojawiają się tendencje do rezygnacji. Przywódcy muszą wzmocnić serca swoich naśladowców, aby działali nadal”*.⁵²

Przywódca tworzy klimat prowadzący do lepszej wydajności i satysfakcji w organizacji. Jest przyjacielem, który troszczy się o ludzi. Jest zorientowany na człowieka, lecz nie może za niego walczyć i rozwiązywać wszystkich problemów. To oni muszą wzmacniać się poprzez walkę z wyzwaniami. Lider ma inne zadanie. Lider motywuje. Motywacja powinna wykraczać poza przywództwo sytuacyjne. Ludzie lubią być ważni i czuć się docenieni. Nad tymi subtelnymi czynnikami przywódca organizacji musi się mocno pochylić. Winien rozpoznawać i doceniać dobre pomysły. Umacniając innych, należy również pamiętać o umacnianiu swojego własnego serca.

Przywódca kocha to, co robi, wie, dlaczego buduje swój biznes oparty o system marketingu wielopoziomowego. Odpowiedzialność wykracza poza kierowanie innymi ludźmi. Wie, czego chce. Realizuje marzenia swoje i swoich najbliższych. Stare chińskie przysłowie mówi, że *„Jeżeli potrzebujesz jednego roku pomyślności, posiej zboże. Jeżeli potrzebujesz dziesięciu lat pomyślności, zasadź drzewa. Jeżeli potrzebujesz stu lat pomyślności, wykształć ludzi.”*⁵³

Dobry przywódca potrafi zdecydować jak wszystko się potoczy, następnie wszystko buduje w oparciu o tę decyzję. W tym rozwój ludzi powinien być główną opoką jego wyborów.

Jeżeli lider chce rozwijać swe zdolności przywódcze i odnosić sukcesy, powinien robić to, czego większość ludzi obawia się robić.⁵⁴ Jeżeli działania te mają przynosić profity przez długi czas, w takim przypadku należałoby

⁵² Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 453,

⁵³ Tamże, s. 456,

⁵⁴ Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkola Biznesu*, str. 101,

wychowywać ludzi – zaczynając od samego siebie. Taka postawa pozwoli efektywnie budować własne przedsiębiorstwo w marketingu sieciowym.

3.2. Mentoring i Coaching.

Nadrzędną zasadą utrzymania pozyskanych partnerów biznesowych w marketingu wielopoziomowym oraz ich rozwój można zawdzięczać systemowi opartemu o mentoring i coaching. W strukturach wielopoziomowych wywierają one zauważalny wpływ na sposób zarządzania i przywództwa.

Mentoring – na szczeblu doświadczonych przedsiębiorców skojarzonych w strukturach marketingu sieciowego z ich młodszymi kolegami, którzy dopiero niedawno zetknęli się z organizacją zastosowanie mentoringu daje wymierny wpływ na całość organizacji. Mentorzy służą radą w przedmiocie wyznaczania celów i układania strategii, dzieląc się swą wiedzą i doświadczeniem. Osoby otoczone opieką otrzymują radę, szerszą perspektywę osobistą i zawodową. Mentoring ma istotne znaczenie dla delegowania i szeregu innych sytuacji występujących w procesie zarządzania i motywowania, jak np. budowanie zespołów, psychiczne wspieranie, inspirowanie i utrzymywanie kadry. Można go zaszeregować do dwóch kategorii: pomoc nowemu partnerowi otoczonemu opieką osiągnięciu celów szkoleniowych i zawodowych oraz budowanie pewności siebie i zaufania do własnych możliwości. Koncentracja mentora powinna ograniczać się bardziej w stronę doradztwa niż ratowaniu w kłopotach. Mentor służy radą w odniesieniu do ważnych problemów kariery zawodowej (lub życia osobistego). W MLM mentorem może być tylko partner z górnej linii „sponsorowania”. Korzystanie z systemu mentoringu ma charakter obustronny. Podnosi umiejętności interpersonalne, uzyskuje się lepszy wgląd w struktury i funkcjonowanie organizacji oraz odczuwanie satysfakcji, zadowolenia z widocznego rozwoju swych podopiecznych. Rola mentora spełnia funkcję trenera, motywatora, przewodnika, doradcy. Dobry mentor wykonuje swoją rolę poprzez wnikliwe zadawanie pytań, które pomogą podopiecznym odróżnić problemy rzeczywiste od pozornych; pyta raczej „jak” i „co”, a nie „dlaczego”; wsłuchując się w odczucia podopiecznych równie aktywnie jak w ich słowa, dzieląc się własnymi

obserwacjami tam, gdzie jest to potrzebne.⁵⁵ Korzystając ze słów Billa Gatesa można stwierdzić, że dobry mentor kieruje się maksymą „*Ja nie kształcę ... ja się uczę*”. Programowi mentoringu powinien przyświecać faktyczny cel potrzeb organizacji. System regulujący relacje mentor – podopieczny jest kluczową częścią struktur zarządzania, który oferuje korzyści zarówno w krótkim, jak i długim okresie.

Tak jak istnieją mentorzy, którzy są znakomitymi wzorcami do naśladowania, tak są też ludzie, którzy są odwrotnymi wzorcami. W większości przypadków, wszyscy stykamy się z jednymi i drugimi. Należy mądrze wybierać swoich mentorów. Należy uważać na to, od kogo przyjmuje się rady. Jest to jedna z najważniejszych rzeczy, jakie można zrobić. Gdy chcemy dojść do konkretnego celu, warto wybrać takiego mentora, który tam już doszedł. Warto szukać wzorców do naśladowania, brać z nich przykład jak i szukać odwrotnych wzorców, by uczyć się na ich błędach, przykładach. Przyszłość każdego człowieka zależy również od osób, z którymi spędza się większość swojego czasu. Warto zapytać się samego siebie: „Czy są oni dobrymi wzorcami do naśladowania?” Jeśli nie, warto poszukać ludzi, którzy zmierzają w tym samym kierunku, np. ludzi z systemu marketingu sieciowego.⁵⁶

Coaching – jest zintegrowanym zespołem działań mających na celu zwiększenie sprawności jednostki lub zespołu, na który składają się:

- kontekst zrozumienia i zaufania,
- używanie słowa „prosić”, a nie tylko „kazać”,
- uzgodnienie celów,
- optymalizacja szans na osiągnięcie wyników,
- działanie bieżące, zwrotne reakcje,
- okresowe, pogłębione sesje treningowe,
- uznanie przez menedżera zobowiązania do przejęcia funkcji trenera i motywacja do takich działań.

W świecie biznesu coaching jest formą systematycznego szkolenia. Typowym celem jest kształtowanie kwalifikacji w zakresie komunikowania, rozwiązywania problemów, pracy w zespołach, sprzedaży, lub nawet wzmacnianie takich cech charakteru jak „wywieranie wpływu”.

⁵⁵ Por. Biznes, Tom 6, *Planowanie Kariery*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 37-39,

⁵⁶ Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Kwadrant Przepływu Pieniądzy*, s. 245-249,

Aby coaching był skuteczny, zarówno trener, jak i osoba szkolona muszą wcześniej uzgodnić sposób kształtowania wzajemnych relacji – sukces jednego człowieka zbudowany jest na sukcesie drugiego: wygrany – wygrany. Osoba szkolona musi rozumieć preferencje szkolącego, co do przebiegu szkolenia. Nadrzędną zasadą w marketingu wielopoziomowym jest trzymanie się zasady: „*Nauczyciel uczy przyszłych nauczycieli, żeby uczyli nauczycieli, uczących nauczycieli, itd.*”.

We wszystkich aspektach szkolenia skuteczny trener powinien częściej stawiać pytania, niż dostarczać gotowych odpowiedzi. Jego rolą jest pobudzanie szkolonego do zgłaszania twórczych pomysłów, możliwych działań, z którymi w naturalny sposób będzie mógł się utożsamić. Następnie nauczyciel winien pomóc uczniowi w wyborze jednej z możliwości i zaangażowaniu się w niezbędne działania. Pomaga to zidentyfikować potencjalne przeszkody oraz konkretyzuje kolejne kroki.

Szkolenie ma wiele wspólnego z relacją mentor – podopieczny, jak i z doradztwem. Powyższa relacja obejmuje formę pomocy danej osobie w przewycięzaniu problemów związanych z osiągnięciem sukcesu i realizowaniem jej potencjału. Trenerów, menedżerów i doradców łączą silne kompetencje interpersonalne, w tym:

- dobra umiejętność słuchania,
- umiejętność stawiania pytań – „otwierania” szkolonych przez stawianie otwartych pytań i unikanie odpowiedzi „tak” lub „nie”,
- powstrzymywanie się od przedwczesnych ocen,
- służenie konstruktywną informacją zwrotną,
- sprawdzanie zrozumienia,
- koncentrowanie się na głównym problemie czy celu.

Wartość powyższych przymiotów polega na tym, że pozwalają one wyjaśniać sprawy, rozwiązywać problemy, zmieniać wzorce zachowania i dawać szansę uczenia się i planowania działań w celu uzyskania postępu.⁵⁷ Prawdopodobnie najważniejszą rzeczą, którą może zrobić każdy trener, jest udostępnienie siebie zawodnikom; spowodowanie, aby zrozumieli, że drzwi jego domu są zawsze dla

⁵⁷ Biznes, Tom 6, *Planowanie Kariery*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 33-36,

nich otwarte, że patrzy na nich i jak na pojedyncze jednostki i jak na zespół, że mogą z nim porozmawiać.⁵⁸

Nauczyciel nigdy nie nauczy swoich uczniów, dopóki nie stworzy im warunki, w których oni będą mogli się uczyć. W marketingu sieciowym wymierne sukcesy odniosą tylko ci ludzie, którzy uczą się pewnych reguł: po pierwsze - wiara w system sukcesu, którego uczą wiodący w tym biznesie, po drugie - należy przejść dodatkowy kilometr; chcieć zboczyć z własnej drogi, aby pomóc komuś innemu spełnić jego (jej) marzenia, po trzecie – określi cel i będzie dążył do niego, aż do osiągnięcia sukcesu.

3.3. Budowanie Marzeń.

Nasze życie wypełnione jest marzeniami. To, czym i kim jesteśmy dzisiaj jest wynikiem spełnienia marzeń. Czy każdy ma tego świadomość? Czy ma satysfakcjonować nas status quo? Czy zadowala nas to, co się wokół nas dzieje, czy może warto byłoby coś zmienić, poprawić? Właściwie, dlaczego nie można polepszyć swego życia, lepszego mniemania o sobie, lepszych relacji z ludźmi, lepszego świata, lepszej przyszłości? Dlaczego nie prowadzić życia rodzinnego, o jakim marzymy? Dlaczego nie otaczać się sympatycznymi ludźmi? Dlaczego nie stać się odnoszącym sukcesy człowiekiem? Dlaczego nie cieszyć się powodzeniem i dobrobytem, o jakim czytamy w baśniach? Dlaczego, dlaczego, dlaczego nie? Tak można zadawać pytania w nieskończoność. Odpowiedź brzmi: - nie ma takiego powodu. Wszystko sprowadza się do jednego: trzeba mieć wizję, trzeba być marzycielem.

Filozofowie i mędrcy przez wieki spierali się w wielu kwestiach, ale w jednym punkcie pozostają jednomyślni: „Stajemy się tacy, w jaki sposób myślimy”. Emerson powiedział: „*Człowiek jest taki, w jaki sposób myśli przez cały dzień*”. Marek Aureliusz, ujął to następująco: „*Życie człowieka jest takie, jakie są jego myśli*”. William James powiedział: „*Największym odkryciem mego pokolenia jest to, że istoty ludzkie mogą odmieniać swoje życie przez zmianę postawy życiowej*”. W biblii zaś czytamy: „*Jakie myśli ma człowiek w sercu swoim, taki też jest*”.⁵⁹

⁵⁸ Bill McCartney, trener drużyny piłki nożnej Uniwersytetu Kolorado i autor bestsellerów, Dexter R. Yager, Sr. i Doyle Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 457,

⁵⁹ Glenn Bland, *Amerykański Sposób na Sukces*, s. 30,

Czynami człowieka kieruje jego umysł, który karmi się owocami jego myśli. I tak jesteście sumą własnych myśli. Jeśli myślimy kategoriami negatywnymi tzw. „myśli chwasty”, rezultaty będą negatywne, ale jeśli myśli są pozytywne tzw. „myśli kwiaty”, rezultaty będą wymierne. Dlatego też, niezmiernie istotnym jest, abyśmy starali się mieć staranny wgląd w nasze myśli, ponieważ „stajemy się tacy, w jaki sposób myślimy”.

Marzenia są dane przez Boga i powinny być pielęgnowane. Niestety, wielu ludzi pozwala na to, aby życie okradło ich z marzeń. Złodziej przybiera postać wielu osób i różnych okoliczności. Swemu marzeniu należy dać szansę i nigdy nie wolno pozwolić, aby ktokolwiek podejmował za nas decyzje i je zniszczył! Pozytywna wyobraźnia jest niezmiernie ważna. Jest mapą drogową do sukcesu. Nikt nie wyjedzie w długą podróż bez wcześniejszego spojrzenia na mapę. Podobnie ci, którzy nie mają marzeń ani celów, do których dążą, wędrują bez celu, nigdy nie osiągając niczego o większej wartości.⁶⁰ Prawda jest taka, że jeżeli nie wiesz, dokąd zmierzasz, każdą drogą tam dojdiesz.

Budowla największego i najpiękniejszego wieżowca rozpoczyna się wprawdzie w umyśle a następnie w pracowni architekta, zanim zaczną się prace przy fundamentach i dopiero po jakimś czasie (jakby wiekach) następuje szybki efekt wzrostu konstrukcji widzialnych murów. Podobnie bez właściwej **wizji** (pomysły i pragnienia), **marzeń** (artystycznego obrazu ukończonego wieżowca) i **celów** (szkiców) – rozłożonych na elementy tworzące **plan działania** (dienne i tygodniowe porcje) – realizujący budowę mógłby stracić orientację i chęć do pracy.⁶¹

Dlaczego marzenia są tak istotne w osiągnięciu zamierzonego celu? Przede wszystkim, są niezbędne do indywidualnego rozwoju. Wizja własnej przyszłości sprawia, że pragnie się sięgać coraz dalej i opanować umiejętności konieczne do jej realizacji. *„Nigdy nie przestawaj marzyć i mierz wyżej, niż sądzisz, że mógłbyś sięgnąć. Nie troszcz się jedynie to, by być lepszym niż ludzie żyjący lub dawniej; spróbuj być lepszym od samego siebie”*. Bez wizji zatrzyma się człowiek na poziomie przeciętności.⁶² Życie powinno być przyjemne. Kiedy realizuje się swoje marzenie i z każdym krokiem zbliża się do celu, doznaje się ogromnej satysfakcji

⁶⁰ Por. Dexter R. Yager, *Nie Pozwól Nikomu Skraść Swych Marzeń*, s. 8,

⁶¹ Dexter Yager Sr. i Doyle Yager, *Podręcznik Biznesu*, s. 131-134,

⁶² Pat Mesiti, *Zbudź się do Marzeń*, s. 20,

oraz poczucie osobistego zwycięstwa. Najwięcej chyba satysfakcji w życiu dostarcza nie samo osiągnięcie wyznaczonego celu, lecz podążanie za nim. Sukces opisywany jest jako pogoń za pięknym marzeniem. Ta pogoń powinna być zarówno przyjemna, jak i uwieńczona nagrodą.

Marzenia kształtują charakter, postawę, budują człowieka. Snucie marzeń pomaga chętniej podejmować ryzyko. Zachęca do postawienia pierwszego kroku, do tego, by przestać uczestniczyć tylko w tym, co bezpieczne, lecz wyjść poza swoją strefę komfortu i odważyć się uwierzyć. Marzenia nadają odpowiedni kierunek i rzeczywisty cel. Kiedyś Św. Hieronim powiedział: „*Zaczynij dzisiaj być tym, kim będziesz później*”.⁶³ Prawdziwy marzyciel zapisuje na kartce swoje cele, w sposób dojrzały i zdecydowany dąży ku ich realizacji.

Zwierzęta nie są w stanie myśleć: stosują logikę, pamiętają i rozwiązują problemy. Nawet doznają emocji; umieją wyrażać miłość i tęsknotę np. za ludźmi, potrafią okazywać szczęście i smutek. Zwierzęta jednak nie potrafią marzyć. Brak im tego duchowego wyposażenia. Marzenia są cechą wyjątkowo ludzką. To coś więcej niż emocje i coś więcej niż myśli. Potęga marzenia wykracza poza logikę i uczucia; leży blisko serca tego, co jest człowiecze, co jest stworzone na podobieństwo Boga. Marzenia są tak osobiste jak odciski palców, są wyjątkowo ludzkie. Żadne dwie osoby nie marzą podobnie. Mogą dzielić marzenie; mogą marzyć wspólnie o tej samej rzeczy, ale każdy marzy w prywatnym i bezpiecznym miejscu, w głębi swojego serca, w miejscu, do którego nie może wejść, ani którego nie może osiągnąć nikt inny. Nasze marzenia są naszą własnością i wyrażają to, czym i kim jesteśmy. Marzenia są tak niepowtarzalne jak płatki śniegu, ale mogą być również wątłe jak owe płatki, jeśli nie są odżywiane i utrzymywane przy życiu. Gdy marzenie umiera, coś zasadniczo ludzkiego jest tracone i wraz z nim ginie najlepsza część istnienia. „*Bądź wierny marzeniom, bo jeśli marzenia umierają, życie jest jak ptak ze złamanym skrzydłem, który nie może latać*” – Langston Hughes.⁶⁴

Marzyciele zdają sobie sprawę, że prawdziwe bogactwo pochodzi z wnętrza, jego źródłem są takie wartości, jak dobry charakter, spójność wewnętrzna i harmonia – osiągnięcie doskonałości we wszystkich sferach życia. Nie ma znaczenia, w jakim mieszkasz domu, ważniejsze jest, jaki dom stworzyłeś w sobie. Również nie marka

⁶³ Tamże, s. 33,

⁶⁴ Por. Charles Paul Conn, *Marzenie które nie umrze*, s. 212-213,

samochodu nadaje ci tożsamość i godność, ale charakter kierowcy. To, kim się jest pod codzienną maską, bardziej się liczy niż to, jak się wygląda z zewnątrz.

Wizjoner jest myślicielem twórczym, pilnym, przewidującym, znajdującym rozwiązania a nie borykającym się z problemami. Dlatego koniecznym jest by dzielić się marzeniami z ludźmi wiernymi i lojalnymi. Należy pomagać ludziom zmieniać ich życie, a oni pomogą nam zmienić nasze. To przesłanie jest fundamentem w osiągnięciu sukcesu w marketingu wielopoziomowym. Inaczej również można wyrazić tę sentencję słowami: „Możesz mieć w życiu wszystko, czego pragniesz, jeśli pomożesz innym mieć to, czego oni pragną”, oraz „Otrzymujesz od innych to, co najlepsze, gdy dajesz im najlepszą część siebie”.

Przywódca jest twórczym myślicielem, w podążaniu za swoimi marzeniami nie odrywa się od rzeczywistości i jest przystępny dla innych i otwarty. Żyje w przyjaźni z ludźmi, buduje mosty prowadzące tam, dokąd pragnie dotrzeć, co otwiera dalej drzwi wiodące do rozmaitych możliwości. Utrzymuje swoją wizję przy życiu i podąża za nią. Kierując się słowami Napoleona można powiedzieć, że „*Wyobraźnia rządzi światem*” i dlatego koniecznym jest obudzić w sobie marzenia i ruszać po zwycięstwo. Kiedy ludzie mają marzenia, które pielęgnują i rozwijają – odnoszą sukcesy. Kiedy ich nie realizują, powoli się wypalają od wewnątrz. Posiadanie marzeń przenosi od frustracji dnia dzisiejszego do możliwości, jaki niesie przyszłość. Dzisiaj ludzie budzą się po trzydziestce i stwierdzają, że nie są tymi, którymi naprawdę chcieli być. Badania przeprowadzone przez Massachusetts Institute of Technology wykazały, że na pytanie: „Czego chcesz od życia?” większość ludzi odpowiada negatywnie.⁶⁵ Mówią oni o tym, jak okropna jest ich praca lub jak chcieliby wszystko zmienić. Nie mają dokładnie określonego celu. Pozbawieni są pragnień popychających do sukcesów. Mówią raczej, czego chcieliby się pozbyć aniżeli osiągnąć.

Marzenia mogą uchronić nas przez beznadziejnością dnia codziennego. Ukierunkowują na osiągnięcie szczęścia i pełni życia. Wobec tego należy unikać negatywnych myśli i zastępować je marzeniami. Wszyscy potrzebujemy marzeń – marzeń zapierających dech. Studiując życiorysy wielkich przywódców, przekonujemy

⁶⁵ Dexter Yager i Ron Ball, *Wszystkiego Co Wiem Będąc Na Szczycie – Nauczyłem Się Na Dole*, s. 13-14,

się, że mieli marzenia. I niech słowa Malcolma S. Forbesa brzmią nam w uszach:
*„Kiedy przestajesz marzyć, przestajesz żyć”.*⁶⁶

Marzenia są naturalnym wyrażeniem ludzkiego ducha. Rodzą się łatwo, małym wysiłkiem, z serca, ale mogą też umrzeć również łatwo, jak się narodziły. By żyć pełnią życia - trzeba marzyć, marzyć i tak jak powiedział Winston Churchill: Nigdy się nie poddawaj, Nigdy się nie poddawaj, nigdy, przenigdy się nie poddawaj.

⁶⁶ Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, s. 13,

Zakończenie

Celem niniejszego opracowania było ukazanie w sposób jak najbardziej dostępny procesu kształtowania postawy lidera oraz dążenie do osiągnięcia sukcesu w marketingu wielopoziomowym. Praca ta mówi o zwyciężaniu. Równie ważne jak realizowanie wszystkich swoich marzeń jest dążenie do ich spełnienia; spoglądanie wstecz ze świadomością, że zrobiliśmy wszystko, co w naszej mocy, że nie zrezygnowaliśmy. Nie można odkładać swoich pragnień na półkę, bo jeżeli naprawdę chce się odnieść w życiu sukces, prędzej czy później należy usypać wokół siebie okopy, zająć stanowisko bojowe i walczyć o to, czego pragniemy.

Praca niestety nie wyczerpuje tak rozległego tematu, gdyż każdy poruszony w niej „po części”, termin: przywództwo, kształtowanie postawy lidera, budowanie marzeń, mentoring, coaching, czy też sam marketing wielopoziomowy, wymaga indywidualnej analizy a tym samym napisania oddzielnej pracy. Jednak to, co skłoniło mnie do pochylenia się nad w/w terminami w takiej formie, było zasygnalizowanie problemu potrzeby kształtowania postawy lidera oraz zwrócenie uwagi na bardzo ciekawe zjawisko ekonomiczne, jakim jest system MLM. Zamiarem moim było również wskazanie źródeł wiedzy niezbędnej do dalszego pogłębiania przedmiotowego tematu. Staralam się przedstawić w sposób bardzo ogólny, istotne aspekty, na które powinna zwrócić osoba pragnąca rozwijać umiejętności przywódcze.

Pomimo wielu krytycznych i skrajnych opinii na temat marketingu wielopoziomowego uważam, iż należy dopatrywać się w nim szansy, zarówno dla „prostego” jak i wykształconego człowieka, na osiągnięcie sukcesu, byle tylko potrafił rozwijać w sobie przedsiębiorczość oraz nastawił się na sukces drugiego człowieka, gdyż tylko sukces jego partnerów biznesowych pozwoli wspiąć się na wyżyny.

Analiza materiałów i informacji źródłowych pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

Przyszłość nigdy jeszcze nie stawiała człowiekowi takich wyzwań. Aby im sprostać, należy kształtować „gatunek” przywódców. Zasady są ponadczasowe, metody trzeba stale korygować. Pewne zachowania i techniki dobrze służące w przeszłości dziś mogą okazać się nieprzydatne. Dzisiejsi liderzy wkraczają w przyszłość niosącą gwałtowne zmiany i stawiającą duże wymagania. Przywódcy przyszłości muszą chcieć zmierzyć się z nieznanym, ponieważ największym ryzykiem jest niechęć do

podejmowania ryzyka. Liderzy będą musieli szukać właściwej informacji i rozwijać umiejętności sprawnego porozumiewania się. Poważnym problemem współczesności jest przełom w dziedzinie wymiany informacji, któremu towarzyszy kryzys porozumiewania się. Będą musieli nauczyć się żyć w równowadze. Przywódcy oddani ideom zmian, studiowania i doskonałości muszą umieć kreować zwycięzców w klimacie zmienności. Nie jesteśmy naszym ludziom winni jaśniejszej przyszłości; raczej przyszłość wymaga od nas przygotowania jaśniejszych ludzi. Wspólnymi siłami możemy zmienić świat.

Konrad Adenauer powiedział: *„Wszyscy żyjemy pod tym samym niebem, mamy jednak różne horyzonty”*, dlatego należy postawić pytanie retoryczne: Czy lider, który rozwija cały swój potencjał, by być bardziej kompetentnym i przygotowanym na wyzwania przyszłości? Nie chodzi o to, czy może być wyjątkowym przywódcą, lecz mo to, czy nimw rzeczywistości będzie. W życiu sami podejmujemy decyzje. Jednak nie jesteśmy całkiem bezradni. Sami wybieramy swój kierunek! Sukces wymaga pracy i wiary.

O autorze:

Mariusz Andrzejczak, ur. 29 stycznia 1975 roku w rodzinie robotniczej z silnym wychowaniem katolickim. Po zdaniu matury w technikum górniczym o profilu mechanicznym, ukończył policealne studium ekonomiczne o profilu "finanse i rachunkowość" a później studia magisterskie o profilu "teologiczno-filozoficznym" na Papieskim Wydziale Teologicznym w Warszawie, filia we Włocławku oddział w Koninie. Gdy stwierdził, że najlepszą rzeczą w jaką może teraz zainwestować będzie inwestycja w siebie, dlatego ukończył trzy "podyplomówki" na uczelniach wyższych. Pierwszy dyplom obronił w 2005 roku na Uniwersytecie Łódzkim w Łodzi tj. studium podyplomowe "prawo ubezpieczeń społecznych i gospodarczych", kolejny w 2008 roku na Uniwersytecie Warszawskim w Warszawie, studium podyplomowe "ogólno-menedżerskie" a w 2009 roku studium podyplomowe z "coaching-u" w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Ponadto ukończył wiele szkoleń sprzedażowych i menadżerskich <https://www.goldenline.pl/mariusz-andrzejczak4/> a także kurs dla członków rad nadzorczych w spółkach skarbu państwa na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu.

Posiada ponad 10-cio letnie doświadczenie w pracy administracyjno-biurowej oraz kierowniczej w instytucji państwowej. Od prawie 25-ciu lat zdobywa doświadczenie w sprzedaży i zarządzaniu zespołami. Prowadził zespoły w kilku największych w Polsce firmach finansowo-ubezpieczeniowych osiągając ponadprzeciętne wyniki sprzedażowe a mianowicie, był pierwszym menadżerem w regionie i 11 w Polsce. Był współwłaścicielem firmy szkoleniowej, franczyza "Sandler Training", która specjalizuje się w nauczaniu technikach sprzedaży. W ostatnich latach przepracował ponad 1000 godzin na sali szkoleniowej i przeszkolił tysiące osób pod kątem sprzedażowym, produktowym, kompetencji miękkich oraz motywacji. Największą jego pasją jest jednak MLM, budowanie zespołów, poznawanie ludzi, tworzenie przyjaźni, coaching, mentoring, przywództwo i ogólnie przedsiębiorczość. Zdobywał również szlify w kilku wielkich korporacjach sprzedażowych opartych o system MLM. W latach 90-tych poznał swojego pierwszego mentora, który zaszczerpił w nim ziarno przywództwa. Używając

słów Roberta Kiyosaki, autora m.in. książki "Bogaty ojciec, biedny ojciec"; poznał "bogatego ojca" Antoniego Cieślaka, który nauczył Go podstaw MLM-u i budowania biznesu.

Zdobytą wiedzę z lat dziewięćdziesiątych, dopiero zaczął wykorzystywać pod koniec 2010 roku, gdy poznał i podjął współpracę z Markiem Prucnałem. Największy sukces osiągnął współpracując z Grupą Kapitałową EuCO. Zbudował w 7 lat organizację liczącą pow. 4.000 osób z milionowymi obrotami miesięcznie. Dzięki pracy i determinacji, Mariusz wraz z zespołem, uzyskali ponad 250 mln zł. odszkodowań od Towarzystw Ubezpieczeniowych z polis OC sprawcy. Wykształcił bezpośrednio i pośrednio kilku milionerów w swoim zespole a samemu do elitarnego "klubu milionerów w EuCO" dołączył po 4 latach od podpisania umowy agencyjnej.

Jego dewizą jest:

"Wolę zarabiać 1% z pracy 100 osób niż 100% z własnej pracy" oraz "Buduj szerokość i głębokość w oparciu o partnerstwo. Inwestuj w ludzi, buduj przyjaźń a oni sobie i tobie zbudują biznes". Na swoich szkoleniach często zadaje metaforyczne pytanie: "Chcesz mieć 1% zarobku z każdego litra sprzedanego paliwa np. w Polsce czy wolisz mieć 100% dochodu z jednej, nawet najlepiej prosperującej stacji benzynowej?"

Mariusz bardzo mocno stawia na własny rozwój osobisty ale przede wszystkim wspiera i tworzy środowisko do wzrastania dla jego partnerów biznesowych.

Aktualnie nadal rozwija struktury sprzedażowe w kilku gałęziach usług. Pierwsza to: pomaganie osobom poszkodowanym, którzy ucierpieli w wypadkach i ich rodzinom. Kolejna usługa to wypożyczanie aut zastępczych a ostatni projekt dotyczy MiŚP, czyli wraz z zespołem pomaga firmom optymalizować koszty energii elektrycznej i gazu.

Prywatnie jest od 22 lat mężem i ojcem dwóch fantastycznych dziewczyn, które są dla niego wsparciem, radością a jednocześnie wyzwaniem by być dla nich nieustającym wzorem i ostoją. Wspólnie z rodziną są zaangażowani w 100% w tworzenie niezależności finansowej.

Jeżeli zastanawiasz się czy warto podjąć współpracę z Mariuszem to zadzwoń do niego tel. 604 900 079 lub napisz e-mail: m.andrzejczak@euco.pl a najlepiej spotkaj się z nim i porozmawiaj. Jeżeli nosisz w sercu buławę

przywództwa lub co najmniej ziarno przedsiębiorczości by uniezależnić swój czas od swoich dochodów a swoje dochody od swojego czasu pracy to będziesz w najlepszych rękach.

Mariusz zgadza się ze słowami *R. Kiyosaki*: "Stawanie się przedsiębiorcą może okazać się najlepszym możliwym programem rozwoju osobistego, a twój biznes - twoją własną szkołą biznesu. Kiedy ty sam się rozwijasz - rozwija się też twoja firma". Powodzenia i do zobaczenia na plażach świata.

www.mariuszandrzejczak.pl

<https://web.facebook.com/mariusz.andrzejczak.18>

Bibliografia

Literatura tematu:

1. Andrew Matthews, *Bądź Szczęśliwy*, Wydawnictwo Medium 1996,
2. Bill Newman, *Dziesięć Cnót Dobrego Przywódcy*, Wydawnictwo Medium 1995,
3. Brian Tracy, Frank M. Scheelen, *Osobowość Lidera*, Wydawnictwo Studio Emka Warszawa 2001,
4. Charles Lever, *Jeżeli nie możesz pokonać muru, zbuduj drzwi!*, Wydawnictwo Internet Services Corporation of Poland Sp. z o.o. Warszawa 2000,
5. Charles Paul Conn, *Marzenie, które nie umrze*, Wydawnictwo Internet Services Corporation 1996,
6. David P. Schloss, *Nieosiągalne jest osiągalne*, Wydawnictwo Medium 1997,
7. Dexter R. Yager, *Nie Pozwól Nikomu Skraść Swych Marzeń*, Wydawnictwo Internet Services Corporation 1996,
8. Dexter R. Yager, Sr. i D. Yager, *Podręcznik Biznesu*, Wydawnictwo Internet Services Corporation of Poland Sp. z o.o. Wydawnictwo oryginalne – Copyright 1985,
9. Dexter Yager, Ron Ball, *Wszystkiego co wiem będąc na szczycie nauczyłem się na dole*, Wydawnictwo Internet Services Corporation 1991,
10. Don Failla, *MLM Podstawy Marketingu Wielopoziomowego*, Wydawnictwo MLM International Polska 1982,
11. Glenn Bland, *Amerykański Sposób na Sukces*, Wydawnictwo Medium 1995,
12. Jon C. Maxwell, *Być Liderem, Czyli Jak Przewodzić Innym*, Wydawnictwo Medium,
13. Jon C. Maxwell, *Tworzyć Liderów, Jak Wprowadzać Innych Na Drogę Sukcesu*, Wydawnictwo Medium 2006,
14. Pat Mesiti, *Zbudź się do Marzeń*, Wydawnictwo Medium 1997,
15. Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Kwadrant Przepływu Pieniędzy*, Books & Software Co. 1999,
16. Robert T. Kiyosaki i Charon L. Lechter, *Szkoła Biznesu*, Books & Software Co. 2004,
17. Zig Ziglar, *Do Zobaczenia Na Szczycie*, Wydawnictwo Medium 1995,

Inne źródła:

1. Biznes, Tom 6, *Planowanie Kariery*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007,
2. Network magazyn, nr 03/2004,
3. Dexter Yager, *Podstawowe Zasady Budowania Własnego Biznesu*, Podręcznik wew.
4. Don King, *Dwunasty Punkt Kinga Przywództwo*,
5. http://pl.wikipedia.org/wiki/Zasada_Pareto,
6. <http://networkmagazyn.pl/index2.html>,

