

E
B
S
I

Serijal bogatog oca

Knjiga autora
New York Times
uspješnice
Bogati otac,
siromašni otac

POSLOVNA ŠKOLA

PRIJEVOD DRUGOG IZDANJA

ZA LJUDE KOJI VOLE
POMAGATI LJUDIMA

Robert T. Kiyosaki i Sharon L. Lechter, O.J.R.

Autori knjige *Bogati otac, siromašni otac*

Serijal bogatog oca

POSLOVNA ŠKOLA

Drugo američko izdanje

ZA LJUDE KOJI VOLE POMAGATI
DRUGIMA

Druge uspješnice
Roberta T. Kiyosakija i Sharon L. Lechter
u serijalu Bogati otac:

Bogati otac, siromašni otac

Ono čemu bogati podučavaju svoju djecu u vezi novca, a siromašni i srednja klasa ne

Kvadrant PROTOKA NOVCA bogatog oca

Vodič bogatog oca ka financijskoj slobodi

Vodič bogatog oca u investiranje*

U što bogati investiraju, a siromašni i srednja klasa ne

Bogato dijete, pametno dijete*

Osigurajte svojem djetetu početnu financijsku prednost

Umirovite se mladi i bogati*

Kako se brzo obogatiti i ostati bogat zauvijek

Proročanstvo bogatog oca*

Zašto najveći krah tržišta dionica u povijesti tek dolazi...

I kako se možete pripremiti i profitirati od njega!

* Knjige označene zvijezdicom objavili smo u biblioteci 21. stoljeće

Serijal bogatog oca

POSLOVNA ŠKOLA

Drugo američko izdanje

ZA LJUDE KOJI VOLE POMAGATI DRUGIMA

Robert T. Kiyosaki i Sharon L. Lechter, O.J.R.

Autori knjige *Bogati otac, siromašni otac*

U suradnji s Momentum Media



KATARINA ZRINSKI
d.o.o. VARAŽDIN

2004.

Izdavač: KATARINA ZRINSKI d.o.o. Varaždin
Moslavačka 9, Varaždin, tel.: 042/241-000, fax: 042/241-828

Za izdavača: *Mirjana Ptiček, dipl. inf*
Urednik: *Vedran Martinez*

Naslov originala: The Bussiness School
Copyright © 2001, 2003 Robert T. Kiyosaki i
Sharon L. Lechter
© 2003. KATARINA ZRINSKI, Varaždin

Prijevod: Nebojša Budanovac

ISBN 953-236-042-5

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i sveučilišna knjižnica - Zagreb

UDK 65.012(035)

KIYOSAKI, Robert T.

Poslovna škola : za ljude koji vole
pomagati drugima / Robert T. Kiyosaki i
Sharon L. Lechter ; <prijevod Nebojša
Budanovac>. - Varaždin : "Katarina
Zrinski", 2004. - (Serijal bogatog oca)
(Biblioteka 21. stoljeće)

Prijevod djela: The bussiness school, 2nd ed.

ISBN 953-236-042-5

1. Lechter, Sharon L.

I. Poduzetništvo

441020211

Posveta

Ovu knjigu, *Poslovna škola za ljude koji vole pomagati drugima*, posvećujemo milijunima pojedinaca, parova i obitelji koji su krenuli na put pokretanja vlastitog biznisa kroz mrežni marketing. Budući da smo mi posvetili svoje živote educiranju ljudi o tome kako postići financijsku slobodu, bilo nam je od neizmjerne koristi što smo se imali prilike udružiti s industrijom koja je posvećena tome da pomogne ljudima u pokretanju i izgradnji vlastitog biznisa. Svakog dana vi educirate i dijelite svoju poslovnu priliku s članovima obitelji, s prijateljima, sa susjedima i suradnicima, kao i s potpunim strancima. Zahvaljujemo vam na tome. Vi imate priliku vidjeti i iskusiti prednosti i slobodu koja proizlazi iz posjedovanja vlastitog biznisa. Kao što objašnjavaju naše uspješnice *Bogati otac, siromašni otac* i *Kvadrant PROTOKA NOVCA bogatog oca*, kad čovjek nauči istine o tome kako novac funkcionira i važne ključeve za stvaranje bogatstva, lako je vidjeti da biznis mrežnog marketinga može biti "savršeni posao" za mnoge ljude.

Ako kupite ovu knjigu bez naslovne stranice trebali biste biti svjesni da je možda ukradena i prijaviti je kao "neprodanu i uništenu" izdavaču. U tom slučaju niti autor niti izdavač ne dobivaju novac za tako "ogoljenu knjigu".

Ova publikacija je osmišljena tako da pruži opće informacije o temi koju obrađuje. Međutim, zakoni i prakse variraju od države do države i podložni su promjenama. Budući da je svaka pojedina situacija različita, specifični savjeti trebaju se prilagoditi specifičnim okolnostima. Iz tog razloga, savjetujemo čitatelju da se konzultira sa svojim savjetnikom vezano uz svoju specifičnu situaciju.

Autor je poduzeo razumne mjere opreza u pripremi ove knjige i vjeruje da su činjenice iznesene u njoj bile točne onog dana kad su napisane. Međutim, ni autor ni izdavač ne preuzimaju bilo kakvu odgovornost za bilo kakvu grešku ili propust. Autor i izdavač odbacuju svaku odgovornost za bilo kakav rezultat upotrebe ili primjene informacija sadržanih u ovoj knjizi, a informacije nisu namijenjene tome da posluže kao pravni, financijski ili bilo kakav profesionalni savjet vezan uz pojedine situacije.

Iako su zasnovani na istinitim pričama, određeni događaji u knjizi su obrađeni radi boljeg edukacijskog efekta.

Copyright 2001, 2003 Robert T. Kiyosaki i Sharon L. Lechter

Sva prava rezervirana.

Objavio TechPress, Inc. u suradnji s

CASHFLOW Technologies, Inc. i Momentum Media, ogranak VideoPlus Inc.

CASHFLOW i Rich Dad registrirani su zaštitni znakovi, a Rich Dad's Advisors je zaštićena marka CASHFLOW Technologies, Inc.



su zaštićeni znakovi CASHFLOW Technologies, Inc.

Momentum media

Dizajn Momentum Media, ogranak VideoPlus, Inc

Na temelju izvornog dizajna Imagesupport.com, llc.

Zahvala

Bili smo počašćeni nevjerovatno dobrim prijemom koji je prvo izdanje ove knjige doživjelo po objavljivanju 2001. Međutim, to je blijedo u usporedbi s prijemom koji je industrija mrežnog marketinga pružila našem radu od sredine 1990-tih. Budući da ste bili rani promotor poruke Bogatog oca, zahvaljujemo vama, vašim sponzorima, vašim članovima tima, vašim kolegama i kompanijama s kojima surađujete. Nalazimo se u zajedničkom pothvatu da pomognemo ljudima u preuzimanju kontrole nad svojim finansijskim životom. Nastavite učiti i podučavati. Hvala vam!

SADRŽAJ

Uvod	Zašto preporučam mrežni marketing kao biznis? . . .	11
1. poglavlje	Što bogate čini bogatima?	13
2. poglavlje	Postoji više od jednog načina kako doći do bogatstva	23
3. poglavlje	Vrijednost br. 1: Istinski jednake mogućnosti. . .	39
4. poglavlje	Vrijednost br. 2: Poslovna edukacija koja mijenja život	47
5. poglavlje	Vrijednost br. 3: Prijatelji koji će vas pogurati gore, ne vući prema dolje.	63
6. poglavlje	Vrijednost br. 4: U čemu je vrijednost mrežnog marketinga?	81
7. poglavlje	Vrijednost br. 5: Razvoj vaše najvažnije poslovne vještine.	89
8. poglavlje	Vrijednost br. 6: Vodstvo.	107
9. poglavlje	Vrijednost br. 7: Ne raditi za novac.	119
10. poglavlje	Vrijednost br. 8: Živjeti svoje snove.	141
Dodaci	Vrijednost br. 9: Brak i biznis.	149
	Vrijednost br. 10: Obiteljski biznis.	153
	Vrijednost br. 11 Kako možete upotrijebiti iste porezne prečice koje koriste bogati.	157
Birani citati.		161
O autorima		165
Resursi Bogaog oca		171

Uvod

Zašto preporučam mrežni marketing kao biznis?

Slijedi primjer pisma kakvih mnogo dobivam:

Dragi g. Kiyosaki,

Bok, nadam se da ste dobro.

Zovem se Susan i pišem vam u vezi svojeg supruga, Alana. On je pročitao sve vaše knjige i ima sjajan potencijal da postane odličan poduzetnik i biznismen. Rekla sam mu da ću vam pisati i zatražiti od vas jedan savjet. Ja osobno nisam pročitala niti jednu od vaših knjiga pa ne znam vaše stajalište o toj temi, ali moj suprug ulaže mnogo vremena u kompaniju pod imenom (ime kompanije izbrisano). Oni su piramidalna kompanija koja prodaje vitamine i druge proizvode vezane uz zdravlje. Osoba na vrhu dobije vas da prodajete za nju, i tako to ide niz hijerarhiju.

Ne bi mi to toliko smetalo da ne mislim da je to gubljenje vremena za njega. Od svog njegovog truda da izgradi neko tuđe ime i kompaniju, na kraju će netko drugi ubrati rezultate njegovog rada. Prodaju mu ideju da on započinje vlastiti biznis, ali ne vidim njegovo ime na kompaniji. Kako bi to mogao biti njegov biznis ako njegovo ime nije na vitaminima? Povrh toga, radio je u tome u svoje slobodno vrijeme preko godinu dana. i još nije zaradio mnogo novca.

Pretpostavljam da je bit svega ovoga to što ja smatram da on troši dragocjeno vrijeme i htjela bih da on investira u sebe i svoje ime, a ne nečije tuđe. Umjesto što gradi biznis mrežnog marketinga, mislim da bi trebao

pokrenuti vlastitu kompaniju. Također vjerujem da ga ljudi za koje prodaje iskorištavaju. Znam da je pročitao vaše knjige i da veoma cijeni vaše mišljenje kao biznismena, i mislim da će možda saslušati vaše stavove o tome, jer moje neće. Tko zna, možda sam u krivu. To bi bilo dobro, jer bilo bi mi lakše da je tako.

Ako odgovorite na ovo pitanje, unaprijed vam zahvaljujem na vašem vremenu. Srdačno vaša

Susan M.

Moj odgovor

Kao što neki od vas znaju, moj ured zatrpan je pismima. Nažalost, nemam vremena odgovarati na svako pismo.

Počinjem ovu knjigu s ovom pismom jer pitanja i brige ove osobe često čujem i od drugih ljudi. To su vrijedna pitanja i brige. Nadalje, impresionirala me njezina iskrenost i njezina volja da zadrži otvoren um. U današnjem svijetu koji se brzo mijenja, od vitalne je važnosti imati otvoren um.

Jedan od glavnih razloga zašto sam odlučio napisati ovu knjigu jest to što mi često postavljaju takva pitanja. Mnogi ljudi žele znati zašto preporučam biznis mrežnog marketinga, budući da nisam povezan niti s jednom kompanijom, niti sam zaradio novac putem biznisa mrežnog marketinga. Napisao sam ovu knjigu da odgovorim na ta pitanja jednom i zauvijek. Kao što možete vidjeti po broju stranica knjige, moj odgovor na to pitanje nije jednostavan.

Želim reći da ne vjerujem kako je biznis mrežnog marketinga za svakoga. Čitajući ovu knjigu, spoznat ćete je li to za vas ili ne. Ako već imate biznis mrežnog marketinga, vjerujem da ćete otkriti kako ova knjiga potvrđuje ono što znate i osjećate. Ako razmišljate o pokretanju biznisa mrežnog marketinga, vjerujem da ćete otkriti neke od skrivenih prilika i vrijednosti koje vam on može ponuditi, vrijednosti koje mnogi ljudi obično ne vide. Drugim riječima, u biznisu mrežnog marketinga daleko je više toga od obične prilike za zaradu nešto dodatnog novca.

Hvala vam unaprijed na čitanju knjige i na otvorenom umu.

Srdačno vaš,

Robert J. Kiyosaki

Prvo poglavlje

Što bogate čini bogatima?

Jednog dana nakon škole, radio sam u uredu svog bogatog oca. Imao sam oko 15 godina i u to sam vrijeme bio vrlo frustriran u školi. Htio sam učiti i biti bogat, ali umjesto da učim predmete kao što su "Novac" i "Kako postati milijunaš", na satu prirode razgovarali smo o žabama i pitao sam se kako će me poznavanje žaba učiniti bogatim. Frustriran zbog škole, upitao sam bogatog oca zašto nas u školi ne uče o novcu.

Bogati otac nasmiješio se, podigao pogled sa svojih papira i rekao: "Ne znam. I ja sam se to pitao." Zastao je na trenutak i upitao: "Zašto me to pitaš?"

"Pa," rekoh ja polako, "dosadno mi je u školi. Ne vidim vezu između onoga što moramo učiti u školi i stvarnog svijeta. Samo želim naučiti kako postati bogat. Kako će mi seciranje žaba pomoći da kupim novi automobil? Kad bi mi nastavnik mogao na to dogovoriti, secirao bih tisuće žaba."

Bogati otac nasmijao se glasno i upitao: "Što ti kažu kad ih pitaš o vezi između mrtvih žaba i novca?"

"Svi moji nastavnici govore isto", odgovorih ja. "Govore isto bez obzira na to koliko puta ih pitam na koji način je škola povezana sa stvarnim svijetom."

"A što kažu?"

"Kažu da moraš dobiti dobre ocjene kako bi pronašao siguran posao", odgovorio sam.

"Pa, to je ono što želi većina ljudi" reče bogati otac. "Većina ljudi ide u školu kako bi pronašli posao i nekakvu financijsku sigurnost."

"Ali ja to ne želim. Ne želim biti zaposlenik i raditi za nekog drugog. Ne želim provesti život tako da mi netko drugi govori koliko novca mogu zaraditi, kada mogu raditi ili se odmarati. Želim biti slobodan. Želim biti bogat. Zato ne želim posao."

Za one od vas koji možda nisu čitali knjigu *Bogati otac, siromašni otac*, reći ću da je moj bogati otac bio otac mojeg najboljeg prijatelja. Iako je to bio čovjek koji je počeo ni iz čega i nije imao formalno obrazovanje, na kraju je postao jedan od najbogatijih ljudi u državi Havaji. Moj siromašni, pravi otac bio je vrlo obrazovan čovjek, visoko plaćen državni službenik, ali bez obzira na to koliko zarađivao, krajem svakog mjeseca bio je bez prebijene pare i na kraju života prožetog teškim radom umro je siromašan.

Jedan od razloga zašto sam počeo učiti kod svojeg bogatog oca nakon škole i vikendima bio je taj što sam znao da ne dobivam u školi obrazovanje koje sam htio. Znao sam da škola nema odgovore koje sam tražio jer je moj pravi otac, moj siromašni otac bio pročelnik za obrazovanje države Havaji. Znao sam da moj pravi otac, glavni nastavnik, ne zna tako mnogo o novcu. Zato sam znao da me školski sustav ne može podučiti onome što želim znati. U dobi od 15 godina, htio sam znati kako biti bogat, a ne kako biti zaposlenik koji radi za bogate.

Nakon što sam vidio da se moji majka i otac stalno prepiru oko toga što nemaju dovoljno novca, počeo sam tražiti odraslu osobu koja me može podučiti o novcu. Tako sam počeo učiti od svojeg bogatog oca. Učio sam od njega od svoje 9 do svoje 38 godine. Tražio sam obrazovanje za sebe. To je bila moja 'Poslovna škola', poslovna škola za stvarni život. Zahvaljujući obuci mojeg bogatog oca, mogao sam poći u mirovinu u dobi od 47 godina, financijski slobodan do kraja svojeg života. Da sam poslušao savjet svojeg siromašnog oca, savjet da budem dobar zaposlenik do svoje 65 godine, dan danas bih radio i brinuo o sigurnosti svojeg posla i svojem mirovinskom planu

punom uzajamnih fondova čija vrijednost stalno opada. Razlika između savjeta mojeg bogatog oca i savjeta mojeg siromašnog oca bila je jednostavna. Moj siromašni otac uvijek je govorio: "Idi u školu i dobro uči, tako da možeš pronaći siguran posao s beneficijama." Savjet mojeg bogatog oca bio je: "Ako želiš biti bogat, moraš biti vlasnik biznisa i investitor." Moj problem bio je u tome što me škola nije naučila da budem vlasnik biznisa ili investitor.

"Ako želiš biti bogat, moraš biti vlasnik biznisa ili investitor"

Zašto je Thomas Edison bio bogat i slavan

"I što ste učili danas u školi?" upita bogati otac.

Razmišljajući na trenutak o svojem danu, napokon sam mu odgovorio: "Proučavali smo život Thomasa Edisona."

"To je važna osoba", reče bogati otac. "Jeste li razgovarali o tome kako je postao bogat i slavan?"

"Ne", odgovorio sam. "Razgovarali smo samo o njegovim izumima, kao što je žarulja."

Bogati otac nasmiješi se i reče: "Pa, ne volim se protiviti tvojim učiteljima, ali Thomas Edison nije izumio žarulju... Ali ju je usavršio." Bogati otac objasnio je kako je Thomas Edison jedan od njegovih junaka i kako je proučavao njegov život.

"Pa, zašto je njemu pripisan izum?" upitah ja.

"Prije njegove žarulje izumljene su i druge, ali problem je bio u tome što nisu bile praktične. Rane žarulje nisu dovoljno dugo funkcionirale. Osim toga, drugi izumitelji nisu objasnili kako bi žarulja mogla imati neku komercijalnu vrijednost."

"Komercijalnu vrijednost?" upitah ja zbunjeno.

"Drugim riječima, drugi izumitelji nisu znali kako zaraditi od svojeg izuma, a Thomas Edison je to znao", doda bogati otac.

"Dakle, on je izumio *upotrebljivu* žarulju, a znao je i kako je pretvoriti u biznis."

Bogati otac kimne glavom. "Njegov osjećaj za biznis učinio je mnogo njegovih izuma dostupnima milijunima ljudi. On je

bio osnivač General Electrica i mnogih drugih velikih kompanija. Jesu li vam učitelji to objasnili?"

"Ne", odgovorih ja. "Volio bih da jesu. Bio bih više zainteresiran za tu temu. Ovako mi je bilo dosadno i pitao sam se zašto je Thomas Edison važan za stvarni život. Da su mi rekli kako je postao tako bogat, bio bih više zainteresiran i slušao bih pažljivije."

Bogati otac nasmije se i ispriča mi kako je izumitelj Thomas Edison postao i multimilijunaš i osnivač korporacije vrijedne milijarde dolara. Nastavio je pričati kako je Edison izbačen iz škole jer su njegovi učitelji mislili kako nije dovoljno pametan da uspije u školi. Tada je, još kao dječak, počeo prodavati svijeće i magazine na željeznici. Tamo je razvio svoje prodajne vještine. Uskoro je počeo izdavati vlastite novine u jednom vagonu i unajmio je tim dječaka koji su prodavali ne samo njegove svijeće, već i njegove novine. Dok je još bio dječak, od zaposlenika postao je vlasnik biznisa i zaposlio tucet drugih dječaka u roku od godine dana.

"Tako je, dakle, Thomas Edison započeo svoju poslovnu karijeru?" upitah ja.

Bogati otac kimne glavom i nasmiješi se.

"Zašto mi učitelji nisu to ispričali?" upitah ja. "Volio bih čuti tu priču."

"Ima još", reče bogati otac, nastavljajući Edisonovu priču. Bogati otac nastavio je objašnjavati kako je Edison ubrzo dosadio posao na vlaku i kako je počeo učiti Morzeov kod kako bi dobio posao kao operater telegrafa. Uskoro je bio jedan od najboljih operatera i putovao je od grada do grada koristeći se svojim vještinama. "Ono što je naučio kao mladi poduzetnik i operater telegrafa dalo mu je predznanje biznismena i izumitelja."

"Kako mu je to što je bio operater telegrafa pomoglo da postane biznismen?" upitah ja zbunjeno. "Kakve veze ima ta priča s mojim bogaćenjem?"

"Daj mi vremena da ti objasnim", reče bogati otac. "Vidiš, Thomas Edison bio je više od običnog izumitelja. Kao mladić, postao je vlasnik biznisa. Zato je postao vrlo bogat i slavan.

Umjesto da ide u školu, stjecao je poslovne vještine potrebne za uspjeh u stvarnom svijetu. Pitao si me zašto su bogataši bogati, zar ne?"

"Da", odgovorih ja, kimajući i osjećajući se pomalo posramljeno što sam prekinuo bogatog oca.

"Ono što ga je učinilo bogatim u vezi žarulje bilo je njegovo prošlo iskustvo biznismena i operatera telegrafa", reče bogati otac. "Kao operater telegrafa, znao je da je ono što je izumitelja telegrafa učinilo tako uspješnim bio poslovni sustav, sustav žica, stupova, obučeni ljudi i relejnih postaja. Kao mladić, Thomas Edison shvatio je moć sustava."

Uskočih: "Misliš, zato što je bio biznismen, shvatio je koliko je sustav važan. Sustav je bio važniji od samog izuma."

Bogati otac kimne. "Vidiš, većina ljudi ide u školu kako bi naučili biti zaposlenici sustava, tako da mnogi ne vide cjelinu. Većina vidi samo važnost svojih poslova jer to je sve što su obučeni da vide. Dakle, vide drveće, ali ne i šumu."

"Dakle, većina ljudi radi za sustav, umjesto da ga posjeduje", dodah ja.

Potvrдно kimajući glavom, bogati otac reče: "Sve što vide je izum ili proizvod, ne i sustav. Većina ljudi ne vidi što je to što bogataše čini bogatima."

"Kako se to odnosi na Thomasa Edisona i njegovu električnu žarulju?" upitah ja.

"Ono što je učinilo žarulju moćnom nije bila žarulja, već sustav električnih vodova i postaja koje su osiguravale struju žarulji", reče bogati otac. "Ono što je Thomasa Edisona učinilo bogatim i slavnim bilo je to što je mogao vidjeti cjelinu, dok su drugi ljudi vidjeli samo žarulju."

"A mogao je vidjeti cjelinu zahvaljujući svojem poslovnom iskustvu na vlaku i iskustvu operatera telegrafa", odgovorih ja.

Bogati otac kimne. "Druga riječ za sastav je 'mreža'. Ako zaista želiš naučiti kako biti bogat, moraš shvatiti moć koja se nalazi u *mrežama*. Najbogatiji ljudi na svijetu grade mreže. Svi drugi uče tražiti posao."

"Najbogatiji ljudi na svijetu grade mreže. Svi drugi uče tražiti posao."

"Bez strujne mreže, žarulja bi za ljude imala vrlo malu vrijednost", rekoh ja.

"Shvaćaš u čemu je stvar", nasmiješi se bogati otac. "Ono što bogate čini bogatima jest to što grade i posjeduju sustav... Mrežu. Posjedovanje mreže čini ih bogatima."

"Mreža? Dakle, ako želim biti bogat, moram naučiti graditi poslovnu mrežu?" upitah ja.

"Polako shvaćaš", reče bogati otac. "Postoji više od jednog načina da se obogatiš, ali svi ultrabogataši gradili su mreže. Samo pogledaj kako je John D. Rockefeller postao jedan od najbogatijih ljudi na svijetu. On je radio mnogo više od traženja nafte. John D. Rockefeller postao je jedan od najbogatijih ljudi na svijetu jer je izgradio mrežu benzinskih postaja, kamiona za prijevoz, brodova i naftovoda. Zahvaljujući svojoj mreži postao je tako bogat i moćan da ga je vlada SAD-a prisilila da je razlomi, nazivajući je monopolom."

"A Alexander Graham Bell izumio je telefon koji je napokon postao telefonska mreža zvana AT&T", dodah ja.

Bogati otac kimne. "A kasnije su došle radio mreže, pa televizijske mreže. Svaki put kad se pojavi novi izum, ljudi koji se obogate su ljudi koji izgrade i posjeduju mrežu koja daje podršku novom izumu. Mnoge visoko plaćene zvijezde i sportaši bogati su samo zato što su ih radio i televizijske mreže učinile bogatima i slavnima."

"Zašto nas školski sustav ne uči graditi mreže?" upitah ja.

Bogati otac slegne ramenima. "Ne znam", odgovori. "Mislim da je to zato što je većina ljudi sretna kad dobije posao zaposlenika velike mreže, mreže koja bogate čini još bogatijima. Ja nisam htio raditi za bogate. Zato sam izgradio vlastitu mrežu. Nisam zaradio toliko mnogo novca u ranoj fazi života, jer za izgradnju mreže treba vremena. Za 5 godina zaradio sam mnogo manje od svojih vršnjaka. Međutim, nakon 10 godina bio sam mnogo bogatiji od većine svojih kolega iz razreda, čak i onih koji su postali liječnici i odvjetnici. Danas

zarađujem daleko više no što oni mogu i sanjati. Dobro osmišljena i vođena poslovna mreža eksponencijalno će zaraditi daleko više od vrijednog pojedinca."

Bogati otac objasnio je kako je povijest puna priča o bogatim i slavim ljudima koji su gradili mreže. Kad su izumljeni vlakovi, mnogi ljudi su se obogatili. Isto vrijedi za avione, brodove, automobile i veleprodajne trgovine, kao što su Wal-Mart, Gap i Radio Shack. U današnjem svijetu, moć superračunala i moć PC-a omogućuje mnogim pojedincima da izgrade veliko bogatstvo ako rade na izgradnji vlastitih mreža. Ova knjiga i moja kompanija, richdad.com, posvećeni su onima koji žele izgraditi vlastite poslovne mreže.

Danas imamo Billa Gatesa, najbogatijeg čovjeka na svijetu, koji je postao bogat uključujući operativni sustav u IBM-ovu mrežu. Beatlesi su postali slavni širom svijeta zahvaljujući moći radija, televizije i mrežama glazbene produkcije. Sportske zvijezde zarađuju milijune dolara zahvaljujući moći televizijskih i radio mreža. Internet, koji je najnovija svjetska mreža, stvorio je mnoge milijunaše i ponekog milijardera. Moje spisateljske vještine donijele su mi milijune dolara ne zato što sam dobar pisac, već zbog moje poslovne suradnje s AOL Time Warnerom. Mi iz richdad.coma surađujemo s Time Warner Books-om i AOL-om na Intenetu. To su sjajne kompanije i sjajni suradnici. Richdad.com se također umrežava s drugim kompanijama diljem svijeta, u zemljama kao što su Japan, Kina, Australija, Velika Britanija, Europa, Afrika, Južna Amerika, Kanada, Indija, Singapur, Malezija, Indonezija, Meksiko, Filipini i Tajvan. Kao što je rekao bogati otac: "Bogati grade mreže, a svi ostali traže posao."

Zašto bogati postaju bogatiji

Većina nas čula je za izreku: *Svaka ptica svome jatu leti*. Pa, ta je izreka točna ne samo za ptice, već i za bogataše, siromašne i ljude iz srednje klase. Drugim riječima, bogati se umrežavaju s bogatima, siromašni sa siromašnima, a srednja klasa sa srednjom klasom. Bogati otac često je govorio: "Ako želiš

postati bogat, moraš se umrežiti s onima koji su bogati ili ti mogu pomoći da postaneš bogat." Također je rekao: "Mnogi ljudi provode život družeći se i umrežavajući s ljudima koji ih zadržavaju u financijskom smislu." Jedna ideja koju ova knjiga želi promicati jest da je biznis mrežnog marketinga biznis s ljudima koji su tu kako bi vam pomogli da se obogatite. Možete si postaviti slijedeće pitanje: "Jesu li kompanija za koju radim i ljudi za koje radim posvećeni tome da me učine bogatim? Ili su više zainteresirani za to da ostanem njihov vrijedni radnik?"

Do dobi od 15 godina, znao sam da je jedini način da postanem bogat i financijski slobodan taj da se naučim umrežavati s ljudima koji mi mogu pomoći da postanem bogat i financijski slobodan. Meni je to imalo savršenog smisla. No, mnogim mojim kolegama smisao je bio taj da dobiju dobre ocjene i nađu siguran posao. U dobi od 15 godina, odlučio sam potražiti prijateljstvo ljudi koji su zainteresirani za to da me učine bogatim, a ne lojalnim zaposlenikom koji radi za bogate. Kad se osvrnem unatrag, shvaćam da je odluka koju sam donio u dobi od 15 godina bila odluka koja mi je promijenila život. To nije bila lagana odluka, jer sam u dobi od 15 godina morao paziti na to s kim provodim vrijeme i koje ću učitelje slušati. Za one od vas koji razmišljaju o izgradnji biznisa ta je ideja - ideja svjesnosti o tome s kim provodite vrijeme i tko su vam učitelji - vrlo važna. Kao mladić u srednjoj školi, počeo sam vrlo oprezno birati svoje prijatelje i učitelje, jer vaša obitelj, prijatelji i učitelji su vrlo, vrlo, vrlo važan element vaše mreže.

Poslovna škola po mjeri čovjeka

Osobno, oduševljen sam što pišem ovu knjigu kao podršku industriji mrežnog marketinga. Mnoge kompanije u toj industriji nude milijunima ljudi istu poslovnu edukaciju koju sam ja dobio od svog bogatog oca, priliku za gradnju vlastite mreže umjesto za provođenje cijelog života u radu za neku mrežu.

Podučavanje ljudi u razumijevanju moći izgradnje vlastitih biznisa, vlastitih mreža, nije lagan zadatak. To nije lagan

zadatak zato što je većina ljudi učila biti lojalan, vrijedan zaposlenik, a ne vlasnik biznisa koji gradi vlastite mreže.

Nakon što sam se vratio iz Vijetnama, gdje sam bio časnik marinaca i pilot helikoptera, razmišljao sam o povratku u školu kako bih dobio svoju diplomu. Moj bogati otac odgovorio me od toga. Rekao je: "Ako dobiješ diplomu u tradicionalnoj školi, još si uvijek školovan za to da budeš zaposlenik bogatih. Ako želiš biti bogat, a ne samo dobro plaćen zaposlenik bogatih, moraš pohađati poslovnu školu koja te podučava vještinama poduzetnika. To je tip poslovne škole kroz koju sam te ja proveo." Bogati otac rekao je: "Problem s većinom poslovnih škola je u tome što uzimaju najpametniju djecu i podučavaju ih tome da budu direktori za bogate, a ne direktori zaposlenika." Ako ste pratili vijesti o Enronu i WorldComu, visoko obrazovani direktori optuženi su da su mislili samo na sebe, a ne na zaposlenike i investitore koji su im povjerali svoje živote i novac. Mnogi visoko educirani i visoko plaćeni direktori govorili su svojim zaposlenicima da kupe više dionica kompanije dok su sami prodavali svoje dionice. Iako su World Com i Enron ekstremni slučajevi, taj tip sebičnog ponašanja događa se svakodnevno u korporacijskom svijetu i na tržištu dionica.

Industriju mrežnog marketinga uvelike podržavam zato što su mnoge kompanije u toj industriji zapravo *poslovne škole po mjeri čovjeka*, a ne poslovne škole koje uzimaju pametnu djecu i pretvaraju ih u zaposlenike bogatih. Mnoge kompanije mrežnog marketinga su zapravo poslovne škole koje podučavaju ljude vrijednostima koje se ne mogu naći u tradicionalnim poslovnim školama; vrijednostima kao što je činjenica da je najbolji način da se postane bogat naučiti sebe i druge ljude vođenju biznisa umjesto učiti ih da budu lojalni zaposlenici koji rade za bogate.

Drugi načini za bogaćenje

Mnogi ljudi stekli su veliko bogatstvo gradeći biznis mrežnog marketinga. Zapravo, neki od mojih najbogatijih

prijatelja stvorili su svoja bogatstva gradeći biznis mrežnog marketinga. No, iskreno govoreći, postoje i drugi načini za bogaćenje. Zato ću u slijedećem poglavlju govoriti o drugim načinima na koje ljudi mogu postati bogati, i što je još važnije, financijski slobodni, slobodni od tlake zarađivanja za život, zadržavanja sigurnog posla i življenja od plaće do plaće. Nakon što pročitate slijedeće poglavlje, možda će vam biti jasnije je li gradnja biznisa mrežnog marketinga za vas najbolji način za stvaranje vlastitog bogatstva i vozilo za lov na vaše snove i strasti.

Drugo poglavlje

Postoji više od jednog načina kako doći do bogatstva

"Možete li me naučiti da postanem bogat?" upitao sam svoju nastavnicu.

"Ne", odgovorila je nastavnica biologije. "Moj posao je da ti pomognem da maturiraš kako bi pronašao dobar posao."

"A što ako ne želim posao? Što ako želim biti bogat?" upitah ja.

"Zašto želiš biti bogat?" upita moja nastavnica.

"Jer želim biti slobodan. Želim imati vremena i novca da mogu činiti što hoću. Ne želim biti zaposlenik najveći dio svojeg života. Ne želim da mi moje životne snove diktira iznos moje plaće."

"To su besmislice. Sanjaš o lijenom životarenju bogatih, a ne možeš se obogatiti ako nemaš dobre ocjene i dobro plaćen posao", reče nastavnica. "Sada se vrati svojoj žabi."

U svojim knjigama i edukacijskim programima često spominjem tri različita tipa edukacije koji su potrebni ako želimo biti financijski uspješni u životu: skolastička, profesionalna i financijska edukacija.

Skolastička edukacija

Ova edukacija podučava nas da pišemo, čitamo i računamo. Vrlo je važna, naročito u današnjem svijetu. Osobno, meni ova

razina edukacije nije išla naročito dobro. Veći dio svojeg života bio sam samo "dobar", jer nisam bio zainteresiran za ono čemu su me učili. Vrlo sporo čitam i ne pišem dobro. Iako sam spor, mnogo čitam. Čitam vrlo sporo i često moram knjigu pročitati dva ili tri puta prije no što shvatim što sam pročitao. Također sam i loš pisac, iako i dalje pišem.

Uzged budi rečeno, iako sam loš pisac, imao sam sreće da mi šest knjiga dospije na liste uspješnica *The New York Timesa*, *The Wall Street Journala* i *Business Weeka*. Kao što sam rekao u *Bogatom ocu, siromašnom ocu*, ja nisam pisac koji najbolje piše, već sam pisac koji se najbolje prodaje. Obuka iz prodaje mojeg bogatog oca isplatila se, iako se nije isplatila u školi kad se radilo o ocjenama.

Profesionalna edukacija

Ova edukacija podučava vas kako raditi za novac. Dok sam bio mladić, pametna djeca školovala su se za liječnike, odvjetnike i računovođe. Druge profesionalne škole podučavaju djecu da postanu medicinsko pomoćno osoblje, vodoinstalateri, zidari, električari i automehaničari. Ako pogledate žute stranice svojeg telefonskog imenika pod rubrikom edukacija ili škola, otkrit ćete da su te stranice ispunjene školama koje ljude podučavaju profesijama koje će ih učiniti zapošljivijima.

U mojem slučaju, budući da nisam bio dobar na prvoj razini edukacije, skolastičkoj razini, nisu me poticali da postanem liječnik, odvjetnik ili računovođa. Umjesto toga, pohađao sam školu u New Yorku gdje sam postao brodski časnik i plovio na tankerima Standard Oila i putničkim brodovima. Nakon mature, budući da je počeo Vijetnamski rat, umjesto da se zaposlim u broderskoj industriji, otišao sam u Pensacolu na Floridi gdje sam pohađao Mornaričku letačku školu i postao pilot, tako da sam u Vijetnamu letio u marincima. Oba moja oca govorila su da je dužnost sina da se bori za svoju zemlju, pa smo se moj brat i ja dobrovoljno javili da pođemo u Vijetnam. Do svoje 23. godine imao sam dvije profesije, brodski časnik i pilot, ali nikada nisam koristio ni jednu od njih da bih zaradio novac.

Uzgred, mislim da je ironično to što sam danas najpoznatiji kao pisac... jer iz jezikoslovlja sam dvaput pao razred u srednjoj školi.

Financijska edukacija

To je edukacija u kojoj učite kako postići da *novac radi za vas* umjesto da *vi radite za novac*. Ova treća razina edukacije ne postoji u većini naših škola.

Moj siromašni otac smatrao je da je dobra skolastička i profesionalna edukacija sve što je čovjeku potrebno da bi bio uspješan u stvarnom svijetu. Bogati otac je govorio: "Ako imaš lošu financijsku edukaciju, uvijek ćeš raditi za bogate." Richdad.com dao je sve od sebe da stvori proizvode koji omogućuju istu financijsku edukaciju kakvu je bogati otac pružio meni. Imamo proizvode kao što su društvene igre PROTOK NOVCA 101, 202 i PROTOK NOVCA za djecu, koji na zabavan način prenose istu financijsku edukaciju i financijski mentalni sklop koji je bogati otac pružio meni.

"Naučite postići da novac radi za vas, umjesto da vi radite za novac."

Financijska katastrofa

Po mojem mišljenju, Sjedinjenim državama, kao i mnogim drugim zapadnim nacijama, prijeti financijska katastrofa, katastrofa koju je prouzročio neuspjeh obrazovnog sustava da adekvatno osigura realističan program financijske edukacije za učenike. Kao što većina nas nažalost zna, u školi nismo dobili mnogo financijske edukacije, a po mojem mišljenju, znanje o tome kako raspolagati novcem i kako ga investirati vrlo je važna životna vještina.

Nedavno smo vidjeli kako milijuni ljudi gube trilijune dolara na tržištu dionica. U bliskoj budućnosti, predviđam financijsku katastrofu jer milijuni ljudi rođeni nakon 1950. neće imati dovoljno novca za mirovinu. Još važniji od novca za mirovinu

je novac za medicinsku skrb. Često čujem financijske savjetnike kako govore: "Vaši životni troškovi smanjit će se nakon što se umirovite." Ono što vam takvi financijski savjetnici često ne govore jest da vam medicinski troškovi porastu nakon mirovine, čak i ako se životni troškovi smanje.

Moj siromašni otac vjerovao je da bi država trebala brinuti o svakome tko nema novca. Iako se u srcu slažem s njim, moj financijski um pita se kako si država može priuštiti da izdržava milijune ljudi kojima će uskoro biti potrebna financijska podrška za životne i medicinske troškove. Do godine 2010., prvi od 83 milijuna pripadnika generacije populacijske eksplozije, tzv. *baby-booma*, krenut će u mirovinu. Pitam se koliko njih će imati dovoljno novca za život kada njihovi radni dani završe? A ako milijuni njih trebaju milijarde dolara da prežive, jesu li mladi ljudi diljem svijeta voljni plaćati životne troškove starijih ljudi?

Po mojem mišljenju, imperativ je da naš školski sustav počne u školama predavati financijsku edukaciju što je moguće prije. Učenje raspolaganja novcem i investiranja novca sigurno je jednako važno kao i učenje seciranja žabe.

Osobni komentar

Moja supruga i ja bili smo u stanju otići rano u mirovinu bez posla, bez pomoći države i bez dionica ili uzajamnih fondova. Zašto nismo imali dionice ili uzajamne fondove? Razlog je taj što su za nas to vrlo rizične investicije. Po mojem mišljenju, uzajamni fondovi spadaju u najrizičnije investicije, no oni su dobra investicija ako nemate formalnu financijsku edukaciju i iskustvo.

Ako ste u posljednje vrijeme pratili financijske vijesti, možda ste uočili da su prije kraha tržišta dionica koji je započeo u ožujku 2000. financijski savjetnici govorili, "Investirajte dugoročno, kupujte i zadržite i investirajte u različite stvari."

Nakon kraha tržišta, savjetuju: "Investirajte dugoročno, kupujte, zadržite i investirajte u različite stvari." Primjećujete li razliku?

***"Izgradnja vlastitog biznisa najbolji je način da se obogatite.
Kada izgradite vlastiti biznis i stvorite snažan prtok novca, tada
možete početi investirati u drugu aktivu."***

Dakle, ako nemate dobru financijsku edukaciju, bilo bi dobro da učinite onako kako vam savjetuje većina financijskih savjetnika, a to je da štedite novac, kupujete uzajamne fondove, investirate dugoročno u različite stvari. Ako imate dobru financijsku edukaciju, tada ne morate slijediti tako rizične savjete. Umjesto toga, možete učiniti ono što je meni savjetovao bogati otac, a to je da izgradite biznis. Rekao je: "Izgradnja vlastitog biznisa najbolji je način da se obogatite. Kada izgradite vlastiti biznis i stvorite snažan prtok novca, tada možete početi investirati u drugu aktivu."

Drugi načini za bogaćenje

Bogati otac rekao je: "Budući da tako mnogo ljudi nije imalo adekvatnu financijsku edukaciju, smislili su mnoge zanimljive načine za bogaćenje osim izgradnje poslovne mreže. Na primjer, milijuni ljudi pokušavaju se obogatiti igrajući loto ili naporno radeći i štedeći novac. A neki od njih čak se i uspijevaju obogatiti na te načine." Nastavio je: "Ako se želiš obogatiti, moraš pronaći način koji ti najbolje odgovara." Slijede neki načini na koje se drugi ljudi mogu obogatiti.

1. Možete se obogatiti vjenčajući se s nekim zbog njegovog ili njezinog novca.

Ovo je vrlo popularan način bogaćenja. No, bogati otac rekao bi: "Znaš kakvi ljudi se vjenčaju radi novca."

2. Možete se obogatiti tako što ćete biti varalica.

Bogati otac rekao je: "Nevolja u tome što si varalica jest to što se moraš družiti s drugim varalicama. Većina biznisa zasnovana je na povjerenju. Kako možeš imati povjerenje ako su ti partneri varalice?" Rekao je: "Ako si pošten i pošteno

pogriješiš u biznisu, većina ljudi to razumije i pruži ti drugu priliku. Nadalje, ako naučiš nešto iz svojih grešaka postat ćeš bolji biznismen. Ali ako si varalica i pogriješiš, tada ćeš završiti u zatvoru ili će te tvoji partneri kazniti na svoj način."

3. Možete se obogatiti tako što ćete biti pohlepni.

Bogati otac rekao je: "Svijet je pun ljudi koji su se obogatili tako što su bili pohlepni. Pohlepni bogataši su najprezrenija od svih vrsta bogataša."

Nakon kraha tržišta 2000., svijet je živio od priča o kompanijama koje su lažirale svoja financijska izvješća, direktorima koji su lagali investitorima, unutarnjim investitorima koji su ilegalno prodavali dionice i službenicima korporacija koji su govorili radnicima da kupuju dionice dok su oni svoje prodavali. Mjesecima su vijesti bile pune priča o voditeljima Enrona, WorldComa, Arthura Andersona i o analitičarima s Wall Streeta koji su lagali, varali i krali. Drugim riječima, neki od tih bogatih pohlepnih ljudi bili su tako pohlepni da su kršili zakone i pretvorili se u varalice. Prve godine 21. stoljeća otkrile su neke od najgorih primjera pohlepe, pokvarenosti i nedostatka moralnog vodstva, što je dokazalo da se svi kriminalci ne bave drogom, ne nose maske i ne pljačkaju banke.

4. Možete se obogatiti tako što ćete biti jeftini

Bogati otac rekao je: "Ljudi se najčešće pokušavaju obogatiti tako što žive jeftino." Objašnjavao je to riječima: "Ljudi koji se pokušavaju obogatiti tako što su jeftini često žive ispod svojih mogućnosti, umjesto da pronađu način da prošire svoje mogućnosti." Rekao je: "Problem u bogaćenju tako što si jeftin jest u tome što si na kraju još uvijek jeftin." Svi smo čuli priče o ljudima koji su proveli živote zgrćući novac, skupljajući svaki novčić, kupujući na rasprodajama, samo da bi došli do velike količine novca. No, iako imaju mnogo novca, žive jednako siromašno poput nekoga tko je zaista siromašan. Za mojeg

bogatog oca, posjedovanje mnogo novca uz siromašan život nije imalo smisla.

Bogati otac imao je prijatelja koji je cijeli život živio jeftino, štedio novac, nikada nije trošio ni na što osim na najnužnije stvari. Žalosno je to što troje njegove odrasle djece nije moglo dočekati da umre kako bi mogli uzeti sav njegov novac. Nakon što je umro, njegova djeca nadoknadila su to što su cijeli život živjela jeftino i potrošila su sav njegov novac za manje od tri godine. Nakon što je sav novac nestao, djeca su bila jednako siromašna kao i njihov otac, iako je nekada imao mnogo novca. Za mojeg bogatog oca, ljudi koji zgrću novac ali žive siromašno su ljudi koji obožavaju novac, i čine ga svojim gospodarom, umjesto da sami nauče gospodariti novcem.

5. Možete se obogatiti naporno radeći

Problem koji je bogati otac imao s napornim radom bilo je to što je primijetio da ljudi koji naporno rade rijetko mogu uživati u svojem novcu i životu. Drugim riječima, naporni rad je sve što znaju. Ne znaju se zabaviti.

Naporan rad za slab prihod

Bogati otac podučio je svojeg sina i mene da mnogi ljudi naporno rade za pogrešnu vrstu prihoda. Rekao je: "Ljudi koji fizički naporno rade za novac često rade za pogrešnu vrstu prihoda... jer prihod za kojeg se fizički radi najviše je oporezovani prihod. Ljudi koji rade za krivi prihod često rade sve više i više samo da bi plaćali sve veće i veće poreze." Po mojem bogatom ocu, sve više rada na koji se plaća sve veći porez nije financijski inteligentno postupanje. Većina ljudi koji imaju posao rade za prihod na koji se plaćaju najveći porezi. Nadalje, ljudi koji imaju najmanje plaće često plaćaju najveći postotak u porezima.

Dok sam bio mali, bogati otac naučio me da postoji više od jedne vrste prihoda. Rekao je: "Postoji dobar i loš prihod." U ovoj knjizi, otkrit ćete za koju vrstu prihoda biste trebali

naporno raditi... a to je prihod na koji plaćate sve manje i manje poreze iako zarađujete sve više i više.

Bogati otac pokazao je svojem sinu i meni da mnogi ljudi naporno rade cijeli život ali imaju malo od toga na kraju života. U ovoj knjizi, otkrit ćete način na koji ćete možda morati raditi još nekoliko godina, ali ćete na kraju imati mogućnost izabrati da više nikada ne radite... ako to izaberete.

6. Možete se obogatiti tako što ste iznimno pametni, talentirani, privlačni ili nadareni.

Tiger Woods je primjer iznimno nadarenog igrača golfa... igrača koji je godinama razvijao svoj dar. No, darovitost, pamet ili talent još uvijek nisu jamstvo da ćete postati bogati. Bogati otac rekao bi: "Svijet je pun nadarenih ljudi koji nikada nisu postali bogati. Pođi u Hollywood i pronaći ćeš mnogo prelijepih, naočitih i talentiranih glumaca i glumica koji zarađuju manje od većine ljudi." Statistike pokazuju da 65% svih profesionalnih sportaša bankrotira 5 godina nakon kraja svoje visoko plaćene profesionalne karijere. U svijetu novca, potrebno je više od Bogom danog mozga, talenta ili izgleda da bi se postalo bogat.

7. Možete se obogatiti tako što imate sreće.

Pokušaj bogaćenja putem sreće je skoro jednako popularno kao pokušaj bogaćenja putem jeftinog života. Kao što većina nas zna, milijuni ljudi ulažu milijarde, možda i trilijune dolara u lotu, utrke, kasino i sportske događaje, nadajući se da će do bogatstva doći srećom. Štoviše, kao što svi znamo, da bi postojala jedna sretna osoba, moraju postojati tisuće, možda i milijuni nesretnih. I opet, istraživanja su pokazala da većina dobitnika na lutriji bankrotira 5 godina nakon što osvoje više novca no što bi zaradili za 5 života. Zato čak i činjenica da ste jednom ili dvaput imali sreće ne znači da ćete zadržati svoje bogatstvo.

8. Možete se obogatiti tako što ćete naslijediti novac.

Do svoje dvadesete godine trebali bismo znati hoćemo li nešto naslijediti. Ako znate da nećete, očito morate pronaći drugi način da se obogatite.

9. Možete se obogatiti investirajući.

Jedna od najčešćih pritužbi koje sam čuo jest ona da je za investiranje potreban novac. Nadalje, u većini slučajeva to je točno. Postoji još jedan problem s investiranjem. Možete izgubiti sve što ste investirali ako niste financijski educirani i obučeni da budete investitor. Kao što su mnogi od nas vidjeli, tržište dionica je rizično i promjenjivo, što znači da jedan dan možete zaraditi novac, a već drugi dan izgubiti u cijelosti. Kod nekretnina, iako možete upotrijebiti novac vašeg bankara da investirate, ipak je potreban određeni novac i edukacija da akumulirate veliko bogatstvo. U ovoj knjizi, otkrit ćete kako doći do novca za investiranje, ali što je još važnije, naučiti kako postati investitor prije no što riskirate vaš novac.

10. Možete se obogatiti gradeći biznis.

Izgradnja biznisa je način na koji je većina bogataša postala vrlo bogata. Bill Gates izgradio je Microsoft; Michael Dell stvorio je Dell Computers u svojoj spavaonici. Problem je u tome što izgradnja potpuno novog biznisa ostaje najrizičniji od svih načina za bogaćenje. Čak i kupnja franšize, što je manje rizično, može biti vrlo skupa. Cijene za kupnju poznatih franšiza mogu varirati od 100,000 do 1.5 milijuna dolara, i to samo za prava na franšizu. Povrh početnog iznosa, postoje i mjesečna plaćanja obuke, reklame i podrške središnjoj kompaniji. Nadalje, čak i sva ta podrška nije jamstvo velikog bogatstva. Često osoba mora nastaviti plaćati određeni iznos nositelju franšize ili središnjoj kompaniji, čak i kada njegova osobna franšiza gubi novac. Iako je kupnja franšize manje rizična od pokretanja vlastitog biznisa ni iz čega, statistika pokazuje da 1/3 svih franšiza bankrotira.

Razlika između vlasnika velike tvrtke i vlasnika male tvrtke

Prije no što prijedem na 11 način bogaćenja, želim razgovarati o razlici između vlasnika male i vlasnika velike tvrtke. Razlika je u tome što ljudi iz velikih tvrtki grade mreže. Svijet je pun vlasnika malih tvrtki koji posjeduju restorane. Razlika između vlasnika jednog restorana i Ray Kroca koji je osnovao McDonalds jest u tome što je McDonalds mreža restorana s hamburgerima poznata kao mrežna franšiza. Još jedan kontrastni primjer je vlasnik male tvrtke koji posjeduje servis za televizore u usporedbi s Tedom Turnerom koji je izgradio CNN, što znači Cable News Network (Mreža za kabelske vijesti). I opet, valja uočiti riječ *mreža*. Bit je u tome da je razlika između vlasnika male i vlasnika velike tvrtke jednostavno u veličini njihove mreže. Iako mnogi vlasnici malih tvrtki posjeduju biznis, vrlo mali broj vlasnika biznisa gradi mreže. Jednostavno rečeno, izgradnja poslovne mreže je način na koji su se obogatili najbogatiji ljudi na svijetu.

Jedanaesti način za bogaćenje

11. Možete izgraditi biznis mrežnog marketinga.

Razlog iz kojeg sam biznis mrežnog marketinga stavio na jedanaesto mjesto kao potpuno zaseban način za bogaćenje jest taj što se radi o vrlo novom i revolucionarnom načinu za bogaćenje. Ako brzo pregledate prvih 10 načina za bogaćenje, uočiti ćete da su fokusirani na onoga tko se bogati. Drugim riječima, to izgleda kao fokus pohlepe. Na primjer, netko tko se pokušava obogatiti tako što živi jeftino primarno je fokusiran sam na sebe, i možda na nekoliko prijatelja i članova obitelji. Netko tko se vjenča zbog novca definitivno je fokusiran na novac zbog sebe. Čak je i veliki biznis fokusiran na to da samo nekoliko izabраниh ljudi postane bogato. Kad su se pojavile franšize, one su omogućile većem broju ljudi da postanu

vlasnici biznisa i sudjeluju u bogatstvu, ali u većini slučajeva franšize su rezervirane samo za one s dovoljno novca da ih kupe, a kao što sam rekao, franšiza McDonalda danas košta preko milijun dolara. Stoga, ne kažem da su ti ljudi pohlepni ili loši, samo kažem da u većini slučajeva fokus nije na tome da se mnogo ljudi obogati... fokus je na tome da se obogati pojedinac.

"Biznis mrežnog marketinga je novi i revolucionarni način za bogaćenje."

Biznis mrežnog marketinga naveo sam kao 11. način za bogaćenje jer je to revolucionaran novi način za podjelu bogatstva sa svakim tko se zaista želi obogatiti. Sustav mrežnog marketinga postavljen je tako da svatko može sudjelovati u bogatstvu. Sustav mrežnog marketinga, koji ja često zovem *osobna franšiza* ili *nevidljiva mreža velikog biznisa* je, po mojem mišljenju, vrlo demokratski način stvaranja bogatstva. Sustav je otvoren za svakoga tko ima volju, odlučnost i ustrajnost. Sustav ne mari za to koji ste koledž pohađali, ako jeste, koliko danas zarađujete, kojeg ste spola ili rase, koliko ste lijepi, tko su vam roditelji, ili koliko ste popularni. Većina kompanija mrežnog marketinga brine samo o tome koliko ste spremni učiti, mijenjati se i rasti, i imate li petlje da izdržite kroz sve prepreke dok učite kako biti vlasnik biznisa.

"Sustav mrežnog marketinga, koji ja često nazivam osobna franšiza, vrlo je demokratski način stvaranja bogatstva."

Nedavno sam slušao audio snimku vrlo slavnog i bogatog investitora, koji je držao govor slavnoj poslovnoj školi. Ne spominjem njegovo ime niti ime škole jer ono što ću reći nije tako laskavo. Rekao je: "Ja nisam zainteresiran za to da ljude podučavam investiranju. Nisam zainteresiran da pomognem siromašnima da napreduju u životu. Sve što želim jest da provedem vrijeme s inteligentnim ljudima poput vas, ovdje u (slavnoj poslovnoj školi)."

Iako se osobno ne slažem s onim što je rekao, ipak mu čestitam na iskrenosti. Kao osoba koja je provela veći dio života odrastajući s bogatim prijateljima bogatog oca, često sam slušao takve komentare, ali izgovarali su ih tiho i diskretno. Prema javnosti, nastupali su na dobrotvornim priredbama i donirali novac u popularne svrhe, ali mnogi od njih činili su to zato da bi bili socijalno prihvatljivi. Na privatnim sastancima, često sam slušao njihove prave stavove, stavove koji su po kontekstu bili slični slavnom investitoru koji je govorio u slavnoj poslovnoj školi.

Jasno je da svi bogati ljudi ne dijele taj stav. Ipak, stalno me zapanjuje to koliko je bogatih i uspješnih ljudi bogato i uspješno zato što su pohlepni i vrlo malo zainteresirani za pomaganje onima koji su imali manje sreće. I opet, tvrdim da ne dijele svi bogataši taj stav, ali njihov je postotak prema mojem iskustvu značajan.

Primarni razlog iz kojeg podržavam industriju mrežnog marketinga jest to što je njihov sustav pošteniji o prethodnih sustava stjecanja bogatstva. Henry Ford, jedan od najvećih svjetskih biznismena, obogatio se tako što je ispunio izjavu o misiji svoje kompanije, Ford Motor Company. Fordova izjava o misiji bila je: "Demokratizirati automobile." Ta je misija bila revolucionarna zato što su na prijelazu stoljeća automobili bili pristupačni samo bogatima. Ideja Henryja Forda bila je da automobile učini pristupačnima svima, a to znači "demokratizirati automobile". Zanimljivo je da je Henry Ford bio Edisonov zaposlenik, a u slobodno vrijeme dizajnirao je svoje prve automobile. 1903. rođena je Ford Motor Company. Smanjujući troškove proizvodnje i adaptirajući proizvodnu liniju za masovnu proizvodnju standardiziranih jeftinih automobila, Ford je postao najveći proizvođač automobila na svijetu. Ne samo da je svoje automobile učinio pristupačnima, već je davao i najveće plaće u industriji, i nudio planove podjele profita svojim radnicima, godišnje im redistribuirajući preko 30 milijuna dolara... a to danas vrijedi mnogo više nego početkom stoljeća.

Drugim riječima, Henry Ford bio je čovjek koji se obogatio jer je brinuo ne samo o svojim kupcima, već i o svojim radnicima. Bio je darežljiv, a ne pohlepan čovjek. Henryja Forda kritizirali su i napadali takozvani intelektualni krugovi. On nije imao veliko obrazovanje, i poput Thomasa Edisona, često su ga ismijavali zbog nedostatka formalne edukacije.

Jedna od mojih omiljenih priča o Henryju Fordu je ona kad su ga takozvani pametni ljudi iz akademskog svijeta zamolili da se testira. Na zakazani dan, skupina pametnih ljudi došla je kako bi ga usmeno ispitali. Htjeli su dokazati da je neznalica.

Test je počeo tako što mu je jedan učenjak postavio pitanje kao što je, kolika je čvrstoća valjanog čelika koji je koristio. Ford nije znao odgovor, pa je posegnuo za jednim od mnogih telefona na stolu i nazvao svojeg potpredsjednika, koji je znao odgovor. Potpredsjednik je došao, Ford mu je postavio to pitanje, i potpredsjednik je dao odgovor kojeg su učenjaci očekivali. Slijedeća pametna osoba postavila je slijedeće pitanje, i Ford, koji opet nije znao odgovor, pozvao je nekoga od svojeg osoblja tko je znao odgovor. Taj se proces nastavljao, sve dok netko do pametnih osoba nije povikao: "Vidite, ovo dokazuje da ste neznalica. Vi ne znate odgovor niti na jedno od pitanja koja smo vam postavili."

Henry Ford navodno je odgovorio: "Ne znam odgovore jer ne želim zatrpati svoju glavu odgovorima koje tražite. Zapošljavaam mlade, pametne ljude iz vaših škola koji su zapamtili odgovore koje ste od mene očekivali. Moj posao nije da zapamtim informacije koje vi smatrate inteligencijom. Moj posao je da čuvam glavu od hrpe takvih trivijalnih podataka kako bih mogao razmišljati." U tom trenutku, zamolio je pametne ljude iz akademskog svijeta da odu.

Godinama sam pamtio ono za što vjerujem da je jedna od najvažnijih izreka Henryja Forda, citiram: "Razmišljanje je najteži posao koji postoji. Zato se tako malobrojni bave time."

"Razmišljanje je najteži posao koji postoji. Zato se tako malobrojni bave time."

Bogatstvo za sve

Po mojem mišljenju, ovaj novi oblik biznisa, biznis mrežnog marketinga, revolucija je jednostavno zato što je po prvi puta u povijesti omogućeno svima da sudjeluju u bogatstvu koje je do sada bilo rezervirano samo za izabrane ili sretne. Svjestan sam da postoje određene kontroverzije oko ovog novog oblika biznisa i da je i u njemu bilo pokvarenih i pohlepnih ljudi koji su pokušavali zaraditi na brzinu. No, ako pogledate objektivno na ovaj novi oblik biznisa, to je u društvenom smislu vrlo odgovoran sustav podjele bogatstva. Biznis mrežnog marketinga nije dobar biznis za pohlepne ljude. U svojoj biti, to je savršen biznis za ljude koji vole pomagati drugima. Drukčije rečeno, mrežni marketing funkcionira kroz pomaganje nekom drugom da se obogati dok se i vi bogatite. Za mene, to je revolucionarno, jednako kao što su Thomas Edison i Henry Ford bili revolucionarni u svoje vrijeme.

Prije kraja, želim reći da znam da je većina ljudi velikodušna. Ja ne osuđujem niti pohlepu, jer malo pohlepe i interesa za sebe uvijek je zdravo. Kad pohlepa ili osobna dobit postanu pretjerani, tada većina nas protestira ili gadljivo odmahuje glavom. Budući da je većina ljudi velikodušna i želi pomoći svojim bližnjima, ovaj sustav mrežnog biznisa daje većem broju ljudi moć da pomažu ljudima. Iako ovaj novi poslovni sustav nije za svakog, ako ste osoba koja zaista želi pomoći što je moguće većem broju ljudi da ostvare svoje financijske ciljeve i snove, tada je biznis mrežnog marketinga vrijedan vašeg uloženog vremena.

Zaključimo

Danas postoje mnogi načini kako se čovjek može obogatiti. Najbolji način za to je da pronađete način koji je za vas najbolji. Ako ste osoba koja voli pomagati drugima, vjerujem da je ovaj novi oblik poslovnog sustava - mrežni marketing - pravi za vas. Zato sam ovu knjigu naslovio *Poslovna škola za ljude koji*

vole pomagati drugima. Ako pomaganje drugima nije za vas, postoji barem 10 drugih metoda na izbor.

U sljedećim poglavljima, raspravljat ću o temeljnim vrijednostima koje sam pronašao u većini kompanija mrežnog marketinga. Po mojem mišljenju, te temeljne vrijednosti najvažnije su u vašem razmatranju pitanja hoćete li ili ne biti dio ove industrije. Bogati otac podučio je svojeg sina i mene da su temeljne vrijednosti daleko važnije od novca. Često je govorio: "Možete se obogatiti tako što ćete biti jeftini i pohlepni. Možete se obogatiti i tako što ćete biti velikodušni. Metoda koju ćete izabrati je metoda koja je najbliža temeljnim vrijednostima u vašoj dubini."

Treće poglavlje

Vrijednost br. 1: Istinski jednake mogućnosti

Često me pitaju: "S obzirom da se niste obogatili u mrežnom marketingu, zašto drugima preporučujete da uđu u taj biznis?"

Postoji nekoliko razloga zbog kojih preporučujem mrežno poslovanje i oni će biti objašnjeni u ovoj knjižici.

Zatvaranje uma

Tijekom sedamdesetih godina, prijatelj me zamolio da prisustvujem prezentaciji novog biznisa. S obzirom da sam bio osoba koja redovno istražuje mogućnosti poslovanja i investiranja, pristao sam doći na sastanak. Iako mi se činilo čudnim što će se poslovni sastanak održati u privatnom stanu, a ne u uredu, otišao sam. Taj sastanak je bio moj uvod u svijet mrežnog marketinga.

Nakon trosatne prezentacije, prijatelj me pitao što mislim o prezentiranom biznisu. Odgovorio sam: "Bilo je zanimljivo, ali to nije za mene."

Kad me pitao zašto nisam zainteresiran, rekao sam: "Već razvijam vlastiti biznis. Zašto bih razvijao biznis s drugim ljudima?" Zatim sam rekao: "Osim toga, čuo sam glasine da je taj posao model piramide i da je ilegalan." Prije no što je moj

prijatelj mogao reći bilo što, otišao sam u noć, ušao u svoj auto i odvezao se.

U tom razdoblju života razvijao sam svoj prvi međunarodni biznis. Bio sam vrlo zaposlen radeći u normalno radno vrijeme i razvijajući biznis u slobodno vrijeme. Posao koji sam razvijao bio je proizvodnja i prodaja prvih najlonskih i Velcro novčanika za surfere. Ubrzo nakon mog prvog sastanka u mrežnoj tvrtki, posao je procvjetao. Dvije godine teškog rada počele su se isplaćivati. Uspjeh, slava i bogatstvo obasuli su moja dva partnera i mene. Postigli smo svoj cilj da postanemo milijunaši prije tridesete godine, a u sedamdesetim godinama milijun je vrijedio više nego danas. O mojoj tvrtki i proizvodima pisalo se u časopisima kao što su *Surfer*, *Runner's world* i *Gentleman's Quarterly*. Imali smo tražene nove proizvode u svijetu sportske opreme i biznis se raširio cijelim svijetom. Moj prvi međunarodni posao išao je savršeno i nisam mislio o mrežnom marketingu sljedećih petnaest godina. Zato, kad mi je predstavljena prilika koju mi je nudio biznis mrežnog marketinga, um mi je bio zatvoren i nisam više želio slušati. Proći će godine prije no što se ponovo otvori dovoljno da poslušam i počnem mijenjati svoje stavove o takvom poslovanju. Nisam pomišljao na industriju mrežnog marketinga sljedećih 15 godina.

Promjena uma

Početak devedesetih godina, prijatelj kojeg sam cijenio zbog njegove vještine u upravljanju financijama i poslovnog uspjeha rekao mi je da je ušao u mrežni marketing. Bio je već vrlo bogat zbog svojih investicija u nekretnine, pa mi nije bilo jasno zašto želi u mrežni marketing. Upitao sam ga: "Zašto si ušao u taj biznis? Ne trebaš novac, zar ne?"

Glasno se nasmijavši, Bill je rekao: "Znaš da volim zarađivati novac, ali nisam ušao u taj biznis zbog novca. Financijski odlično stojim."

Znao sam da je Bill nedavno završio projekte poslovnih zgrada vrijedne preko milijardu dolara, pa mi je bilo jasno da

nema problema. Ipak, njegov nejasan odgovor me zainteresirao, pa sam nastavio ispitivati: "Pa zašto si onda ušao u mrežni marketing?"

Bill je dugo razmišljao, a zatim počeo govoriti svojim sporim teksaškim naglaskom. "Godinama, ljudi su od mene tražili savjete o nekretninama. Htjeli su znati kako sam se obogatio investirajući u nekretnine. Mnogi su željeli znati mogu li investirati sa mnom, ili kako da pronađu sigurnu investiciju."

Klimnuvši, rekao sam: "I ja sam ti postavio ista pitanja."

"Problem je..." nastavio je Bill: "što većina ljudi ne može investirati sa mnom jer nemaju dovoljno novca za to. Nemaju 50,000\$ ili 100,000\$ koliko je potrebno da dođu na moju razinu investicija u nekretnine, a razlog što žele sigurne poslove je taj što nemaju novca. Ili nemaju dovoljno novca da uđu u neki od mojih poslova, ili nemaju novca koji bi mogli izgubiti. Neki su samo dvije plaće udaljeni od bankrota. Zato traže te jeftine poslove bez predujma koji su često vrlo loši. Ti i ja znamo da najbolji poslovi s nekretninama idu bogatima koji imaju novca, a ne onima bez novca."

Klimnuh glavom, rekavši: "Razumijem. Sjećam se kad sam bio tako siromašan da me niti jedan bankar ili investitor u nekretnine nije ozbiljno shvaćao. Misliš da nemaju dovoljno novca, ili ako ga imaju, nemaju ga dovoljno da bi im ti mogao pomoći. Nisu dovoljno bogati za tvoja ulaganja?" rekao sam.

Bill je klimnuo. "I povrh toga, ako imaju malo novca, to je njihova životna uštedevina i boje se da je ne izgube. A obojica znamo da osoba koja se boji gubiti često zaista izgubi."

Moj razgovor s Billom trajao je nekoliko minuta, ali morao sam ići u zrakoplovnu luku. Još mi nije bilo jasno zašto je ušao u mrežni marketing, ali moj zatvoreni um počeo se otvarati. Počelo me zanimati zašto je netko tako bogat u mrežnom marketingu. Počeo sam shvaćati da u tom biznisu ima nešto više od novca.

Tijekom sljedećih nekoliko mjeseci, moj razgovor s Billom se nastavio. Polako sam počeo shvaćati njegove razloge za ulazak u taj posao. Njegovi primarni razlozi bili su:

1. Želio je pomoći ljudima.

To je bio glavni razlog za ulazak u posao. Iako je bio vrlo bogat, nije bio pohlepan ili arogantan.

2. Želio je pomoći sebi.

"Moraš biti bogat da bi investirao sa mnom. Shvatio sam da ću imati više investitora ako pomognem ljudima da se obogate. Ironija je u sljedećem - što sam više pomagao ljudima da se obogate, rastao je i moj biznis i ja sam postajao bogatiji. Sada imam uspješni biznis distribucije potrošačima, više investitora i više vlastitog novca za investiranje. Zbog toga sam u zadnjih nekoliko godina počeo investirati u mnogo veće građevinske projekte. Kao što znaš, teško se stvarno obogatiti ulažući u male građevinske poslove. To se može učiniti, ali ako nemaš mnogo novca, dobit ćeš samo one poslove koje ljudi s novcem ne žele."

3. On voli podučavati i učiti.

"Volim raditi s ljudima koji žele učiti. Iscrpljujuće je raditi s ljudima koji misle da znaju sve, a u mojem svijetu investicija u nekretnine, radim s mnogim takvim ljudima. Teško je raditi se nekim tko zna sve odgovore. Kako se meni čini, ljudi koji dolaze u mrežni marketing traže nove odgovore i spremni su učiti. Volim podučavati, učiti i dijeliti nove ideje s ljudima koji uživaju u svojoj edukaciji. Kao što znaš, imam diplomu iz računovodstva i magisterij iz financija. Ovaj mi posao daje priliku da prenosim svoje znanje ljudima i nastavim učiti zajedno s njima. Bio bi iznenađen da znaš koliko se pametnih, obrazovanih ljudi s različitih područja nalazi u tom poslu. Ima i mnogo ljudi bez formalne edukacije koji su ušli u posao kako bi se obrazovali i pronašli financijsku sigurnost u svijetu koji je poslovno sve nesigurniji. Sastajemo se i dijelimo svoja životna iskustva i naučeno. Volim podučavati i učiti, i zato volim ovaj posao. To je izvrstan posao i odlična životna poslovna škola."

Otvoreni um

I tako, početkom devedesetih moj um se počeo otvarati i moj stav se počeo mijenjati. Počeo sam uvidati stvari koje moj zatvoreni um nije mogao vidjeti. Počeo sam uvidati dobre i pozitivne stvari, a ne negativne. Jer, posao ima i negativnih strana. Ali, većina stvari ima i svoje loše strane.

Nakon umirovljenja 1994., financijski slobodan u dobi od 47. godina, započeo sam vlastito istraživanje mrežne industrije. Kad god bi me netko pozvao na svoju prezentaciju išao sam, kako bih čuo što ima za reći. Ako bi mi se svidjelo što govore, pridružio bih se. Ali, nisam to činio samo da bih zaradio novac; uključivao sam se kako bih dobro vidio dobre i loše strane svakog posla. Umjesto da zatvorim um, tražio sam vlastite odgovore. Nakon uvida u nekoliko poslova, vidio sam negativnosti koje većina ljudi opazi na prvi pogled, kao što su čudni ljudi koji ulaze u posao i promiču ga. Istina je da su ovim poslom privučeni mnogi sanjari, varalice, gubitnici i ljudi željni brze zarade. Jedan od izazova mrežnog marketinga je politika otvorenih vrata koja omogućuje svima da se uključe. Ta otvorena politika je poštena i jednaka mogućnost koju traže mnogi socijalisti, ali u poslu nisam susreo tvrdokorne socijaliste. Poduzetništvo je za kapitaliste ili barem za ljude koji žele biti kapitalisti.

"Biznis mrežnog marketinga ima politiku otvorenih vrata"

Nakon susretanja mase sanjara, prevaranata i onih koji žele biti bogati, konačno sam počeo upoznavati vođe nekih kompanija. Oni koje sam upoznao bili su među najinteligentnijim, najljubaznijim, najetičnijim, najmoralnijim i najprofesionalnijim ljudima koje sam susreo tijekom godina poslovanja. Kad sam savladao vlastite predrasude i upoznao ljude koje sam poštovao, pronašao sam srce industrije. Sada sam mogao vidjeti ono što prije nisam vidio. Sada sam mogao vidjeti dobro *i* loše.

I tako, ovaj je priručnik napisan kako bi odgovorio na pitanje: "Ako se niste obogatili u mrežnom biznisu, zašto preporučujete drugima da uđu u posao?" Kako se ja nisam obogatio u mrežnom biznisu, mogu biti malo objektivniji. Ovaj priručnik opisuje što ja smatram pravom vrijednošću mrežnog biznisa, vrijednošću koja je više od potencijala zarade mnogo novca. Napokon sam pronašao biznis sa srcem i dubokom brigom za ljude.

Primarni razlog zašto podržavam ovu industriju jest to što sam oduvijek mrzio vrijednosti koje se nalaze u tradicionalnom obrazovnom sustavu. Sjećam se kako je, dok sam bio u srednjoj školi, jedan nastavnik rekao jednoj mojoj prijateljici koja se zvala Martha kako nikada neće mnogo postići u životu jer joj škola nije išla. Martha je bila sramežljiva i osjetljiva djevojka. Vidio sam kako joj se nastavnikove riječi zabijaju ravno u srce. Martha je odustala od škole, nekoliko mjeseci prije mature.

Problem koji imam sa školom i svijetom korporacija jest taj što su slični. To je sustav vrijednosti koji promiče preživljavanje najsposobnijih. Ako netko ima problema ili nešto ne razumije, sustav ga zaobilazi. Sustavi su izgubili srce.

Dok sam radio za Xerox, jedan moj prijatelj imao je slabu prodaju tri mjeseca. Umjesto da pomogne Ronu, da ga poduči, voditelj prodaje počeo mu je prijetiti. Još uvijek pamtim kako mu je rekao: "Ako uskoro nešto ne prodaš, bit ćeš otpušten." Ron je dao otkaz tjedan dana kasnije.

Stoga, još jedan razlog zašto podržavam industriju mrežnog marketinga jest što u većini slučajeva kompanije imaju mnogo razumijevanja za ljude. Ako ste spremni izdržati, učiti vlastitim tempom, biznis će biti uz vas. Mnoge kompanije mrežnog marketinga zaista su poslovi s jednakim mogućnostima. Ako uložite vrijeme i trud, i oni će. Iako nisam zaradio svoje bogatstvo u biznisu mrežnog marketinga, podržavam svaki biznis koji cijeni ljudsku suosjećajnost i daje jednake mogućnosti.

Zaključimo

U dobi između 18. i 27. godina bio sam na vojnoj akademiji i u marincima. U te dvije organizacije sustav je zaista *preživljavanje najsposobnijih*. Na akademiji, profesorima odgovarate ono što žele čuti, i tako maturirate. Ako to ne činite, otpadate. U marincima, preživljavate borbu ako činite ono za što ste obučeni. U ratu, zaista preživljavaju najsposobniji.

Kad sam se vratio iz Vijetnamskog rata, otkrio sam da želim promijeniti neke vrijednosti. Nisam htio biti dobar u igranju igre "preživljavanje najsposobnijih (najpametnijih)" koju smo učili u školi. Zato richdad.com ima izjavu o misiji koja glasi "Unapređivanje financijskog blagostanja čovječanstva". Vjerujemo da to što djetetu ne ide dobro u školi, i što nema dobro plaćen posao, ne znači da mora financijski patiti cijeli život.

Drugi razlog što mi iz richdad.com-a podržavamo mnoge iz industrije mrežnog marketinga jest to što osjećamo da mnogi, ali ne i svi iz industrije mrežnog marketinga, dijele istu misiju. Danas, umjesto da pobjeđujem kolege iz razreda u vremenu rješavanja testova, ili da ubijam neprijatelje na bojnom polju, ili da uništavam konkurenciju u svijetu korporacija, više bih volio raditi s onima koji žele pomoći drugima u ostvarenju financijskih ciljeva i snova bez da povrijede druge. Za mene, to je vrijednost koju vrijedi podržati.

Od 2003. richdad.com pretvara našu igru *PROTOK NOVCA za djecu* u elektroničku igru na Internetu. Elektronička igra dolazi s programom nastave za djecu od 5 do 12 godina. Ta elektronička igra isporučuje se preko mreže Interneta *besplatno i bez reklama*. To je naš način vraćanja dijela sreće koju smo imali kao tvrtka. To je i naš način podsjećanja da treba biti velikodušan, a ne pohlepan.

Zabavna igra i nastavni program podučit će mlade ljude diljem svijeta istim temeljnim financijskim vještinama i obrazovanju kojima me moj bogati otac podučio dok sam bio

dječak. Prije mnogo godina, Beatlesi su naučili svijet da pjeva: "Sve što govorimo jest: dajte priliku miru". Ono što govorimo mi iz richdad.com-a jest: "Dajte priliku djeci". Dajte djeci jednake mogućnosti da dobiju snažno osnovno financijsko obrazovanje. Vjerujemo da je jedan od najboljih načina za postizanje mira aktivan rad u cilju suzbijanja siromaštva. Također vjerujemo da je jedan od najboljih načina za suzbijanje siromaštva financijska edukacija, a ne financijski izdaci. Kao što je rekao moj bogati otac: "Ako daš novac siromašnima, on će ih samo učiniti još duže siromašnima."

Danas, mnoge kompanije mrežnog marketinga šire mir diljem svijeta putem ekonomskih mogućnosti. Ne samo da one uspijevaju u svim glavnim gradovima svijeta, već mnoge kompanije djeluju i u trećem svijetu, donoseći financijsku nadu milijunima ljudi koji rade u siromašnim zemljama. Većina tradicionalnih korporacija može preživjeti samo tamo gdje su ljudi bogati i imaju novac za trošenje. Vrijeme je da ljudi u cijelom svijetu dobiju jednake prilike da uživaju u obilju i bogatstvu, umjesto da provode svoje živote naporno radeći samo da bi bogati postali bogatiji. Ako se razlika između bogatih i siromašnih proširi, bit će teže pružiti priliku miru.

Slijedeća vrijednost

Slijedeće poglavlje govori o vrijednosti edukacije koja mijenja život, a koju nude mnoge kompanije mrežnog marketinga. Ako ste spremni načiniti financijske promjene u životu, slijedeće poglavlje je za vas.

Četvrto poglavlje

Vrijednost br. 2: Poslovna edukacija koja mijenja život

Nije stvar u novcu

"Imamo najbolji kompenzacijski plan." Kad sam istraživao različite mrežne tvrtke, često sam čuo ovaj komentar. Ljudi nestrpljivi da mi pokažu svoje poslovne mogućnosti ispričali bi mi priče o ljudima koji zarađuju stotine tisuća dolara mjesečno. I ja sam sreo ljude koji stvarno zarađuju stotine tisuća dolara mjesečno radeći posao u mrežnom biznisu pa ne sumnjam u ogromni potencijal takve trgovine.

Mogućnost zarade mnogo novca privlači u posao mnoge ljude. Ipak, ja ne preporučujem da se u tom poslu traži samo novac.

Nije stvar u proizvodima

"Imamo najbolje proizvode." Ta je izjava druga najčešće spominjana koju sam čuo ispitujući različite mrežne poslove. Također mi je bilo zanimljivo to koliko mnogo prezentacija prodaje kompanija fokusiranih na proizvod se zasnivalo na izjavama o promjeni života. Na jednoj prezentaciji, osnivačica kompanije rekla mi je kako je izmislila svoj tajni napitak da bi spasila svoju majku koja je umirala u Iowi. Nakon što sam malo

istražio, otkrio sam da njezina majka nikada nije živjela u Iowi, te da je proizvod za koji je tvrdila da ga je izumjela došao iz laboratorija u Kaliforniji koji daje privatne etikete za proizvode mnogih drugih kompanija. Kao što sam prije rekao, postoje lažovi i varalice u svim poslovima i profesijama.

Iskreno govoreći, otkrio sam neke kompanije mrežnog marketinga s odličnim proizvodima, od kojih neke i dan danas koristim. Bit ovog poglavlja je u tome, da, premda su dobri planovi kompenzacije i odlični proizvodi važni, oni nisu najvažniji aspekt biznisa koji treba razmatrati.

Izbor između mnogih vrsta biznisa

U svojim istraživanjima raznih kompanija mrežnog marketinga, iznenadilo me koliko se različitih proizvoda ili usluga isporučuje putem sustava mrežnog marketinga.

Prva mrežna tvrtka koju sam analizirao još sedamdesetih prodavala je vitamine. Probao sam ih i otkrio da su izuzetno kvalitetni. Još i danas koristim neke od njih. Nastavljajući svoju istragu, našao sam mrežne tvrtke na sljedećim područjima:

1. Potrošni kućanski proizvodi,
2. Telefonske usluge,
3. Nekretnine,
4. Financijske usluge/osiguranje/uzajamni fondovi/kreditne kartice,
5. Pravne usluge,
6. Trgovina preko Interneta, prodavanje proizvoda iz kataloga uz popust (skoro sve što prodaje Wal-Mart),
7. Proizvodi za zdravlje, vitamini i slično,
8. Nakit,
9. Porezne usluge,
10. Edukacijske igračke.

Popis se nastavlja. Barem jednom mjesečno saznam za novu trgovačku mrežnu tvrtku s novim proizvodima ili kompenzacijskim planom.

Radi se o planu edukacije

Glavni razlog zbog kojeg preporučujem posao u mrežnom marketingu je sustav edukacije. Vaš je zadatak uložiti vrijeme kako biste vidjeli dalje od kompenzacije i proizvoda i stvarno vidjeli srce tvrtke te saznali je li ona zaista zainteresirana za vašu obuku i edukaciju. Za to treba više vremena od trosatne prezentacije i razgledavanja šarenih kataloga s proizvodima. Kako biste saznali koliko je dobra njihova edukacija, morat ćete ustati s ležaja i potrošiti neko vrijeme pohađajući njihove tečajeve. Ako vam se sviđa ono što ste čuli na početnim prezentacijama, potrudite se i upoznajte ljude koji vode edukaciju i trening.

Budite pažljivi, jer većina mrežnih tvrtki kaže da imaju odlične planove edukacije. Ali, ja sam otkrio da u mnogo slučajeva to nije točno. U većini tvrtki koje sam analizirao samo bi vam preporučili popis knjiga i zatim se usredotočili da vas nauče kako ćete unovačiti prijatelje i obitelj u posao. Drugim riječima, uče vas samo kako postati bolji prodavač njihovih proizvoda. Zato promatrajte pažljivo, jer postoji mnogo mrežnih tvrtki s izvrsnim planovima edukacije i treninga. Po mojem mišljenju, to su najbolje poslovne obuke koje sam ikad vidio.

Što tražiti u planu edukacije

Ako ste pročitali ostale moje knjige, već znate da potičem iz obitelji edukatora. Moj je otac bio šef školskog sustava u državi Havaji. Ipak, nisam volio tradicionalno obrazovanje. Iako sam dobio stipendiju za federalnu vojnu akademiju u New Yorku i diplomirao na području znanosti, tradicionalni svijet edukacije bio mi je dosadan. Bio sam student i diplomirao, ali rijetko me zaista zanimalo ono što sam morao učiti.

Nakon diplome, pristupio sam mornaričkim odredima SAD-a i ušao u mornaričku letačku obuku u Pensacoli na Floridi. Trajao je Vijetnamski rat i zemlja je trebala što više pilota. U toj sam školi pronašao vrstu edukacije koja me uzbudivala i bila dovoljno izazovna. Većina od nas čula je frazu "pretvaranje gusjenica u leptire". Pa, u letačkoj školi činili su upravo to. Kad sam krenuo u školu, već sam bio časnik, diplomiravši na vojnoj akademiji. Ali, mnogi studenti u letačkoj školi došli su iz civilnih koledža i ličili su na gusjenice. S obzirom da je to bila era hipija, bilo je mnogo čudnih ljudi, spremnih za program edukacije koji će im promijeniti život. Ako prežive obuku, dvije ili tri godine kasnije postat će leptiri, tj., piloti spremni na najteže letove na svijetu.

Film *Top Gun* sa Tomom Cruiseom prikazivao je kako najbolje gusjenice postaju leptiri. Neposredno prije odlaska u Vijetnam, i ja sam raspoređen u San Diego u Kaliforniji, gdje se nalazi škola Top Gun. Iako nisam bio dovoljno dobar pilot za tu prestižnu školu, energija i samopouzdanje koje su pokazivali mladi piloti u filmu bila je prisutna i u nama dok smo se pripremali za rat. Promijenili smo se od nesigurnih mladih ljudi koji ne znaju letjeti u mlade ljude spremne za izazove koje bi većina radije izbjegla. Promjena koju sam primijetio u sebi i svojim kolegama bila je ono što nazivam "edukacijom koja mijenja život". Kad sam završio letačku školu i otišao u Vijetnam, moj život više nije bio isti. Nisam bio ista osoba koja je ušla u tu školu.

Godinama nakon letačke škole, mnogi od mojih kolega pilota postali su vrlo uspješni u svijetu biznisa. Kad se nađemo i prepričavamo stare ratne priče, često primjećujemo da je upravo obuka koju smo dobili imala ogroman utjecaj na naše poslovne uspjehe.

I zato, kad govorim o poslovnoj edukaciji koja mijenja život, mislim na obuku dovoljno jaku da promijeni gusjenicu u leptira, proces koji se naziva *metamorfoza*. Kad analizirate edukacijski plan mrežnog posla, preporučujem plan koji vam može promijeniti život.

Ipak, upozoravam vam, ne može svatko uspjeti, baš kao i u školi za pilote.

Životna poslovna škola

Jedna od najboljih stvari u letačkoj školi bila je ta što su nas podučavali piloti koji su se upravo vratili iz Vijetnamskog rata. Kad su nam se obraćali, govorili su o svojim stvarnim iskustvima. Jedan od problema koje sam imao u poslovnoj školi, bio je taj što mnogi učitelji nisu imali stvarnih životnih iskustava. Ako su i imali iskustava, bilo je to iskustvo zaposlenika kompanije, uglavnom menadžera srednje razine, a ne iskustvo osnivača kompanije.

Dok sam pohađao tradicionalnu poslovnu školu na Havajima i spremao se za diplomu, otkrio sam da pokušavam učiti nekakvu teoriju menadžmenta ili ekonomsku teoriju kojoj me podučavao neki prosječni menadžer koji je radio za veliku korporaciju. Ako profesor nije imao poslovnog iskustva, obično se radilo o nekome tko nikada nije napustio školski sustav. Drugim riječima, ušli su u školski sustav u dobi od 5 godina, u dječjem vrtiću, i još uvijek bili u njemu, pokušavajući naučiti studente nešto o stvarnom svijetu. Za mene, takav je sustav bio smiješan.

Razlog zbog kojeg sam pohađao poslovnu školu bio je taj što sam htio postati poduzetnik, ne zaposlenik. Većina prosječnih menadžera ili profesora na fakultetu nije imalo pojma o tome što je potrebno da bi se pokrenuo biznis od nule. Većina njih nisu bili poduzetnici. Većina su bili zaposlenici. Većina nije imala pojma koje poslovne vještine su potrebne da bi se preživjelo "na ulici" jer većina njih nikada nije bila "na ulici" u stvarnom svijetu biznisa. Većina njih napustila je školske kule od slonovače i ušla u kule od slonovače korporacijskog svijeta. Većina njih bila je ovisna o sigurnom poslu i stalnoj plaći. Drugim riječima, većina je imala odlične poslovne teorije, ali bila je bez poslovnih vještina, vještina koje bi im omogućile da počnu ni iz čega i steknu veliko bogatstvo u poslovnom svijetu. Većina njih nije mogla preživjeti bez plaće.

Izdržao sam 9 mjeseci u toj poslovnoj školi i zatim sam odustao. Za mene, povratak u tradicionalnu poslovnu školu zbog diplome bio bi poput povratka u školu za gusjenice. Nakon pilotske škole, htio sam pronaći poslovnu školu koja bi me naučila kako biti leptir. Kad sam 1974. otpušten iz marinaca, otišao sam bogatom ocu i on mi je pružio poslovnu edukaciju koju sam tražio. Poslovna škola bogatog oca bila je škola koja se fokusirala na *vještine koje su čovjeka činile bogatim*, a ne na *teorije biznisa i ekonomije*. Bogati otac često je govorio: "Vještine, a ne teorije čine te bogatim."

"Vještine, a ne teorije čine te bogatim."

Je li mi žao što sam odustao od poslovne škole? Da, ponekad jest. No, u dobrom sam društvu. Bill Gates, Michael Dell, Steve Jobs i Ted Turner također su odustali od škole. I rani poduzetnici poput Thomasa Edisona i Henryja Forda odustali su od škole. Vjerujem da su svi ti poduzetnici gledali na biznis u stvarnom svijetu kao na uzbudljivije mjesto za stjecanje poslovnog iskustva. Ti ljudi postali su čudovišni leptiri i zauvijek promijenili svijet biznisa.

Nemojte me pogrešno shvatiti. Veći dio informacija koje sam dobio u poslovnoj školi bile su vrijedne informacije za sve biznismene. Međutim, škola me nije podučavala životnim vještinama za koje sam znao da mi trebaju ako želim biti poduzetnik. Umjesto toga, tradicionalna poslovna škola podučavala me vještinama zaposlenika. Ubrzo nakon što sam odustao od škole, započeo sam sa svojim prvim biznisom s najlonskim i Velcro novčanicima za surfere i podigao ga na međunarodnu razinu s preko 500 prodavaonica. Do 30. godine bio sam milijunaš, a kompanija je bankrotirala dvije godine kasnije. Iako gubitak biznisa nije bio ugodno iskustvo, bila je to odlična škola. U tri godine naučio sam mnogo, ne samo o biznisu, već i o sebi.

Izgradnja i gubitak međunarodnog biznisa definitivno nije bila edukacija zasnovana na poslovnoj teoriji. Za mene, bila je to neprocjenjivo vrijedna edukacija, edukacija koja me na kraju

učinila bogatim, ali što je još važnije, bila je to edukacija koja me na kraju oslobodila. Nisam htio edukaciju koja bi me pretvorila u gusjenicu s diplomom koja traži posao. Nakon kraha, bogati otac rekao mi je: "Novac i uspjeh učinili su te arogantnim i glupim. Sada ćeš opet postati učenik, uz malo više skromnosti i poniznosti."

Ovu knjigu nazvao sam *Poslovna škola za ljude koji vole pomagati drugima* zato jer mnogi biznisi mrežnog marketinga i jesu takvi. Oni su poslovne škole za ljude koji žele naučiti poduzetničke vještine iz stvarnog svijeta, umjesto vještina zaposlenika koji želi postati dobro plaćeni prosječni menadžer.

Pohađajući neke treninge biznisa mrežnog marketinga, upoznao sam voditelje koji su bili vlasnici biznisa iz stvarnog svijeta i koji su pokrenuli svoje biznise ni iz čega. Mnogi su bili odlični učitelji jer su podučavali iz iskustva, a ne po teorijama. Sjedio sam na mnogim poslovnim seminarima i često sam klimao glavom u znak slaganja s njihovim izravnim govorom o tome što je potrebno za preživljavanje u stvarnom poslovnom svijetu. Međutim, što je još važnije od podučavanja poslovnih vještina iz stvarnog svijeta - voditelji su podučavali mentalne i emocionalne stavove iz stvarnog svijeta koji su potrebni za uspjeh. Edukacija koju sam dobio na nekim seminarima bila je neprocjenjivo vrijedna, apsolutno neprocjenjivo vrijedna, naročito za osobu koja se želi transformirati u leptira.

Nakon seminara, razgovarao bih s instruktorima. Zapanjilo me koliko zarađuju ne samo kroz svoj biznis, već i kroz svoje investicije. Nekolicina njih zarađivala je mnogo više od vrhunskih direktora u američkim korporacijama. Definitivno su zarađivali mnogo više od instruktora koje sam imao dok sam pohađao tradicionalnu poslovnu školu.

No, još je nešto bilo zanimljivo kod tih instruktora. Iako su bili bogati i nisu morali podučavati, imali su strast za podučavanjem, želju da pomažu svojim bližnjima. Jedan od razloga te strasti je u tome što je biznis mrežnog marketinga zasnovan tako da oni s vrha vuku ostale ljude prema gore, dok je tradicionalan korporacijski ili državni biznis zasnovan na promoviranju nekolicine i održavanju zadovoljstva ostalih

putem stalnih plaća. Ti instruktori u svijetu mrežnog marketinga nisu govorili: "Ako ne budeš uspješan, izgubit ćeš posao." Umjesto toga, govorili su: "Pomoći ću ti da budeš sve bolji." Rekli bi i: "Uzmi sve vrijeme koje ti je potrebno za učenje. Dok god želiš učiti, ja ću biti ovdje da te podučavam. U istom smo timu." To je vrsta poslovne edukacije kakvu bih ja htio.

I zato, kad analizirate mrežne poslove, tražite ljude na vrhu, ljude koji su uspješni u poslu i upitajte se želite li učiti od njih.

Neke od najvažnijih tema koje se podučavaju u edukacijskim programima mrežnog marketinga su:

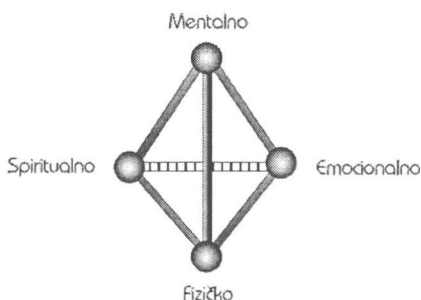
1. Uspješni stav,
2. Vještine vođe,
3. Komunikacijske vještine,
4. Vještine s ljudima,
5. Savladavanje osobnih strahova, sumnji i nedostatka samopouzdanja,
6. Savladavanje straha od odbijanja,
7. Vještine upravljanja novcem,
8. Vještine ulaganja,
9. Računovodstvene vještine,
10. Vještine raspolaganja vremenom,
11. Postavljanje ciljeva,
12. Priprema za uspjeh.

Uspješni ljudi koje sam sreo u mrežnom marketingu razvili su te vještine tijekom programa obuke. Bez obzira na to hoćete li stići do vrha mrežnog trgovačkog sustava ili zaraditi mnogo novca, obuka vam može koristiti u životu. Ako je edukacijski plan dobar, može poboljšati vaš život, možda zauvijek.

Što je edukacija koja mijenja život?

Prikazat ću dijagram koji sam napravio kako bih objasnio što podrazumijevam pod edukacijom koja mijenja život. Uočite da je *tetrahedron*, što znači da ima četiri strane, a poznatiji je pod nazivom piramida. Egipatske piramide preživjele su stoljećima. To su vrlo stabilne strukture. Učenjaci su stoljećima vjerovali da univerzalni zakon ili priroda djeluje po principu četvorki, u ovom slučaju četiri strane. Zbog toga postoje četiri godišnja doba, zima, proljeće, ljeto i zima. Oni koji proučavaju astrologiju znaju da postoje četiri primarna znaka: zemlja, vjetar, vatra i voda. Kad govorim o edukaciji koja mijenja život, promjene se također događaju u znaku broja četiri. Drugim riječima, da bi prava edukacija koja mijenja život bila djelotvorna, mora utjecati na sva četiri vrha Piramide učenja.

Piramida učenja



Mentalna edukacija

Tradicionalna edukacija fokusirana je primarno na mentalnu edukaciju. Uči vas vještine čitanja, pisanja i aritmetiku, koje su vrlo važne. One se često nazivaju kognitivnim vještinama. Ono

što mi se osobno nije sviđalo u tradicionalnoj edukaciji bio je njen utjecaj na emocionalne, fizičke i duhovne aspekte edukacije.

Emocionalna edukacija

Jedna od mojih pritužbi na tradicionalnu edukaciju je ta što se zasniva na osjećaju straha; točnije, straha od pogrešaka, koji vodi do straha od neuspjeha. Umjesto da me inspirira za učenje, učitelj je koristio strah od neuspjeha kako bi me motivirao, govoreći stvari kao: "Ako nemaš dobre ocjene, nećeš dobiti dobar posao."

Također, kad sam bio u školi, kažnjavali su me zbog grešaka. U školi sam naučio bojati se grešaka. Problem je u tome što su u stvarnom svijetu ljudi koji uspijevaju oni koji čine najviše grešaka i uče iz njih.

Moj siromašni otac, učitelj, mislio je da je činjenje pogreške grijeh. Moj bogati otac je, s druge strane, govorio: "Mi smo stvoreni da učimo na greškama. Učimo voziti bicikl padajući i uspinjući se ponovo na njega." Također je rekao: "Grijeh je načiniti pogrešku i ne naučiti ništa iz nje."

Objašnjavajući dalje, rekao je: "Razlog zašto toliko ljudi laže nakon što učini pogrešku je taj što se boje priznati da su je počinili. Dakle, oni gube priliku za učenje i rast. Mi učimo griješeći i priznajući to, bez okrivljavanja drugih, opravdavanja ili ispričavanja. Ako počinimo grešku i ne priznamo to, ili okrivimo druge, to je grijeh." Nedavno smo imali predsjednika SAD-a koji je održavao vanbračni spolni odnos u Bijeloj kući. Po mojem mišljenju, ono što je još gore od toga jest činjenica da je lagao kad je uhvaćen. Ne samo da je laganje znak slabog karaktera, to je trošenje dobre greške, prilike da se nešto nauči.

U svijetu tradicionalnog biznisa, prevladava isti stav prema greškama. Ako učinite grešku otpuste vas ili vas kazne. U svijetu mrežnog marketinga, potiču vas da učite griješeći, ispravljate se i postajete pametniji, mentalno i emocionalno. Kad sam učio prodavati u svijetu korporacija, vidio sam da prodavači sa slabijim uspjehom dobivaju otkaze. Drugim

riječima, živjeli smo u strahu od neuspjeha. Zato tako mnogo ljudi u korporacijskom svijetu ostaje gusjenica. Kako netko može poletjeti ako živi u korporacijskoj čahuri črvsto umotan u strah od neuspjeha?

U svijetu mrežnog marketinga, fokus vođe je na radu s onima kojima ne ide dobro, kako bi ih potakli da se pomaknu naprijed umjesto da odustanu. Vjerojatno nikada ne biste naučili voziti bicikl da ste bili kažnjeni nakon pada ili da ste dobili neprolaznu ocjenu iz vožnje bicikla.

Vjerujem da sam financijski uspješniji od većine ljudi jer sam više puta pogriješio. Drugim riječima, napredovao sam jer sam griješio više od ljudi koji su naučili da je griješenje loše ili da znači da su glupi. U mrežnom marketingu, potiču vas da činite greške, ispravljate ih, učite i rastete. Za mene, to je edukacija koja mijenja život - gotovo suprotna tradicionalnoj edukaciji.

Ako vas plaši činjenje grešaka i mogućnost neuspjeha, mrežni marketing je upravo za vas. Svjedočio sam programima obuke koji izgrađuju i obnavljaju samopouzdanje osobe, a kad dobijete više samopouzdanja, život vam se zauvijek promijeni.

Fizička edukacija

Jednostavno rečeno, ljudi koji se boje grešaka ne uče mnogo, jer ne čine mnogo. Većina ljudi zna da je učenje i mentalni, i fizički proces. Čitanje i pisanje su fizički procesi, baš kao i igranje tenisa. Ako znate sve prave odgovore i ne činite greške, postoje izgledi da je vaš edukacijski proces zaustavljen. Kako možete napredovati ako znate sve odgovore, ali se bojite išta pokušati?

Tvrtke s mrežnim marketingom koje sam proučavao potiču fizičko, kao i mentalno učenje. Potiču vas da izađete i suočite se sa svojim strahovima putem akcije i grešaka, učenjem iz pogrešaka, te da mentalno, fizički i emocionalno rastete u tom procesu.

Tradicionalna edukacija potiče vas da naučite činjenice i uči vas da se bojite načiniti greške, što vas fizički zadržava. Život u

okolini punoj straha nije zdrav - mentalno, fizički, emocionalno ili financijski. Kao što sam rekao prije, nemam više novca zbog toga što sam akademski pametniji, nego zato što sam činio više grešaka, priznavao to, te učio iz njih. Zatim sam činio još više grešaka i jedva čekam da ih počinim još više u budućnosti, dok većina ljudi radi naporno kako više ne bi činili greške. Ne možete poboljšati svoju budućnost ako niste voljni probati nešto novo i riskirati da pogriješite.

Najbolje mrežne tvrtke potiču svoje ljude da nauče nešto novo, krenu u akciju, načine greške, nauče, isprave se i ponove proces. To je edukacija za stvarni život.

Ako se bojite činiti greške, ali morate načiniti neku promjenu u životu, dobar program mrežnog marketinga mogao bi biti najbolji dugotrajni program osobnog razvoja za vas. Dobra mrežna tvrtka uzet će vas za ruku i povesti u život izvan straha i neuspjeha. A ako ne želite da vas se vodi za ruku, oni to neće učiniti.

Kažu da, ako želite promijeniti ono što osoba čini, promijenite način na koji razmišlja. U posljednje vrijeme, sve više ljudi pristaje uz ideju da, ako želite promijeniti način na koji osoba razmišlja, promijenite ono što čini. Sjajna stvar kod mrežnog marketinga jest to što se fokusira na ono što mislite i ono što činite.

Problem kod tradicionalnih obrazovnih sustava jest to što vas kažnjavaju ako radite stvari na pogrešan način, umjesto da poprave ono što radite pogrešno.

Spiritualna edukacija

Mislim da je važno da objasnim svoja osobna stajališta prije no što prijedem na tu često vruću i emocionalnu temu. Koristim riječ duhovno umjesto religiozno iz više razloga. Baš kao što postoje dobre i loše mrežne tvrtke, po mojem mišljenju postoje i dobre i loše religiozne organizacije. Točnije, vidio sam religiozne organizacije koje duhovno ojačavaju ljude, i one koje ih slabe.

Zato, kad govorim o duhovnoj edukaciji, to može uključivati religioznu edukaciju, ali ne mora. Kad govorim o duhovnoj edukaciji, uključujem u to sve religije. Podržavam Ustav Sjedinjenih Američkih Država koji pruža slobodu vjeroispovijesti.

Razlog zbog kojeg sam oprezan kad govorim o toj temi je što su mi davno rekli: "Nikada ne raspravljaj o religiji, politici, seksu i novcu." Slažem se s tom izjavom jednostavno zato što te teme mogu biti emocionalne. Nije mi namjera uvrijediti vaše osobne osjećaje ili uvjerenja, već podržati vaše pravo na njih.

Izvan ljudskih ograničenja

Kad govorim o duhu osobe, mislim na snagu koja nas tjera iznad naših mentalnih, emocionalnih i fizičkih ograničenja, ograničenja koja često definiraju naše ljudsko stanje.

Kad sam bio u Vijetnamu, vidio sam mlade ljude koji su bili ranjeni i znali da umiru, ali se nastavljaju boriti tako da bi drugi mogli živjeti. Moj kolega iz osnovne škole koji se borio iza neprijateljskih linija najtočnije je to izrazio kad je rekao: "Danas sam živ jer se mrtvaci nastavljaju boriti." Nastavio je: "Dva sam puta bio u borbama u kojima sam jedini preživio. Život vam se promijeni kad shvatite da su vaši prijatelji dali živote da biste vi mogli živjeti."

Mnoge noći prije borbe sjedio bih na krmi nosača zrakoplova i gledao valove. U tim dugim trenucima tišine pomirio sam se sa svojom dušom. Shvatio sam da ću se ujutro ponovo suočiti sa smrću. Tijekom jedne od tih dugih večeri mira i usamljenosti shvatio sam da bi umiranje sljedećeg jutra bilo lako rješenje. Shvatio sam da je život u mnogo pogleda teži od umiranja. Kad sam se pomirio s mogućnošću života i smrti, mogao sam odabrati kako ću živjeti sljedećeg dana. Drugim riječima, hoću li letjeti hrabro ili u strahu? Kad sam odabrao, pozvao sam svoj duh da me povede do sljedećeg dana, kako bih letio i borio se najbolje što mogu, bez obzira na konačni ishod.

Rat je strašna stvar. Uzrokuje da ljudi rade strašne stvari drugim ljudima. Ipak, u ratu sam doživio i najbolje ljudske

postupke. Tamo sam shvatio da ljudska moć može nadići sva ograničenja. Svi to možemo. Znam da možete i vi.

Dobra stvar je što ne morate ići u rat da biste doživjeli tu moć. Jednom kad sam gledao atletski miting tjelesno invalidnih dječaka i djevojčica, bio sam dirnut istim ljudskim duhom. Kad sam vidio mlade ljude, neke bez nogu, kako trče s umjetnim nogama, ulažući svo srce i dušu u trku, njihov duh dotaknuo je moj. Suze su mi došle na oči kad sam gledao jednu djevojčicu s jednom nogom kako trči svim srcem. Na njenom licu mogao sam vidjeti bol zbog trčanja na umjetnoj nozi, ali to nije sputavalo snagu njenog duha. Iako nije pobijedila u utrci, osvojila je moje srce. Dodirnula je moj duh i podsjetila me na stvari koje sam zaboravio. U tom trenu shvatio sam da ti mladi ljudi trče za sve nas, baš kao i za sebe. Trčali su kako bi nas podsjetili na potencijalnu snagu koju čuvamo u sebi.

Veliki ljudski duh vidimo u filmovima. U filmu *Hrabro Srce*, Mel Gibson jaši ispred sakupljene vojske škotskih farmera, prestrašenih zbog strašne britanske armije ispred njih, i urla iz duše: "Mogu ubiti naša tijela, ali ne mogu uzeti našu slobodu!" U tom trenutku, njegov duh govori njihovom. Dodirujući njihove duhove, prevladao je emociju straha i sumnje uzrokovanu nedostatkom obuke i slabijim oružjem. Zapalio je njihove duhove da krenu i poraze najmoćniju vojsku na svijetu.

Primijetio sam da su uspješni vode u mrežnom marketingu obučeni za razvijanje sposobnosti obraćanja ljudskom duhu. Imaju sposobnost dodirnuti veličinu u onima koji idu iza njih i inspirirati ih na putu prema gore. To je moć edukacije koja mijenja život.

Moj bogati otac često mi je govorio, naročito kad sam bio bez novca, samopouzdanja i odgovora: "Postoje tri osobe u svakome od nas. Postoji bogata osoba, siromašna osoba i osoba iz srednje klase. Tvoj je posao da otkriješ koja izlazi na površinu." Rekao je: "Svijet biznisa i investiranja sačinjen je od dvije emocije. To su pohlepa i strah. Razlog zbog kojega većina ljudi nije bogata nije pohlepa, već strah. Ako se želiš obogatiti, moraš prevladati svoj strah i poletjeti." Po mojem mišljenju,

najbolji način za prevladavanje straha jest stupanje u kontakt s vlastitim duhom, a to je ono što čine mnoge kompanije mrežnog marketinga.

Riječ 'edukacija' znači *izvlačenje*. Jedan od problema koji imam s tradicionalnom edukacijom jest to što je utemeljena na strahu, strahu od neuspjeha, umjesto na izazovu učenja, učenja iz grešaka. Po mojem mišljenju, tradicionalna edukacija osmišljena je tako da izvuče iz nas osobu srednje klase, osobu koja se osjeća nesigurno, treba posao, stalnu plaću, živi u strahu od pogrešaka i brine o tome što bi njezini prijatelji mogli misliti

o njoj ako učini nešto drukčije. Razlog iz kojeg podržavam većinu kompanija mrežnog marketinga i što sam ovu knjigu naslovio *Poslovna škola za ljude koji vole pomagati drugima*, jest to što je edukacija koju sam pronašao u kompanijama mrežnog marketinga edukacija koja je osmišljena tako da iz vas izvuče bogatu osobu. Cijenim takvu edukaciju koja mijenja život.

Uzged, magazin *Forbes* definira bogatu osobu kao nekoga tko zarađuje godišnje milijun dolara ili više. Siromašna osoba definirana je kao netko tko zarađuje manje od 25,000\$ godišnje. Pitanje nije koliko zarađujete danas. Pitanje je: "Obučava li vas vaš posao za to da zarađujete više od milijun dolara godišnje?" Ako ne, bilo bi dobro da potražite bolju edukaciju.

Zaključimo

Kad sam izgubio svoju prvu kompaniju, biznis s najlonskim i Velcro novčanicima za surfere, bogati otac mi je čestitao. Rekao je: "Upravo si platio edukaciju od više milijuna dolara. Na putu si da postaneš vrlo bogat." Također je rekao: "Većina ljudi u sebi nikada ne otkrije bogatu osobu zato što siromašna osoba još uvijek misli da je griješiti loše."

Za mene, razlika između vrijednosti u tradicionalnoj edukaciji i vrijednosti u edukaciji koja mijenja život je razlika između vrijednosti koja se polaže na učenje iz grešaka te kažnjavanja ljudi zbog grešaka i vrijednosti koja se pridaje

ljudskom duhu, koji je dovoljno moćan da prevlada bilo kakav manjak mentalnih, emocionalnih ili fizičkih talenata.

Slijedeća vrijednost

Moj siromašni otac cijenio je siguran posao. Moj bogati otac cijenio je financijsku slobodu. U slijedećem poglavlju, raspravljat ćemo o vrijednosti promjene iz osobe koja traži siguran posao u osobu koja traži financijsku slobodu. Počinje s promjenom kvadranta. Drugim riječima, otkrit ćete zašto promjena posla ne mijenja život.

Peto poglavlje

***Vrijednost br. 3: Prijatelji koji će
vas pogurati gore, a ne vući
prema dolje***

"Što će reći moji prijatelji?" je pitanje koje sam čuo mnogo puta na seminarima koje su organizirale kompanije mrežnog marketinga. "Mislit će da sam lud" još je jedna česta izjava.

Za mnoge ljude, iako su uvidjeli smisao u poslovnoj mogućnosti i iako su htjeli načiniti promjene u svojem životu, jedna od najvećih prepreka bila je pitanje što će reći njihovi prijatelji ili obitelj ako pokrenu biznis mrežnog marketinga.

Jedne večeri, jedna samohrana majka stajala je pred skupinom od oko trideset gostiju koji su došli čuti priču o poslovnoj prilici koju je pronašla u mrežnom marketingu. Samohrana majka pričala je kako ju je suprug ostavio i prepustio joj posao da sama othrani četvero djece. Umjesto da pođe po socijalnu pomoć, ova hrabra mlada majka pričala je grupi kako je pokrenula biznis mrežnog marketinga i kako sada u slobodno vrijeme zarađuje preko 60,000\$ godišnje, i pritom podiže djecu. Pričala je grupi kako joj je biznis pružio sigurnost, nadu, kontrolu nad svojim životom, a što je najvažnije, vrijeme u koje se mogla posvetiti djeci. U zaključku je rekla: "Povrh toga, za 10 godina bit ću milijunašica jer biznis i dalje raste. To nikada ne bih mogla učiniti da sam sačuvala

svoj stari posao. Nikada to ne bih uspjela bez podrške ljudi iz tog biznisa."

Za nju, novac nije bio najvažnija stvar. Za nju, biznis joj je vratio život. Opet je mogla imati snove koje se nije usudila sanjati godinama. U dijelu namijenjenom pitanjima i odgovorima, rekla je: "Svojoj djeci mogu pružiti školovanje na koledžu i oni neće morati brinuti o meni kad budem starija. Neću im biti na teret. To je takvo olakšanje. To daje takav osjećaj mira."

Kad je sastanak završio, zahvalio sam čovjeku koji me pozvao. Dok sam izlazio, mladi biznismen, također gost, upitao me: "Što mislite?"

"Mislim da je prezentacija bila odlična", odgovorih ja.

"Da, bila je. Ali zvuči predobro da bi bilo istinito", reče on, tražeći ključeve u svojoj aktovci.

"Zašto ne investirate malo vremena i ne otkrijete je li istina ili nije?" predložih ja. "Možda je to ono što tražite."

"Ne, ne bih to mogao učiniti. Zna li što bi moji prijatelji u uredu pomislili kad bih im rekao da ulazim u biznis mrežnog marketinga? Smijali bi se do suza. Znae kakvi su dečki."

Klimnuo sam glavom i nasmiješio se. "Znam kakvi su dečki." On je ušao u svoj automobil, ja u svoj, i odvezli smo se u noć.

Najteži od svih poslova

1976. pokrenuo sam svoj najlonski i Velcro novčanik za surfere. Dva prijatelja i ja počeli smo ni iz čega, u slobodno vrijeme, dok smo radili za Xerox. Znao sam da neću dugo ostati u Xeroxu jer se biznis s novčanicima pokrenuo i zahtijevao sve više i više vremena. Još uvijek se sjećam kako sam nekolicini ljudi iz ureda rekao kako ću uskoro dati otkaz u Xeroxu i puno radno vrijeme se posvetiti biznisu s novčanicima.

"Ti si lud!" rekao je jedan od starijih prodavača. "Nećeš uspjeti."

"Znaš li koliko ljudi želi raditi za Xerox?" reče drugi stariji prodavač. "Imaš odličan posao, odlične beneficije, dobru plaću i

velike mogućnosti za promociju. Ako tako nastaviš, jednog dana možeš biti direktor prodaje. Zašto bi riskirao gubitak ovako dobrog posla?"

"Vratit ćeš se", reče drugi prodavač. "Vidio sam bezbroj ljudi poput tebe. Ljudi koji misle da su frajeri. Ostave kompaniju, propadnu i vrte se s podvijenim repom."

Skupina od šest prodavača i dvije prodavačice nasmijala se na taj komentar i nastavila razgovarati o novom fotokopirnom stroju koji se pojavio u Xeroxu, a nakon toga su razgovarali o tome tko će pobijediti u bejzbol utakmici te večeri. Shvatio sam da sam s pogrešnim ljudima razgovarao o svojem biznisu i svojim snovima. Shvatio sam da razgovaram s ljudima koji će me prije povući dolje, nego me pogurati gore.

Godinama kasnije, kad mi je taj mladić rekao nakon sastanka: "Ne, ne bih to mogao učiniti. Zna li što bi moji prijatelji u uredu pomislili kad bih im rekao da ulazim u biznis mrežnog marketinga? Smijali bi se do suza. Zna li kakvi su ljudi", točno sam znao o čemu govori.

Za mene, najteži dio napuštanja sigurnog posla i pokretanja biznisa bilo je suočavanje s onim što su mi govorili moji prijatelji, obitelji i suradnici. Za mene, to je bio najteži od svih poslova.

Promjena kvadranta, ne promjene posla

Koliko puta ste čuli da ljudi izgovore neku od sljedećih izjava:

1. "Želio bih da mogu dati otkaz."
2. "Umoran sam od mijenjanja poslova."
3. "Htio bih da mogu više zarađivati, ali ne mogu si dozvoliti da sam otkaz i započnem iznova u novoj tvrtki. A ne želim se vraćati u školu i učiti novu profesiju."
4. "Svaki put kad dobijem povišicu, većinu mi pojedu porezi."
5. "Radim naporno, ali bogate se jedino vlasnici tvrtke."

6. "Radim naporno, ali ne napredujem finansijski. Moram početi razmišljati o mirovini."
7. "Bojim se da će me tehnologija ili mlađi ljudi učiniti zastarjelim."
8. "Ne mogu nastaviti s tako napornim radom. Postajem prestar za to."
9. "Išao sam u zubarsku školu kako bih bio zubar, ali to više ne želim."
10. "Želim raditi nešto drugo i susretati nove ljude. Umoran sam od gubljenja vremena i druženja s ljudima bez mnogo ambicija koji ne postižu ništa. Umoran sam od druženja s ljudima koji naporno rade kako ne bi bili otpušteni, a umoran sam i od rada za tvrtku koja nas plaća samo toliko da ne damo otkaz."

To su česte izjave pojedinaca zarobljenih u jednom od kvadranta protoka novca. Često ih daju ljudi spremni za promjenu kvadranta. Nažalost, umjesto da promijene kvadrant, oni obično samo promijene posao.

Što je Kvadrant PROTOKA NOVCA?

Moja druga knjiga u seriji *Bogati otac* je *Kvadrant protoka novca bogatog oca*. Mnogi ljudi kažu da je to moja najvažnija knjiga jer otvara oči. Napisao sam knjigu za svakoga tko želi načiniti promjenu u životu - promjenu mnogo veću od jednostavne promjene posla.

Donji dijagram je kvadrant protoka novca.



E znači "zaposlenik",
S znači "samo-zaposlenik" ili "vlasnik malog biznisa",
B znači "vlasnik biznisa",
I znači "investitor".

Kako ćete znati u kojem ste kvadrantu?

Način da saznate u kojem ste kvadrantu je ustanoviti iz kojeg kvadranta vam pritječe novac. Drugim riječima, ako vam prihod dolazi od posla i redovno dobivate čekove od tvrtke koju ne posjedujete, vaš novac dolazi iz kvadranta E. Ako najveći dio svojeg novca dobivate iz investicija, tada ste investitor, osoba iz I kvadranta. Ako ste vlasnik malog biznisa, specijalist poput liječnika ili odvjetnika, ili osoba poput agenta za nekretnine koja radi za proviziju, vjerojatno ste u S kvadrantu. Ako posjedujete veliki biznis, kompaniju ili tvrtku koja zapošljava preko 500 ljudi, tada ste u B kvadrantu.

Različiti kvadranti, različite vrijednosti

Prije mnogo godina, bogati otac objasnio mi je da različiti kvadranti imaju različite vrijednosti. Na primjer, iako osoba iz E kvadranta može biti domar ili predsjednik kompanije, njima je zajednički niz temeljnih vrijednosti. Osoba u E kvadrantu, bez obzira na to je li domar ili predsjednik, često govori ili misli stvari kao što su: "Tražim siguran posao uz beneficije", ili: "Koliko se plaća prekovremeno?" ili: "Koliko imamo plaćenih praznika?" Drugim riječima, za nekoga u E kvadrantu vrlo važna temeljna vrijednost je *sigurnost*.

Vrijednosti S kvadranta

Za ljude u S kvadrantu temeljna vrijednost je *neovisnost*. Oni žele svoju slobodu i žele raditi ono što vole. Kada osoba kaže: "Dat ću otkaz na poslu i sam krenuti dalje" često prelazi iz E kvadranta u S kvadrant.

Ljudi iz S kvadranta su vlasnici malih tvrtki, obiteljskih tvrtki, specijalisti i savjetnici. Na primjer, imam prijatelja koji instalira televizore s velikim ekranima, telefonske i sigurnosne sustave u kućama bogataša. Ima tim od tri čovjeka i sretan je što im je šef. On je vrijedan, tvrdokoran S. Ljudi koji rade na provizije, poput brokera za nekretnine i osiguranja, također su u S kvadrantu. S kvadrant je također pun profesionalaca poput liječnika, odvjetnika i računovođa koji ne spadaju u velike medicinske, pravne ili računovodstvene tvrtke.

Osobu iz S kvadranta prepoznat ćete po riječima: "Ako želiš da nešto bude napravljeno dobro, učini to sam", ili: "Ja imam najbolje proizvode." Ako imaju neku zajedničku temu, to je: "Nitko to ne radi bolje." U jezgri S, iza fasade nezavisnosti, često se nalazi manjak povjerenja u druge ljude, povjerenja da netko može nešto učiniti bolje od njih.

S biva plaćen po proviziji ili po količini vremena koju provede na poslu. Na primjer, S može reći stvari kao što su: "Moja uobičajena provizija je 6% od totalne cijene", ili: "Cijena mogeg posla je 100 dolara na sat", ili: "Moj honorar je cijena plus 10%."

Osoba iz S kvadranta je John Wayne biznisa. Možete ih čuti kako govore: "Učinit ću to sam."

Vrijednosti B kvadranta

Ljudi koji počinju ni iz čega i izgrade velike biznise u B kvadrantu često su ljudi sa snažnim životnim misijama, cijene dobar tim i učinkovit timski rad i žele poslužiti što je moguće većem broju ljudi. U ovoj knjizi već sam spomenuo Thomasa Edisona, osnivača General Electrica, Henryja Forda, osnivača Ford Motor Companyja i Billa Gatesa, osnivača Microsofta.

I dok osoba iz S kvadranta želi biti najbolja na svojem području, osoba iz B kvadranta često traži ljude koji su najbolji u svojem području kako bi ih pridobio za svoj tim. Govoreći o Henryju Fordu, on se okružio ljudima koji su bili pametniji od njega. Biznismen iz S kvadranta obično je najpametnija osoba u malom timu, na primjer liječnik ili savjetnik.

Što se tiče plaćanja, prava osoba iz B kvadranta ili vlasnik velikog biznisa može ostaviti svoj posao i biti plaćen. U većini slučajeva, ako ljudi iz S kvadranta prestanu raditi, prihod im prestane pristizati. Stoga si možete postaviti pitanje: "Ako danas prestanem raditi, kolike ću prihode i dalje dobivati?" Ako vaši prihodi stanu za šest mjeseci ili manje, velika je vjerojatnost da ste u E ili S kvadrantu. Osoba iz B i I kvadranta može prestati raditi, a novac će joj i dalje pritjecati.

Vrijednosti I kvadranta

I kvadrant cijeni *financijsku slobodu*. Investitor voli ideju da njegov novac radi umjesto njega.

Investitori investiraju u mnoge stvari. Oni mogu investirati u zlatnike, nekretnine ili vrijednosne papire poput dionica, obveznica i uzajamnih fondova.

Ako vaš prihod dolazi od kompanije ili od državnih mirovinskih planova, a ne od vašeg vlastitog poznavanja investiranja, radi se o prihodu iz E kvadranta. Drugim riječima, vaš šef ili tvrtka još uvijek vam plaćaju vaše godine rada.

Investitora se može čuti kako govori: "Dobivam povrat od 20% na aktivu", ili: "Pokažite mi financijsko izvješće kompanije", ili "Koliko košta održavanje imanja?"

Različiti kvadranti, različiti investitori

U današnjem svijetu, svi moramo biti investitori. Međutim, naš školski sustav ne uči nas mnogo o investiranju. O, znam da neke škole podučavaju o izboru dionica, ali to za mene nije investiranje. Za mene je to kockanje.

Prije mnogo godina, bogati otac rekao mi je kako većina zaposlenika investira u uzajamne fondove ili štednju. Rekao je: "Liječnici su često najgori investitori." Nastavio je: "To što si uspješan u jednom kvadrantu, kao što su E, S ili B, ne znači da ćeš biti uspješan u I kvadrantu."

Bogati otac pokazao mi je kako različiti kvadranti investiraju na različite načine. Na primjer, osoba iz S kvadranta može reći:

"Ja neću investirati u nekretnine jer ne želim popravljati zahode." Osoba iz B kvadranta koja govori o istom problemu može reći: "Želim zaposliti kompaniju za rukovođenje imanjima koja će mi noću popravljati zahode." Drugim riječima, investitor iz S kvadranta mislit će da sama mora održavati imanje, a investitor iz B kvadranta unajmit će drugu kompaniju da održava imanje. Različiti ljudi, različiti mentalni sklopovi, različiti kvadranti, različite vrijednosti.

Ako biste htjeli otkriti više o različitim ljudima koje privlače različiti kvadranti, pročitajte knjigu broj dva iz serijala Bogati otac, *Kvadrant PROTOKA NOVCA bogatog oca*. Kao što sam već rekao, mnogi ljudi kažu da je *Kvadrant PROTOKA NOVCA* najvažnija knjiga za ljude spremne da naprave promjenu u svojim životu.

Biznis mrežnog marketinga je biznis iz B kvadranta

Biznis mrežnog marketinga je za ljude koji žele ući u svijet B kvadranta. Zašto je to biznis iz B kvadranta? Odgovor je, zato što je biznis mrežnog marketinga osmišljen tako da zaposli mnogo više od 500 ljudi. Također, potencijal zarade biznisa mrežnog marketinga je teoretski neograničen, dok je potencijal zarade u E i S kvadrantu često ograničen onim koliko vi kao pojedinac možete raditi. U biznisu mrežnog marketinga, možete zaraditi onoliko koliko može zaraditi vaša mreža. Ako izgradite veliku mrežu, možete zaraditi velike iznose novca.

Nakon što izgradite veliku mrežu, slijedeći korak je da iz B kvadranta prijedete u I kvadrant. To mi je barem preporučio moj bogati otac, i to sam i učinio. Moji kolege prodavači, koji su me ismijavali jer sam napuštao Xerox i pokretao vlastitu tvrtku, i danas su prodavači. Nikada nisu promijenili svoj mentalni sklop, svoje temeljne vrijednosti, i nikada nisu promijenili svoje kvadrante. Danas znam da neki od njih brinu da bi mogli izgubiti posao, a nekolicina ih nema dovoljno novca za mirovinu. Drugim riječima, proveli su previše vremena u E i S kvadrantima.

Što želite biti kad odrastete?

Kad sam bio dijete, moj siromašni otac je rekao: "Idi u školu, dobij dobre ocjene, pa možeš dobiti siguran posao." Programirao me za E kvadrant.

Moja majka često je govorila: "Ako želiš biti bogat, trebao bi postati liječnik ili odvjetnik. Tako ćeš uvijek imati profesiju na koju se možeš osloniti." Ona me programirala za S kvadrant.

Moj bogati otac rekao je: "Ako želiš biti bogat, trebao bi se baviti svojim poslom." Bogati otac preporučio mi je da postanem vlasnik biznisa i investitor.

Kad sam se vratio iz Vijetnama, morao sam odlučiti kojeg ću oca poslušati. Gledajući Kvadrant PROTOKA NOVCA,



postavio sam si ovo pitanje: "U kojem kvadrantu imam najveće izgleda za financijski uspjeh?" Budući da sam znao da ne želim cijeli život biti zaposlenik i da ne želim ići u škole kako bih postao liječnik ili odvjetnik iz S kvadranta, znao sam da za mene najbolja prilika leži u B i I kvadrantu. Znao sam da su B i I kvadranti najbolji za mene jer sam htio biti multimilijunaš. Nisam htio slušati zapovijedi niti naporno raditi cijeli život da bih zaradio te milijune dolara. Danas zarađujem milijune dolara bez da moram raditi. Radim manje i zarađujem više jer koristim moć mreža.

Sada je red na *vama* da pogledate kvadrante. Pitanje koje si možete postaviti jest: "Koji kvadranti su najbolji za mene?"

Jedan od razloga zašto mnogi ljudi nisu uspješni u životu jest to što ne mijenjaju kvadrante; većina ljudi mijenja samo

posao. Zato postoje ljudi koji idu s posla na posao, ili ljudi koji govore: "Pronašao sam savršeni posao." Čak i ako su ga pronašli, nisu se mnogo promijenili, jer nisu promijenili kvadrante.

Promjena kvadranta znači promjenu vrijednosti i prijatelja

Jedna od prednosti biznisa mrežnog marketinga jest to što je pun novih ljudi, od kojih vam neki mogu postati najbolji prijatelji. Za mene, najteži dio napuštanja Xeroxa bio je taj što su većina mojih prijatelja i obitelji bili u E kvadrantu. Imali su drukčije vrijednosti od mene. Cijenili su sigurnost i stalnu plaću, a ja sam cijenio slobodu i financijsku neovisnost.

Ako razmišljate o promjeni kvadranta i o biznisu mrežnog marketinga, imate veliku prednost u odnosu na mene. Biznis mrežnog marketinga pruža podršku velike grupe ljudi koji slično razmišljaju, koji imaju iste temeljne vrijednosti, vrijednosti B kvadranta i koji vam pomažu tijekom prijelaza. Ja sam imao samo bogatog oca i njegovog sina koji su me poticali. Svi su drugi smatrali da sam lud, a možda sam i bio. Međutim, siguran posao i plaća za mene nisu bili dovoljan razlog da ostanem u korporaciji Xerox.

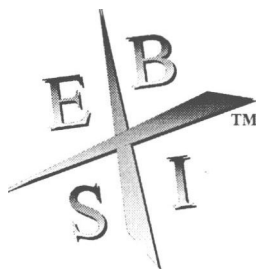
Prijatelji koje sam ostavio u Xeroxu još su mi uvijek dobri prijatelji. To će uvijek i biti. Međutim, bilo je vrijeme da krenem dalje. Ako je i za vas vrijeme da krenete, a B kvadrant vas zove, možda ćete se poželjeti uključiti u biznis mrežnog marketinga i upoznavati nove prijatelje.

U kojem su kvadrantu vaši prijatelji?

Danas imam prijatelje u sva četiri kvadranta. No, moji najbolji prijatelji su u B i I kvadrantima. Jedan od izazova komunikacije s ljudima je to da sam uvijek svjestan njihovih vrijednosti i kvadranta. Primijetio sam da osobe iz E kvadranta ne razumiju što im govorim ili se uplaše ako razgovaramo o biznisu ili investiranju. Na primjer, ako kažem nekome iz E

kvadranta: "Htio bih pokrenuti svoj biznis", on može odgovoriti: "Nije li to rizično?" Bit je u tome da govorimo iz različitih temeljnih vrijednosti. Ono što je meni uzbudljivo, nekome drugome je zastrašujuće. Umjesto da uplašim one u E i S kvadrantu, s njima razgovaram o vremenu, sportu i TV programu.

Mnogi ljudi koji već jesu u biznisu mrežnog marketinga koriste moj Kvadrant PROTOKA NOVCA kao način objašnjenja svojeg biznisa. Oni će nacrtati ovakav kvadrant:



Zatim će objasniti razlike u temeljnim vrijednostima osobi koja je zainteresirana za pokretanje vlastitog biznisa mrežnog marketinga. Mnogi od njih kažu kako potencijalni novi vlasnici biznisa smatraju ovakvo objašnjenje razumljivijim i umirujućim. Nova osoba ima priliku shvatiti da joj se događaju promjene temeljnih vrijednosti i da ulazi u poslovnu školu kako bi naučila biti vlasnik biznisa, a ne zaposlenik.

Iako neće svi ljudi pokrenuti biznis, mnogi od njih bit će vam zahvalni što ste koristili kvadrant, govorili o temeljnim vrijednostima i ostavili im vremena da se odluče, umjesto da vršite na njih pritisak da pokrenu biznis. Ako odvojite vrijeme da pogledate kvadrant i odvagnete razloge za i protiv, mislim da ćete uvidjeti kako je promjena kvadranata više od promjene uma. To je promjena temeljnih vrijednosti, a za to je potrebno vrijeme.

"Promjena kvadranata je promjena temeljnih vrijednosti."

Vjerujem kako je mrežni marketing teško objasniti zato što postoji vrlo malo ljudi koji su uspješni u B kvadrantu. Većina ljudi, zahvaljujući našim školama i obiteljskim vrijednostima, nalazi se u E ili S kvadrantu. U stvari, po mojoj procjeni oko 80% populacije je u E ili S kvadrantu. Rekao bih da je oko 15% ljudi u I kvadrantu, a manje od 5% u B kvadrantu. Drugim riječima, na svijetu ima vrlo malo Thomasa Edisona i Bill Gatesa. Mnogi slavni direktori su ljudi iz E, a ne B kvadranta. Na primjer, slavni Jack Welch, bivši direktor General Electrica, ipak je bio samo zaposlenik. Istina, bio je briljantan voditelj, ali vlasnik tvrtke, njezin osnivač, bio je propali učenik Thomas Edison. Edison je imao viziju i poticaj da pokrene nešto ni iz čega i pretvori to u divovski biznis.

Ponavljam, vrlo mali broj ljudi bio je u blizini pravog vođe iz B kvadranta. Zato, kada ljudi dolaze slušati o mrežnom marketingu od vođe biznisa mrežnog marketinga, često i ne shvaćaju kakva je to prilika. Druženje s ljudima iz E i S kvadranta nije im omogućilo da razmišljaju u takvim razmjerima, pa mnogi ne vide kolika im se mogućnost nudi. Ja sam u djetinjstvu imao sreće što mi je bogati otac proširio um tako da sam uvidio moć biznisa u B kvadrantu. Zato sam imao posao samo 4 godine. Nisam planirao biti E ili S kada odrastem. Znao sam da želim živjeti u B i I kvadrantima.

Ako odlučite pokrenuti biznis mrežnog marketinga i razgovarate s prijateljem, uzmite vrijeme da mu objasnite kvadrante i razloge iz kojih činite promjenu kvadranta. Ako im to dobro objasnite, možda će vam dati mnogo veću podršku nego ako samo izlanete: "Ulazim u kompaniju mrežnog marketinga." Kao što sam rekao, taj je biznis teško objasniti zato što malobrojni poznaju nekoga iz B kvadranta. Većina ljudi okružena je ljudima iz E i S kvadranta. Budite strpljivi i upotrijebite kvadrante kako biste objasnili svoj novi pogled na život. Tko zna, ako ste dovoljno strpljivi i dobro objasnite promjene kroz koje prolazite, možda vam se i pridruže na vašem putu. Morate im samo objasniti da je putovanje proces, a ne plan za brzo bogaćenje i da može potrajati godinama. Ako ste ozbiljni, preporučam vam 5-godišnji plan.

5-godišnji plan

Često me pitaju zašto 5-godišnji plan. Evo mojih razloga:

Razlog #1:

Trebale su godine da se izgrade Starbucks i McDonald's. Trebale su godine da Sony postane divovska tvrtka. Drugim riječima, potrebne su godine da se izgrade velike kompanije i veliki vođe biznisa. Većina ljudi ne razmišlja u godinama. Većina razmišlja u terminima trenutne zarade i brzog bogaćenja. Zato u B kvadrantu ima tako malo ljudi. Većina ljudi želi novac, ali ne želi investirati vrijeme.

Kao što sam rekao prije, učenje je fizički proces, a za fizičko učenje ponekad treba više vremena nego za mentalno. Na primjer, možete odlučiti naučiti voziti bicikl, ali fizički proces učenja može trajati dulje od mentalne odluke da naučite voziti bicikl. Dobra je stvar da ono što naučite fizički u glavnom ostaje zauvijek.

Razlog #2:

S druge strane, i odučavanje je fizički proces. Postoji izreka: "Ne možete naučiti starog psa novim trikovima." Pa, srećom, mi smo ljudi, a ne psi. Ipak, ima istine u tvrdnji da se teže odučavamo od stvari koje smo naučili tijekom godina što smo stariji. Jedan od razloga što se mnogi ljudi osjećaju udobnije u kvadrantima E i S je taj što su tamo sigurni - proveli su godine učeći kako će živjeti u tim kvadrantima. I tako, mnogo se ljudi vraća zato što im je tamo udobnije, iako ta udobnost nije dobra na dulje staze.

Potrebno vam je vrijeme i da biste se odučili od naučenog. Nekim ljudima je najteži dio prelaska s lijeve strane kvadranta u desnu upravo odučavanje od stavova i gledišta kvadranta E i S. Kad ste se odučili od onoga što ste naučili, mislim da će promjena ići mnogo brže i lakše.

Razlog #3:

Sve gusjenice ispletu čahuru prije no što se pretvore u leptira. Letačka škola bila je moja čahura. Ušao sam u nju kao student i izašao kao pilot, spreman za Vijetnam. Da sam išao u civilnu letačku školu, sumnjam da bih bio spreman za rat. Ono što sam morao naučiti kao vojni pilot razlikuje se od onoga što uče civilni piloti. Vještine su drugačije, kao i intenzitet obuke, a i činjenica odlaska u rat na kraju obuke čini stvari drugačijima.

Trebale su mi skoro dvije godine da prođem kroz osnovnu letačku školu na Floridi. Dobio sam svoju letačku dozvolu, što znači da sam postao pilot, a zatim su me premjestili u kamp za obuku Pendleton u Kaliforniji. Tamo su nas obučavali za borbu više nego za let. Neću vam dosađivati s detaljima, ali tamo je obuka postala intenzivnija.

Kad smo završili letačku školu i postali piloti, imali smo jednu godinu pripreme za Vijetnam. Letjeli smo neprekidno, u uvjetima koji su nas testirali mentalno, emocionalno, fizički i duhovno - sve četiri točke iz Piramide učenja.

Nakon oko osam mjeseci u Camp Pendletonu, nešto se u meni promijenilo. Tijekom jednog školskog leta, konačno sam postao pilot spreman za rat. Do tada sam letio mentalno, emocionalno i fizički. Neki ljudi to nazivaju "mehaničko letenje". Na tom letu promijenio sam se duhovno. Misija je bila tako intenzivna i zastrašujuća da su sve moje sumnje i strahovi potisnuti, a ljudski duh je prevladao. Letenje je postalo dio mene. Osjećao sam se u zrakoplovu kao kod kuće. Zrakoplov je postao dio mene. Bio sam spreman za Vijetnam.

Nije da se nisam bojao, jer jesam. I strah od odlaska u rat još je bio tu. Tu je bio i strah od umiranja ili osakaćenja. Razlika je bila u tome što sam sada bio spreman ići u rat. Moje samopouzdanje je bilo veće od mojih strahova. I to je taj isti tip edukacije koja mijenja život koju sam pronašao u mnogim mrežnim tvrtkama.

Moj proces pretvaranja u poslovnog čovjeka i investitora bio je prilično sličan procesu pretvaranja u pilota spremnog za

bitku. Trebalo mi je da dva puta propadnem prije no što sam iznenada pronašao svoj duh, duh koji se često naziva "poduzetnički duh". To je duh koji me drži na strani B i I, bez obzira na to koliko je to teško. Ostajem na strani B i I umjesto da se vratim u sigurnost i udobnost strane E i S. Trebalo mi je 15 godina kako bi dobio samopouzdanje i osjećao se dobro u kvadrantu B.

Još upotrebljavam petogodišnji plan

Kad odlučim naučiti nešto novo, na primjer, investiranje u nekretnine, još si dajem pet godina da naučim proces. Kad sam želio naučiti kako investirati u dionice, ponovo sam si dao pet godina da naučim proces. Mnogo ljudi uloži jednom, izgubi nekoliko dolara i onda prestane. Prestaju nakon prve greške i zato ne mogu učiti. Moj bogati otac bi rekao: "Pravi pobjednik zna da je gubljenje dio procesa pobjeđivanja. Samo gubitnici misle da pobjednici nikada ne gube. Gubitnik je netko tko sanja o pobjeđivanju i čini sve moguće da izbjegne greške."

Još uvijek si dajem pet godina da načinim što više grešaka. To radim zato što znam da ću nakon pet godina biti pametniji što više grešaka načinim i naučim iz njih. Ako ne načinim greške, nisam pametniji nego prije pet godina. Samo sam pet godina stariji.

Moje putovanje u B i I kvadrantima nije završilo

Ja sam na tom putovanju godinama i još uvijek imam mnogo za učiti. Vjerojatno ću putovati do kraja života. No, što više učim, manje moram raditi i to je dobro. Ako vi ili vaši prijatelji imate ideju kako ćete pokrenuti biznis mrežnog marketinga i očekujete da ćete odmah početi zarađivati, tada još uvijek razmišljate poput osobe iz E ili S kvadranta. Ljudi iz E i S kvadranta najčešće bivaju uvučeni u planove za brzo bogaćenje koji se pretvore u prijevare. Ako stvarno želite krenuti na putovanje, preporučio bih vam da posvetite 5 godina učenju, rastu i promjeni vaših temeljnih vrijednosti i upoznavanju novih

prijatelja. Meni su te promjene mnogo vrjednije od nekoliko dolara zarade.

Zaključimo

Ukratko, prednost biznisa mrežnog marketinga nije samo u tome što pruža odličnu poslovnu edukaciju, već vam pruža i cijeli novi svijet prijatelja koji idu u istom smjeru kao i vi i dijele iste temeljne vrijednosti. Meni je takvo prijateljstvo od neprocjenjive vrijednosti. Znam da ne bih uspio na svojem putu da nisam upoznao neke sjajne prijatelje.

P.S. Ako u svojim objašnjenjima koristite Kvadrant PROTOKA NOVCA, cijenio bih ako biste naglasili kako je to jednostavno objašnjenje o četiri tipa ljudi u svijetu novca smislio moj bogati otac. Prije mnogo godina, moj bogati otac pokazao mi je put u svijet za koji moj siromašni otac nije ni znao da postoji. Nadam se da ćete i vi imati isto takvu korist od kvadranta.

U kojim ste kvadrantima vi, vaši prijatelji i vaša obitelj?

Prije no što prijeđemo na iduće poglavlje, na trenutak procijenite vaše bližnje i njihove kvadrante.

Osoba	Kvadrant (E,S,B ili I)
Otac	_____
Majka	_____
Supružnik	_____
Braća (po imenu)	_____
Prijatelji (po imenu)	_____

U kojem ste kvadrantu danas, a u kojem želite biti sutra?

	E	S	B	I
Vaš kvadrant danas	—	—	—	—
Vaš kvadrant sutra	—	—	—	—

Kakav je vaš plan za promjenu kvadranta? Kako planirate steći edukaciju, iskustvo i promjenu temeljnih vrijednosti?

Slijedeća vrijednost

Slijedeće poglavlje sadrži vrijednost izgradnje mreže prijatelja koji postaju vlasnici biznisa.

Šesto poglavlje

Vrijednost br. 6: U čemu je vrijednost mreže?

1974 godine, dok sam radio za korporaciju Xerox na Havajima, imao sam problema s prodajom proizvoda zvanog Xerox telekopirka. Imao sam problem jer je to bio novi proizvod. I ne samo to, često su me pitali: "Pa, tko još ima taj uređaj?" Drugima riječima, posjedovanje telekopirke nema vrijednost ako je nema i netko drugi, tj. ako ne postoji mreža telekopirki. Danas se taj uređaj naziva "faks-mašina". Kako je sve više i više ljudi počelo koristiti taj uređaj, njegova vrijednost je narasla, a prodaja postala mnogo lakša. Proveo sam četiri godine prodavajući nove faks-mašine i uložio mnogo vremena u to da objasnim što su i kako rade. Danas je mora imati svaka tvrtka, a imaju je i mnoge privatne osobe. Danas, umjesto da satima objašnjavate prednosti telekopirke, ljudi samo moraju izabrati model koji žele. Potrebno je vrlo malo objašnjenja o korištenju. Bit je u tome da je telekopirka, ili faks-mašina, dobila na vrijednosti kad je nastala mreža tih uređaja. Zato ovo poglavlje govori o moći mreže.

Metcalfov zakon

Robert Metcalf je jedan od ljudi odgovoran za stvaranje ether-neta. Nedavno je osnovao i 3 Com Corp. On je definirao i zakon poznat kao Metcalfov zakon:

$$\textit{Ekonomska vrijednost mreže} = \textit{broj korisnika}^2.$$

Jednostavnije rečeno:

Ako postoji samo jedan telefon, on nema ekonomsku vrijednost. Ako postoje dva telefona, prema Metcalfovom zakonu ekonomska vrijednost telefonske mreže se kvadrira. Ekonomska vrijednost mreže skočit će s 0 na 4. Dodajte treći telefon i ekonomska vrijednost mreže je 9. Drugim riječima, ekonomska vrijednost mreže raste eksponencijalno, a ne aritmetički.

"Ekonomska vrijednost mreže raste eksponencijalno, a ne aritmetički."

Biznismen tipa Johna Waynea

U generaciji mojeg oca bilo je ljudi poput Johna Waynea koji su bili filmski heroji. John Wayne glumio je grubog individualca koji nije trebao ničiju pomoć u obavljanju poslova. I način na koji je tretirao žene bio je u stereotipu "Ja Tarzan... ti Jane." TV serije iz tog razdoblja, serije poput *Leave it to Beaver*, prikazivale su Warda Cleavera (Beaverovog oca) kako se vraća s posla, dok ga June Cleaver (Beaverova majka) čeka kod kuće, kao vrijedna supruga, i kuha i čisti dok se njezin princ na bijelom konju - suprug - ne vrati kući s plaćom.

Iako su se mnoge stvari promijenile od tih filmova i serija iz 50-tih, mnoge stare poslovne ideje iz tog razdoblja još uvijek postoje. I danas čujem kako ljudi kažu: "Idem u biznis i radit ću sam." Za mene, ideja "radit ću sam" je John Wayneova ideja o pristupu biznisu. Već sam napisao da, kada ljudi govore da idu

sami u biznis, uglavnom prelaze iz E kvadranta u S kvadrant, a ne u B kvadrant. Danas je S kvadrant dom grubih individualaca, John Wayne kvadrant biznisa.

Franšiza je mreža

Ipak, u pedesetim godinama počeli su se pojavljivati novi tipovi poslovnih modela i ljudi. Jedan od takvih tipova je franšiza. Neke od poznatijih franšiza su McDonald's, Wendy's itd. Danas su franšize opće prihvaćene. No, u 50-tima, mnogi od ljudi sa starim pogledima na biznis, John Wayneovim pogledima, kritizirali su franšize, pa ih čak nazivali i ilegalnima. Danas, kad god putujem svijetom, vidim slavne franšize poput McDonald'sa u Peking, Južnoj Africi i u vrlo zabačenim mjestima. Danas je svijet prihvatio franšize.

Jednostavno rečeno, franšiza je oblik poslovne mreže sačinjene od vlasnika multiplih biznisa koji rade zajedno. Danas svi znamo da vlasnik franšize McDonald's ima mnogo više moći od grubih pojedinaca koji sami otvaraju svoje štandove s hamburgerom. Ako se McDonald's smjesti blizu neovisnog štanda s hamburgerima, velike su šanse da će pojedinac uskoro ispasti iz posla, iako možda John Wayne radi bolje hamburgere.

Kao i svi novi poslovi, nova franšiza nije pretjerano vrijedna dok broj njenih članica ne naraste. Sjećam se kad sam prvi put vidio Mail Boxes ETC. i pitao se što je to. Iznenada, tvrtka je eksplozivno narasla dodajući franšize. Isto vrijedi i za Starbucks. Prije mnogo godina, čuo sam za tu malu kompaniju za kavu sa smiješnim imenom koja je djelovala u Seattleu. Danas je vidim kamo god pošao. Čini se da u New Yorku imaju Starbucks na svakom uglu. Iako se ovaj rast dogodio uglavnom putem dućana koje posjeduje kompanija, a ne franšiza, to je još jedan primjer Metcalfovog zakona.

U mojem susjedstvu, mali poštanski dućani koji su radili godinama bili su istisnuti iz posla kad se u trgovačkom centru otvorio dućan sa franšizom Mail Boxes Etc. Isto se dogodilo i s malim prodavačima kave. Mali dućani ispali su iz biznisa zbog

Starbucks, iako su imali odličnu kavu. Grubi pojedinci su opet izgubili u borbi protiv mreža.

Drugi tip mrežnog biznisa

Tijekom 70-tih pojavio se novi tip mrežnog biznisa. O tom biznisu govori i ova knjiga. Drugi tip mrežnog biznisa je danas poznat kao mrežni marketing. Umjesto mreže franšiziranih biznisa, to je mreža franšiziranih ljudi. Drugim riječima, osobna franšiza. Taj tip mrežnog biznisa naišao je na mnogo kritika kad je postao popularan i kad su se milijuni ljudi uključili u njega. Kritike se nastavljaju i danas. Ipak, industrija se nastavlja razvijati na mnogim područjima koja je nekada kontrolirao tradicionalni biznis. Razlog što ta industrija nastavlja rasti je moć Metcalfova zakona.

Ljudi ne mogu vidjeti brzi razvoj mrežnog marketinga zato što je to u većini slučajeva nevidljivi biznis. Za razliku od znakova koji viču "McDonalds" ili "Starbucks", većina franšiza mrežnog marketinga djeluje diskretno iz domova ili malih ureda. Povrh toga, mnoge uspješne franšize mrežnog marketinga zarađuju mnogo više novca od većine franšiza.

Veliki biznis sada je u biznisu mrežnog marketinga

Na početku ove knjige, načinio sam listu nekih proizvoda ili usluga koje se sada pružaju kroz distribucijski sustav mrežnog marketinga. Ta lista uključuje proizvode kao što su pravne usluge, porezne usluge, telefonske usluge, kozmetika, vitamini, odjeća pa čak i nekretnine. Jedna od iznenađujućih stvari koju sam otkrio otkad sam otvorio um jest broj velikih korporacija poput Citibanka, AOL Time Warnera i Berkshire Hathaway koja imaju poslovne operacije u mrežnom marketingu. Kad sam otvorio um, shvatio sam da sam kritike mrežnog marketinga slušao samo od ljudi koji nisu bili u biznisu. Nisam mogao vidjeti biznis jer je on virtualan, znači, nevidljiv i nisam mogao vidjeti rast industrije. Mogao sam samo čuti pritužbe od

poslovnih ljudi starog stila, ili John Wayneova biznisa. Industrija nastavlja rasti zahvaljujući moći Metcalfovog zakona.

Upregnite moć Metcalfovog zakona

Ljepota mrežnog marketinga je u tome što prosječnim pojedincima, ljudima poput vas ili mene čini dostupnim Metcalfov zakon, ali morate ga se držati. Ako slijedite princip zakona, ulazak u mrežnu tvrtku je dobar početak, ali to ne znači da ćete moći upregnuti njenu moć. Bilo bi to kao da kupite telefon, ali ga imate jedino vi.

"Vaš je posao da klonirate ili duplicirate nekoga tako da bude upravo poput vas"

Kako biste upregnuli moć, morate klonirati ili duplicirati nekoga poput vas. Kad vas je dvoje, vaša ekonomska vrijednost je kvadrirana. Vrijednost vaše mreže je narasla s 0 na 4. U trenutku kad vas je troje, ekonomska vrijednost mreže penje se na 9. Ako dvoje ljudi koje ste doveli također dovedu po dvoje novih ljudi, ekonomska vrijednost vaše mreže počinje sličiti raketi koja polijeće prema mjesecu. Umjesto teškog aritmetičkog rada, vaša ekonomska vrijednost počinje rasti eksponencijalno. To je moć i vrijednost mrežnog biznisa.

Na duge staze, uspješni mrežni biznismen ima potencijal zaraditi više od većine profesionalaca kao što su liječnici, odvjetnici, računovođe i drugi. Razlika i moć objašnjeni su Metcalfovom zakonom. To je vrlo važna vrijednost mrežnog marketinga.

U prethodnom poglavlju, govorio sam o vrijednosti novih prijatelja. Ako uložite malo vremena i objasnite im najprije Kvadrant PROTOKA NOVCA, pa ih upitate u koji kvadrant žele uložiti vrijeme, a zatim im objasnite moć Metcalfovog zakona, vjerujem da ćete imati osobu koja će biti mnogo prijemčivija za poslovnu priliku koju predstavljate. Također možete objasniti činjenicu da je mrežni marketing poslovni

model koji danas najbrže raste, iako se to ne može vidjeti jer je virtualan ili nevidljiv.

Izgradnja biznisa mrežnog marketinga jednostavno je traženje prijatelja, novih i starih, koji žele ići u istom smjeru kao i vi. Gledajte na to kao na rješavanje matematičkog problema. Recimo da vi dovedete 10 novih ljudi u biznis. Vrijednost vaše mreže sada je 100, a ne 10. Ako svatko od tih 10 ljudi dovede još po 10 ljudi, vrijednost vašeg biznisa eksplodirat će. Kao što sam rekao na početku knjige, moj um bio je zatvoren prema mrežnom marketingu kad sam prvi puta otišao na sastanak u ranim 70-tim. Moj um bio je zatvoren, moje oči nisu vidjele, pa nisam shvatio moć poslovne prilike koja se nalazila preda mnom. Danas sam progledao. Da moram krenuti iznova, umjesto da gradim stari tip biznisa, počeo bih graditi biznis mrežnog marketinga.

Bolja ideja koja manje košta

Umjesto da izgradim biznis mrežnog marketinga, potrošio sam milijune dolara, a ponekad i gubio milijune dolara, gradeći staromodni biznis. Iako ne žalim zbog svojeg putovanja, putovanja na kojem sam učio graditi staromodni biznis ni iz čega, sada vam iskreno mogu reći da izgradnja biznisa mrežnog marketinga ima više smisla za većinu ljudi, naročito ako nemate milijune dolara da izgradite staromodni biznis ili stotine tisuća dolara da kupite poznatu franšizu. Jednostavno rečeno, biznis mrežnog marketinga, sa svojom niskom cijenom ulaska i odličnim programima obuke, daleko je bolja ideja. To je ideja čije vrijeme je došlo. Biznis mrežnog marketinga eksplodirao je u cijelom svijetu. Sve što morate učiniti jest da otvorite oči i vidjet ćete. Nema zlatnih lukova niti zelenih sirena koje vas mame da dođete njima. Biznis mrežnog marketinga eksplodirao je u cijelom svijetu, a vrlo malo ljudi to može vidjeti.

Budućnost mrežnog marketinga

Iako je biznis strahovito narastao, sada je vrijeme da se uđe u njega. Zašto to kažem? Kažem to zato što se svijet konačno probudio za ideju da je Industrijsko doba završilo i da službeno ulazimo u Informatičko doba. Velike tvrtke poput General Electrica i Ford Motor Company tvrtke su iz Industrijskog doba. Biznisi mrežnog marketinga su franšize Informatičkog doba jer većina biznisa mrežnog marketinga funkcionira gotovo isključivo na temelju informacija, a ne zemlje, tvornica i zaposlenika.

Kad sam bio dijete, moji roditelji govorili su: "Idi u školu, dobro uči da bi dobio dobro plaćeni posao s beneficijama." To je klasično razmišljanje Industrijskog doba. Moji roditelji vjerovali su u sigurni posao, mirovinu i medicinsku skrb koju osigurava kompanija, kao i državno socijalno i zdravstveno osiguranje. To su stare ideje iz Industrijskog doba. Danas većina nas zna da siguran posao ne postoji, a zaposlenje u istoj kompaniji za cijeli život nije sigurno. Zatim dodate mirovinske planove koji su puni rizičnih dionica i uzajamnih fondova, pa i ideja mirovinske sigurnosti prestaje postojati. Danas ljudi trebaju nove ideje i sustave putem kojih mogu pronaći financijsku sigurnost koju su naši roditelji nekada imali. Jedan odgovor je mrežni marketing. Što se više ljudi probudi, a mnogi su se probudili nakon terorističkih napada od 11. rujna i kraha tržišta dionica, više ljudi će shvatiti da je mrežni marketing novi odgovor za svijet sa sve manje sigurnosti. Mrežni marketing daje milijunima ljudi u svijetu priliku da preuzmu kontrolu nad svojim životom i svojom financijskom budućnošću. Zato će industrija mrežnog marketinga i dalje rasti, iako mislioci starog svijeta to ne vide.

Zaključimo

Prije mnogo godina, dok sam kao mladi prodavač pokušavao prodati prve telekopirke, danas poznate kao faks mašine, imao sam problema s prodavanjem jer je malo ljudi imalo takvu mašinu. Kako im je broj rastao, prodaja je postajala sve lakša i lakša. Što je više bilo faks mašina, postajale su vrjednije. To je moć Metcalfovog zakona.

Danas isti problemi kod prodaje ideja vrijede i za mrežni marketing. Prije mnogo godina, ljudi su se smijali mrežnom marketingu. Danas, uz sve promjene u svijetu, budućnost mrežnog marketinga postaje sve svjetlija. Kao što sam prije rekao, mnoge velike korporacije danas imaju odjele mrežnog marketinga. Mrežni marketing napokon je ušao u glavnu struju biznisa, iako vrlo malo ljudi to shvaća. Iako vaši prijatelji i suradnici ne vide mogućnost, sve što morate učiniti jest da otvorite um i vidjet ćete moć Metcalfovog zakona, moć mreža, moć koja se nalazi pred vama. Sve što morate reći je: "Želim da moć mreža radi za mene."

Slijedeća vrijednost

U slijedećem poglavlju govorit ću o poslovnoj vještini broj jedan koju osoba mora imati da bi bila uspješna u stvarnom svijetu biznisa. Ljepota mrežnog marketinga je u tome što vas podučava toj vrlo vrijednoj vještini, vještini koju možete upotrijebiti da uvećate svoje bogatstvo do kraja života.

Sedmo poglavlje

Vrijednost br. 5: Razvoj vaše najvažnije poslovne vještine

Godina 1974. bila je prijelomna godina mojeg života. Izlazio sam iz marinaca i ulazio u stvarni svijet. Moj problem bilo je pitanje u koji ću svijet ući? Hoću li ući u svijet svojeg siromašnog oca i postati zaposlenik u E kvadrantu, ili u svijet svojeg bogatog oca, B kvadrant?

Kao što sam prije rekao, imao sam dva zanimanja s kojima sam lako mogao ući u E kvadrant. Mogao sam se vratiti u brodarstvo i postati brodski časnik na tankerima Standard Oila ili postati pilot putničkih zrakoplova kao što su učinili mnogi moji kolege. Obje profesije bile su primamljive, ali znao sam da ne želim biti brodski časnik niti pilot do kraja života. Ti su dani bili iza mene. Iako je to bilo mnogo rizičnije i s mnogo manje jamstva, odlučio sam slijediti stope svojeg bogatog oca.

Početkom 1974., prije odlaska iz marinaca, otišao sam bogatom ocu i zamolio ga da me obuču za svijet B kvadranta. Još pamtim kako sam ušao u njegov ured na Waikikiju i zamolio ga za savjet za slijedeću fazu mojeg života. Imao sam 26 godina i znao sam da trebam vodstvo u svijet kamo je vrlo malo ljudi otišlo, svijet B kvadranta. "Što moram učiniti?" upitao sam ga. "Kakva obuka mi je potrebna?"

Podigao je pogled sa stola i bez oklijevanja rekao: "Zaposli se kao prodavač."

"Prodavač?" zacvilio sam poput udarenog psa. "Želim ići u B kvadrant. NE želim biti prodavač."

Bogati otac prekinuo je svoj posao, skinuo naočale i pogledao me pa rekao: "Pitao si me što bi trebao učiniti. Rekao sam ti što trebaš učiniti. Ako to ne želiš, izađi iz mojeg ureda."

"Ali želim postati vlasnik biznisa. Ne prodavač." uzvratilo sam.

"Gledaj", reče bogati otac. "Koliko puta ti moram reći da, ako već dolaziš po savjet, imaš barem dovoljno pristojnosti da ga saslušаш? Ako ne želiš čuti moj savjet, nemoj ga ni tražiti. Shvaćaš?"

"Objasni mi, zašto prodaja?" odgovorio sam poniznijim tonom. Oba moja oca bili su čvrsti ljudi i znao sam da moram slušati s poštovanjem ako želim nešto naučiti. "Reci mi zašto je učenje prodaje tako važno?"

"Sposobnost prodavanja je vještina broj jedan u biznisu."

"Sposobnost prodavanja je vještina broj jedan u biznisu", reče bogati otac. "Sposobnost prodavanja je najvažnija vještina B kvadranta. Ako ne znaš prodavati, nemoj niti pomišljati na to da postaneš vlasnik biznisa."

"Vještina broj jedan?" upitah ja.

"Najbolji prodavači su najbolji vođe", reče bogati otac. "Pogledaj predsjednika Kennedyja. On je bio jedan od najboljih govornika koje sam ikada čuo. Kad je govorio, inspirirao je ljude. To je zato što je imao moć da govori ljudskom duhu."

"Misliš, kada govoriš na pozornici ili televiziji, i to je prodavanje?" upitah ja.

"Naravno", reče bogati otac. "A također i kada pišeš, ili razgovaraš s nekim, ili govoriš djetetu i tražiš od njega da pokupi igračke, i to je prodavanje. Tvoji srednjoškolski nastavnici su svakodnevno pokušavali prodavati."

"Neki nisu bili jako uspješni", rekoah ja namignuvši.

"Pa, zato vjerojatno nisu bili dobri učitelji. Svi veliki učitelji bili su odlični prodavači. Pogledaj Krista, Budu, Majku Terezu,

Gandija, Muhameda. Svi su bili veliki učitelji, što znači da su bili odlični prodavači."

"Dakle, što sam bolji prodavač, uspješniji sam u životu", upitah ja.

"Gledaj na to na drugi način", odgovori bogati otac. "Pogledaj ljude koji su najneuspješniji u životu. To su ljudi koje nitko ne želi slušati."

"Može li netko biti dobar u prodaji", upitah ja.

"Naravno. Svi smo mi rođeni prodavači. Samo pogledaj bebu ili malo dijete. Ako su gladni i ne dobivaju ono što žele, što rade?"

"Svi smo mi rođeni prodavači."

"Počinju plakati", odgovorih ja. "Komuniciraju. Počinju prodavati."

"Točno", reče bogati otac. "Jesi li ikada pokušao reći djetetu da nešto ne može dobiti? Ako mu otac to ne da, ono ide majci. Ako mu majka ne da, telefonom zove baku i djeda. Na neki način, dok odrastamo, neki od nas gube taj stav 'Mogu imati što god poželim'. Dok odrastamo, kažu nam da prestanemo tražiti stvari. Kažu nam da prestanemo gnjaviti, žaliti se i biti dosadni. I tako učimo prestati prodavati."

"Dakle, kao odrasli, moramo ponovno učiti ono što već znamo", rekoah ja.

"Ako želimo dobiti ono što hoćemo", reče bogati otac. "Kad sam imao 30 godina, shvatio sam da zaostajem u životu. Nešto mi je nedostajalo. Naporno sam radio, ali stvari mi nisu išle na ruku. Uskoro sam shvatio da sve naporniji rad i nije rad. Napokon sam prihvatio da, ako se ne promijenim, mogu završiti s praznim životom. Shvatio sam da se moram promijeniti. Polako sam uočio da ne znam komunicirati s ljudima. Moji zaposlenici nisu me slušali. Rekao bih im da nešto učine, a oni bi učinili nešto drugo, ili ništa. Moji kupci me nisu razumjeli. Rekao bih im da su moji proizvodi bolji, a oni bi i dalje kupovali od drugih. Bilo mi je neugodno kad sam razgovarao s nepoznatima. Ono što sam htio reći, nisam mogao reći. Moje

komunikacijske vještine bile su loše. Uskoro mi je postalo očito da, ako želim biti uspješan u biznisu, moram naučiti prodavati. Moram naučiti postati bolji komunikator. Moram izići iz svojeg oklopa. Moram se prestati bojati ljudi. Moram ponovo naučiti ono što sam znao kao dijete." Bogati otac zastane na trenutak, vraćajući se u prošlost. Napokon podigne pogled i reče: "Sjećao li se kako sam, prije mnogo godina dok ste ti i Mike još bili u osnovnoj školi, otišao u Honolulu na tečaj prodavanja od tjedan dana?"

"Sjećam se", rekoh. "Moj otac smatrao je da si glup što ideš na tečaj o prodaji."

"Da?" upita bogati otac. "Što je rekao?"

"Rekao je: 'Zašto netko troši toliko novca na tečaj za koji ne dobiva diplomu?'"

Na to bogati otac prasne u smijeh. "Potrošio sam svojih posljednjih 200\$ na taj tečaj. Međutim, zbog njega sam zaradio milijune dolara. A tvoj otac je mislio samo na priznanja s koledža?"

"Točno", rekoh pomalo postišeno. "Različite vrijednosti. Moj otac priželjkivao je više diploma, a ti veći financijski uspjeh."

Još uvijek nasmiješen, bogati otac izvukao je svoj žuti notes i napisao slijedeće riječi:

Kupnja/Prodaja

Pokazujući riječi u notesu, bogati otac reče: "U biznisu, ovo su dvije vrlo važne riječi. Na tržištu dionica i nekretnina uvijek govore o *kupoprodajnim ugovorima*. Tržište, kao i biznis, vode kupci i prodavači. Da nemam kupaca, bio bih bez posla. To znači da stalno moram prodavati. Prodajem svojim zaposlenicima, investitorima, putem TV reklama i novina, u pismima, a prodajem i svojim računovođama i odvjetnicima. Cijeli dan prodajem. Moram poticati napredak svojeg tima i moram održati kupce zadovoljnima, da uđu k meni sretni, a izađu još sretniji. Prodaja je više od pokušaja da natjeram nekoga da mi da nešto novca."

"Razumijem", odgovorio sam. "Ali zašto je učenje prodavanja tako važno? Zašto je to vještina broj jedan za B kvadrant?"

"Odlično pitanje", reče bogati otac. "Ono što većina ljudi ne shvaća jest to da, što više prodaješ, više možeš kupovati."

"Što?" upitah, tražeći pojašnjenje, jer znao sam da sam čuo nešto vrlo važno. "Što više prodam, više mogu kupovati?"

Ako želiš kupovati, najprije moraš nešto prodati

Bogati otac klimne, dopustivši mi da razmislim o onome što govorim i učim. "Možeš kupiti onoliko koliko možeš prodati", reče bogati otac. "Ako želiš nešto kupiti, moraš najprije nešto prodati. Zato je vještina prodaje vještina broj jedan. Da bi nešto kupio, moraš najprije nešto prodati."

"Ako ne mogu prodati, ne mogu niti kupiti?" upitah ja.

Bogati otac klimne, pa reče: "Siromašni su siromašni zato što ne znaju prodavati ili nemaju što prodati. Isto vrijedi i za siromašne narode. Siromašan narod je narod koji nema što prodati ili ne zna prodati ono što ima. Isto vrijedi i za ljude. Postoje mnogi vrlo talentirani ljudi, ali ne znaju prodati svoj talent. Kada pronađem tvrtku koja ima financijskih problema, to je često zato što njezin voditelj ne zna prodavati. Može biti pametan, ali jednostavno je loš komunikator. Upoznao sam mnoge menadžere srednje razine koji se ne mogu popeti na korporacijskoj ljestvici jer ne znaju prodavati. Koliko si upoznao usamljenih ljudi koji ne mogu pronaći muškarca ili ženu iz snova jednostavno zato što ne mogu prenijeti činjenicu da su dobri ljudi?"

"Misliš, i pozivanje djevojke na spoj je također prodavanje?"

"Vrlo važno prodavanje", reče bogati otac. "Svijet je pun usamljenih i siromašnih ljudi, samo zato što nisu naučili kako prodavati, kako komunicirati, kako prevladati strah od odbijanja, kako nastaviti dalje nakon odbijanja."

"Dakle, prodavanje utječe na sve aspekte života", rekoj ja.

"Točno. Zato sam prije mnogo godina potrošio svoj posljednji dolar na tečaj o prodaji. Danas imam više novca od

tvojeg oca jer on ima diplome, a ja imam bolje vještine prodaje. Zato ti kažem da, ako želiš postati biznismen, moraš naučiti prodavati i poboljšavati tu vještinu. Što bolje prodaješ, postaješ bogatiji."

Bogati otac objasnio je da njegov računovođa prodaje svoju profesionalnu vještinu za stalnu plaću. Rekao je: "Kada se osoba kandidira za posao, on ili ona prodaje svoje profesionalne usluge." Nastavio je: "Svi nešto prodaju. Kad se vratiš u kuću, sve što imaš, pećnica, hladnjak, sofa, televizor, kreveti, sve to ti je netko prodao. Kad se voziš ulicom, gledaj oko sebe. Sve što imaš netko ti je prodao, ili si ukrao. Ako si ukrao, izlazi iz mojeg ureda jer ne poslujem s ljudima koji krađu, nego s ljudima koji prodaju."

"Nisam shvaćao da je prodaja tako važna u biznisu", rekoh ja. "Nisam znao da moram naučiti prodavati ako želim biti bogat."

"Ako želiš biti uspješan u životu, moraš naučiti prodavati", reče bogati otac. "Pogledaj stvarni svijet. Političari koji dobivaju izbore odlični su prodavači. Najuspješniji religijski vođe odlični su prodavači. Najbolji učitelji su najbolji prodavači. Djeca su rođeni prodavači. Shvaćaš?"

"Shvaćam", rekoh ja. "Ali bojim se prodavanja."

Na tu moju iskrenu izjavu, bogati otac klimne i na trenutak se zamisli. "Hvala ti na iskrenosti", reče on napokon. "Većina ljudi boji se prodavanja. Većina ljudi boji se odbijanja. Umjesto da priznaju svoj strah, oni ružno govore o prodavačima, na primjer: "Ja nisam prodavač, ja sam školovani profesionalac."

"Misliš, većina ljudi laže o svojim strahovima", rekoh ja. "Prave se da je čin prodavanja ispod njihove razine."

"Točno. Mnogi ljudi koji se boje prodavanja neće to priznati. Zato s visine gledaju na prodavače i njihovu profesiju", odgovori bogati otac. "A ljudi koji to čine siromašni su ljudi. Često su siromašni u nekom osobnom uspjehu ili u ljubavi. Većina ljudi koji ne znaju prodavati živi ispod svojih mogućnosti, kupuje na rasprodajama, ili živi štedljivo jer se boji prodavanja. Njihov strah i nedostatak vještina prodaje čini ih siromašnima."

"Ali, zar se većina ljudi ne boji odbijanja?" upitah ja.

"Ljudi uče kako prevladati svoje strahove i ne dopuštaju da im strahovi upravljaju životom."

"Da. Naravno", reče bogati otac. "Zato uspješni ljudi uče prevladati svoje strahove i ne dopuštaju da im strahovi upravljaju životom. Zato sam sa svojim posljednjim novcima odletio u Honolulu na tečaj prodavanja. Zato ti dajem isti savjet koji sam dao i sebi. Moj savjet je: uči prodavati. Ponavljam, kad je netko siromašan, neuspješan ili usamljen, to je zato što nije uspio nešto prodati. Ako želiš dobiti ono što hoćeš, najprije moraš nešto prodati."

"Dakle, mogu kupiti što god želim, ako naučim prodavati?" rekoh ja.

Bogati otac klimne. "Zato je prodavanje najvažnija vještina. Jesi li spreman naučiti prodavati?"

Moja edukacija iz prodaje počinje

Nakon tog razgovora, prihvatio sam savjet bogatog oca i prijavio se u IBM i Xerox radi posla. Prijavio sam se u te kompanije ne zbog njihovih plaća, već zbog obuke iz prodaje. Mnoge kompanije mrežnog marketinga pružaju svojim ljudima odlične programe obuke. Za mene, učenje prodaje, učenje prevladavanja straha od odbijanja i učenje prenošenja svoje ideje najbolja je edukacija koju sam ikada imao. Učenje prodavanja promijenilo mi je život. Promijenilo mi je budućnost.

Pronalaženje pobjednika u vama

U obuci prodaje postoji mnogo više toga od učenja prodavanja. Kad sam započeo raditi u Xeroxu, bio sam iznimno sramežljiv. Iako sam dobio sjajnu obuku, moji strahovi još su me uvijek sprečavali da pokucam na vrata ili zovem telefonom. No, nakon nekog vremena stekao sam dovoljno samopouzdanja

da prevladam svoje osobne strahove, i podignem telefon ili pokucam na vrata. Da nisam naučio kako prevladati svoje strahove, gubitnik u meni bi pobijedio. Bogati otac često je govorio: "U svakome od nas postoji *bogata osoba* i *siromašna osoba*. U svakome od nas također postoji *pobjednik* i *gubitnik*. Svaki put kada dopustimo da pobijede naši strahovi, naše sumnje ili naše nisko samopouzdanje, gubitnik pobjeđuje. Učenje prodavanja je učenje načina za prevladavanje gubitnika u tebi. Učenje prodavanja budi pobjednika u tebi."

Jedna od dobrih strana mrežnog marketinga je to što vam pruža priliku da se suočite sa svojim strahovima, obračunate s njima, prevladate ih i dopustite pobjedniku u vama da pobijedi. Ljepota mrežnog marketinga je u tome što voditelji u organizaciji imaju strpljenja da rade s vama dok učite. U stvarnom svijetu biznisa, ako za tri do šest mjeseci ne naučite prodavati, bit ćete otpušteni. Xerox je bio velikodušniji. Oni su mi dali godinu dana za učenje i godinu dana probnog rada. Da nisam imao dvije godine, znam da bih bio otpušten. Na kraju, prije no što su me otpustili, moje samopouzdanje počelo je rasti, moja prodaja se popravila i dvije godine kasnije bio sam neprestano prvi ili drugi prodavač u svojem uredu. Plaća mi je rasla, ali što je još važnije, moje samopouzdanje se gradilo. Pronalaženje samopoštovanja i samopouzdanja bilo mi je od neprocjenjive vrijednosti i pomoglo mi da zaradim milijune dolara. Za to ću uvijek biti zahvalan korporaciji Xerox i osoblju koje me naučilo prodavati, ali što je još važnije, i kako da prevladam svoje demone, sumnje i strahove. Danas snažno preporučam mrežni marketing jer ta industrija pruža istu mogućnost za osnaživanje i izgradnju samopouzdanja kakvu je korporacija Xerox ponudila meni.

Obuka iz prodaje pomogla mi je da upoznam ženu svojih snova

Uzgred, bez svojih vještina prodavanja i samopouzdanja, sumnjam da bih upoznao i oženio ženu svojih snova. Kad sam prvi puta sreo svoju suprugu Kim, smatrao sam da je ona

najljepša žena na svijetu. Danas mi je još ljepša, jer lijepa je izvana, ali još ljepša iznutra.

Kad sam je prvi puta vidio, ostao sam bez teksta. Nisam joj se usudio prići. Međutim, obuka iz prodaje o tome kako prevladati svoje strahove isplatila se. Umjesto da se sakrijem na drugom kraju sobe i promatram je iz daljine ne progovorivši niti riječ s njom, što sam radio kad god bih ugledao ženu koja mi se svidjela, hrabro sam joj prišao i pozdravio je. Moja obuka iz prodaje isplatila se.

Kim se okrenula i nasmiješila se svojim prelijepim osmjehom i zaljubio sam se. Bila je ljubazna, šarmantna i mogli smo razgovarati o svemu. Činilo se da se slažemo. Kao da je izašla iz mojih snova. Međutim, kad sam je pozvao van, odbila je. Budući da sam bio dobar prodavač, opet sam je pozvao i opet je rekla "Ne." Iako mi je samopouzdanje bilo povrijeđeno, a moj muški ego slabio, opet sam je pozvao, i opet je rekla "Ne." To je trajalo šest mjeseci. Šest mjeseci odgovarala je "Ne." Da nisam naučio kako prevladati svoje sumnje, ne bih ustrajao šest mjeseci. Bio sam povrijeđen. Svaki puta kad je rekla "Ne", povukao bih se da zaliječim svoj povrijeđeni ego. Nakon šest mjeseci odbijanja, moj krhki muški ego ispuhao se, ali opet sam je upitao. Napokon, jednog dana rekla je "Da", i od tada smo zajedno.

Dok smo hodali, mnogi moji prijatelji govorili su: "Ne mogu vjerovati da izlazi s tobom. Ona je mačka, a ti si ružan kao pas. Izgledate kao ljepotica i zvijer." Mogao sam čuti svog bogatog oca kako govori: "Prodavanje je najvažnija vještina u biznisu. To ti je i najvažnija vještina u životu."

Možete vidjeti sliku Kim i mene na stražnjim koricama knjige *Umirovite se mladi i bogati*. To je slika s otoka Fiji, sjedimo na konjima i smijemo od uha do uha jer tog dana proslavili smo svoju financijsku slobodu. U srcu, znao sam da ne bih uspio u životu da nije bilo Kim. Ona je žena mojih snova i učinila mi je život cjelovitim. Ove godine, 2003, slavimo 17 godišnjicu braka.

Riječ-dvije o odbijanju

Neki dan čuo sam reklamu na radiju: "To je odličan posao. Nema prodavanja." Pomislio sam: "Kakva bi osoba bila privučena poslu, i to biznisu, bez prodaje?" Tada sam shvatio da bi takav posao privukao većinu ljudi, iako svi nešto prodajemo.

Što sam više razmišljao o tome, shvatio sam da većina ljudi nije protiv prodavanja, već da se većina ljudi boji odbijanja. Znam da se ja bojim. Mrzim kad me odbiju. Budući da većina ljudi mrzi odbijanje, smatrao sam da bih trebao dodati ovaj dio, drukčiji pogled na riječ *odbijanje*.

Prije više od dvadeset godina, dok sam prodavao za Xerox, otišao sam bogatom ocu i rekao mu da mrzim odbijanje. Rekao sam: "Još i više no što mrzim odbijanje, živim u strahu od odbijanja. Radim sve što mogu da izbjegnem situaciju u kojoj bih mogao biti odbijen. Svaki put kad bih pokucao na vrata, a tajnica bi rekla "Već imamo kopirku", ili "Nismo zainteresirani za kopirku, naročito ne Xeroxovu", ili "Šef ne razgovara s prodavačima", ili "Sviđa nam se vaša ponuda, ali odlučili smo se za vaše konkurente IBM", htio sam upuzati u neku rupu i umrijeti. Što sam više razmišljao o odbijanju, više sam htio prestati prodavati i pobjeći. Što sam više bježao od odbijanja, sve je češće moj šefu Xeroxu govorio da će me otpustiti."

Odbijanje=uspjeh

Meni su strah od odbijanja, nisko samopouzdanje i manjak samopoštovanja uništavali život. Na površini sam djelovao sigurno i otvoreno. Izvana sam djelovao poput Johna Waynea u ulozi marinca, ali u sebi sam bio Pee Wee Herman. U tom trenutku, prije no što su me otpustili, bogati otac dao mi je jednu od svojih najboljih mudrosti. Toga dana, kad me moj šef u Xeroxu stavio na uvjetni rad, bogati otac rekao mi je: "Najuspješniji ljudi na svijetu su najčešće odbijani ljudi na svijetu."

"Što?" nisam bio siguran da dobro čujem. "Najuspješniji ljudi na svijetu su najčešće odbijani?"

"Čuo si me", reče bogati otac. "A s druge strane, ljudi koji su najmanje puta odbijeni su i najmanje uspješni."

"Dakle, ako želim biti uspješan, moram biti što češće odbijan", rekoj ja.

"Shvatio si", nasmiješi se bogati otac.

"Ne shvaćam. Molim te, objasni mi", zamolio sam ga.

"Pogledaj predsjednika Sjedinjenih država. Četrdeset i devet posto glasača, milijuni njih, glasali su protiv njega. Odbili su ga. Jesu li te ikada odbili milijuni?"

"Ne", rekoj ja.

"Pa, kad te odbiju, bit ćeš slavan i uspješan."

"Ali milijuni su ga i prihvatili." dodao sam ja.

"Točno", reče bogati otac. "Ali bi li on ikada mogao postati predsjednik Sjedinjenih država da se bojava odbijanja?"

"Ne, valjda ne bi. Znam da postoje mnogi ljudi koji ne samo da ga odbijaju, već ga i mrze. Ima oko sebe čuvare jer ga ljudi pokušavaju ubiti. Ne vjerujem da bih ja izdržao takav pritisak."

"I možda zato nećeš postići uspjeh koji želiš ili uspjeh koji bi mogao postići. Bit je u tome da nitko ne voli da ga odbijaju. No današnja lekcija je to da su ljudi koji bježe od odbijanja najmanje uspješni ljudi na svijetu. To ne znači da oni nisu dobri ljudi, samo znači da nisu uspješni poput ljudi koje često odbijaju, koji ne bježe od odbijanja."

"Dakle, ako želim postati uspješan u životu, moram riskirati sve češća odbijanja?" upitah ja.

"Točno", reče bogati otac. "Pogledaj Papu. On je veliki čovjek i veliki vjerski vođa, no ipak ga odbijaju. Milijunima ljudi ne sviđa se ono što govori niti ono što predstavlja."

"To znači da se prestanem ponašati poput slabića i da počnem doživljavati odbijanje."

"Pa, ako to ne učiniš, definitivno će te otpustiti", nasmiješio se bogati otac. "Gledaj, ne budi budala i nemoj juriti u svijet i razbiti nos o zidove života. Da, moraš riskirati odbijanje, ali moraš učiti iz odbijanja, a to znači ispravljanje."

"Odbijanje i ispravljanje", rekoh ja.

Bogati otac klimne i napiše formulu koju je naučio na svojem tečaju iz prodavanja u Honoluluu, za što je platio 200\$.

Odbijanje i ispravljanje = Edukacija i ubrzanje

"Godinama sam slijedio tu formulu. Svaki puta kad me odbiju, zapitam se što sam učinio pogrešno, što sam mogao učiniti drukčije. Ako ne pronađem odgovor, tada razgovaram s nekim o prodaji, ponavljam što se dogodilo, možda i igramo uloge, ponavljamo situaciju u kojoj je moj prijatelj kupac, a ja prodavač. Bit je u tome da ne nazivam osobu koja me odbila "glupan" ili "gubitnik". Zaustavim takve gluposti i mentalno zahvalim osobi što mi je pružila mogućnost da učim, ispravljam pogreške i poboljšam se. Pitam sam sebe: "Kako bih slijedeći puta mogao bolje riješiti situaciju?"

"I to u tvom životu vodi do *edukacije i ubrzanja*" dodah ja.

"Po mojem mišljenju, to je formula za bilo koji uspjeh u životu", reče bogati otac.

"Ali ako izbjegnem odbijanje, proces ne počinje?" upitah ja. "Odbijanje je početak edukacije."

Bogati otac klimne i reče: "Točno. Zato su ljudi koji izbjegavaju odbijanje dugoročno manje uspješni u životu od ljudi koji se suoče s odbijanjem. Većina ljudi nije uspješna jer nisu bili dovoljno puta odbijeni."

"Što više riskiram odbijanje, bolje su mi šanse da me prihvate"

"Shvatio sam", rekoh, nasmiješivši se bogatom ocu. Nekoliko dana kasnije, prijavio sam se kao volonter u dobrotvornoj organizaciji da bih kao član njihovog tima za telefoniranje tražio novce od donatora. Činio sam to u dobre svrhe, kao i to da doživim što više odbijanja. Shvatio sam da me u Xeroxu odbijaju premalo puta na dan. Na ovaj način mogao sam povećati broj odbijanja. Znao sam da se mogu ispravljati što me više puta odbiju. Sto sam se više ispravljao, postajao sam educiraniji. Što sam bio educiraniji, postajao sam

uspješniji. Tri večeri tjedno nakon posla radio sam u uredu te dobrotvorne organizacije. Godinu dana besplatno sam nazivao radi donacija. Te sam godine od osobe koja je skoro otpuštena iz Xeroxa postao njihov prodavač broj jedan, i to za slijedeće dvije godine. Kad sam postigao taj uspjeh u prodaji u Xeroxu, dao sam otkaz i prešao na puno radno vrijeme na razvoj svojeg biznisa s najlonskim i Velcro novčanicima za surfere. Počeo sam svoje putovanje u B kvadrant. Naučio sam da što više riskiram odbijanje, veće su mi mogućnosti da budem *prihvaćen*.

Odbijanje od 98%

Prije no što završim s temom odbijanja, mislim da je najbolje da vam ponudim neke podatke iz stvarnog svijeta o toj temi. Dok sam bio u poslovnoj školi, jedan od profesora je rekao: "Da biste bili uspješni u biznisu, morate biti u pravu u najmanje 51% situacija." Po mojem mišljenju, to nije točna informacija. U stvarnosti, osoba može biti vrlo uspješna i s puno nižim postotkom uspjeha.

Na primjer, u biznisu s reklamom putem pošte, ako kompanija pošalje milijun dopisnica i dobije odgovor od 2%, to se smatra vrlo uspješnim. To zapravo znači da je 98% ljudi reklo "Ne." Devedeset i osam posto odbilo je ponudu i to još uvijek može biti uspješno. U stvari, za većinu marketinških kampanja, odbijanje od 98% smatra se sjajnim.

Ovo je lekcija za vas: ako želite biti uspješniji u životu, jednostavno potražite više odbijanja i ispravljanja. Ljepota biznisa mrežnog marketinga je u tome da vas voditelji potiču da doživite odbijanje. Kakva je to prilika! Ako zaista želite uspjeti u životu, uključite se u kompaniju mrežnog marketinga i naučite prevladavati strah od odbijanja. Ako tako provedete 5 godina, kladim se da će vam ostatak života biti mnogo uspješniji. Tako je bilo u mojem slučaju. U stvari, i dalje tražim mogućnosti za odbijanje. Zato sam naučio držati javne govore i krenuo na televiziju. Danas me odbijaju milijuni ljudi diljem svijeta. Zato postajem sve bogatiji.

Podučavanje i prodavanje

Mrežni marketing nudi veće izazove no što je Xerox ponudio meni. To kažem zato što sam u Xeroxu morao samo naučiti prodavati. U mrežnom marketingu ne samo da morate naučiti prodavati, već i podučavati druge prodavanju. Ako znate prodavati, ali ne možete podučiti druge da prodaju, nećete biti uspješni u mrežnom marketingu. Dobra stvar u mrežnom marketingu jest to što morate biti dobar učitelj da biste bili uspješni. Ako volite podučavati, bit ćete odlični u mrežnom marketingu.

Osobno, smatram da podučavanje donosi mnogo više zadovoljstva od prodavanja. Za mene, ljepota biznisa mrežnog marketinga jest u tome što vas podučava da budete učitelj, a ne samo prodavač. Ako volite učiti i podučavati, biznis mrežnog marketinga je prava stvar za vas. Zato sam ovu knjigu nazvao *Poslovna škola za ljude koji vole pomagati drugima*.

Menadžeri prodaje ne prodaju, oni podučavaju

Dok sam radio svoje tržišno istraživanje raznih biznisa mrežnog marketinga, otkrio sam mnoge uspješne ljude koji su radili vrlo naporno i znali su prodavati, ali nisu bili uspješni u biznisu. Nisu bili uspješni jer su prodavali za one koji nisu znali prodavati. Na primjer, otišao sam na jedan sastanak, a novi vlasnik biznisa pozvao je nekoliko svojih prijatelja i obitelj da nauče nešto o novoj poslovnoj prilici. Dok sam sjedio u sobi slušajući prezentaciju, shvatio sam da je *sponzor* novog vlasnika biznisa izveo cijelu prezentaciju. Novi vlasnik biznisa nije rekao ništa.

Nakon sastanka, upitao sam ga je li njegov sponzor proveo neko vrijeme s njim podučavajući ga trikovima prodaje. Rekao je: "Ne. Moj sponzor samo želi da dobijemo ljude na sastanak. On jedini vrši prodaju jer je najbolji prodavač."

Odmah sam znao da u obrazovnom sustavu te organizacije mrežnog marketinga postoji greška. Prije svega, obuka je bila ni

za što. Ta kompanija imala je popis knjiga za čitanje, ali nitko ih nije čitao. Drugo, oni su od ljudi koji ulaze u biznis tražili samo da dovedu prijatelje i obitelj kako bi im bolji prodavači mogli prodavati. To nije bila poslovna škola. To je bila škola prodaje.

Dok sam bio u Xeroxu, moj menadžer prodaje, Charlie Robinson, bio je jedan od najboljih učitelja koje sam ikada imao. Ja bih dogovorio sastanak, a Charlie je išao sa mnom. Tijekom prezentacije, govorio je vrlo malo. Nakon prezentacije vratili bismo se u njegov ured i analizirali prezentaciju. Zatim bismo raspravljali o mojim jakim i slabim stranama. Nakon lekcija i ispravaka, Charlie bi proveo nekoliko vježbi prodaje kako bi osnažio moje vještine prodaje, naročito vještinu prevladavanja odbijanja. Tako sam postao prodavač. Postao sam prodavač jer sam imao odličnog učitelja. Iako je i sam bio odličan prodavač, kad je postao menadžer, morao je postati učitelj i bio je odličan. Zato je na većini mojih prezentacija šutio. Povremeno bi uskočio kako bi mi pokazao što učiniti, ali veći dio vremena sjedio je i dopuštao da radim greške. Poruka je: da biste bili uspješni u mrežnom marketingu, morate biti poput Charliea Robinsona; odličan prodavač i odličan učitelj. Kada to naučite, biznis postaje san koji se ostvaruje.

Psi prodaje

Moj dragi dugogodišnji prijatelj, Blair Singer, Savjetnik Bogatog oca i autor *Pasa prodaje* prodavao je godinama sa mnom. Obojica smo započeli na Havajima kao mladi zastupnici prodaje. On se uključio u Burroughs Corporation, danas poznatu pod imenom Unisys, u isto vrijeme kad sam se ja pridružio Xeroxu. Prošli smo kroz svijet obuke za prodaju u korporacijama. I Blair i ja primijetili smo da mnogi vlasnici biznisa mrežnog marketinga možda znaju prodavati, ali nisu uspješni dobri menadžeri. U korporacijskom svijetu Amerike, menadžeri prodaje su učitelji, a ne samo prodavači.

U svojoj knjizi *Psi prodaje*, Blair opisuje različite tipove prodavača koji se mogu naći u organizacijama za prodaju i

govori o tome kako svakog psa treba obučiti na drugi način. Blair kaže: "Obuka za prodaju tako je važna u biznisu mrežnog marketinga ne samo zato što morate naučiti kako prodavati, već morate naučiti i kako podučavati druge prodaji. Ako ih ne podučite, nećete biti uspješni u biznisu mrežnog marketinga."

Dug na kreditnoj kartici

Jedan od razloga zbog kojih je tako mnogo ljudi danas zaduženo na kreditnim karticama jest to što ne znaju prodavati. Kada ljudi kupuju stvari na kredit, oni zapravo prodaju svoju budućnost, prodaju svoj budući rad. U mnogim slučajevima, kada koriste svoje kreditne kartice, ljudi prodaju svoje *sutra* da bi kupili nešto *danas*. Mnogi ljudi su zaduženi preko kreditne kartice zato što su ih učili da budu dobri *kupci*, a ne dobri *prodavači*.

Umjesto da prodajete svoje *sutra*, preporučam vam da se pridružite biznisu mrežnog marketinga i naučite prodavati. Ako naučite prodavati i izgradite uspješan biznis mrežnog marketinga, moći ćete upotrijebiti svoju kreditnu karticu da kupite što god želite i otplatiti račun s kreditne kartice na kraju svakog mjeseca. Za mene, to ima više smisla nego prodavati svoje *sutra*. Vi i ja znamo da nema mnogo budućnosti ako prodajete svoje *sutra*.

Zaključimo

Jednostavno rečeno, sposobnost prodavanja je vrlo važna životna vještina za svakoga. Čak i moja mačka prodaje. U stvari, ona prodaje bolje od mnogih ljudi. Svakoga jutra, ako je ne nahranim kad je gladna, ta mačka mi daje do znanja što želi i kada to želi. Ljudi nisu obučeni da tako postupaju. Biznis mrežnog marketinga može vam vratiti prirodnu sposobnost da dobijete ono što želite u životu, podučavajući vas kako prodavati i kako podučavati druge da prodaju.

Slijedeća vrijednost

U slijedećem poglavlju govorit ćemo o tome kako vam biznis mrežnog marketinga pomaže u tome da razvijete vještine vođenja. Moj bogati otac rekao je: "U B kvadrantu, vještina vođenja nije opcionalna."

Osmo poglavlje

Vrijednost br. 6: Vodstvo

I moj bogati otac i moj siromašni otac bili su odlični vođe. Moj pravi otac bio je šef obrazovnog sustava države Havaji. Bio je odličan govornik i vrijedno je radio na poboljšanju kvalitete obrazovanja djece. I moj bogati otac bio je odličan vođa. On je nadahnuo svoje radnike i svoje investitore da mu pomognu u izgradnji velikog poslovnog carstva. Kad sam se vratio iz Vijetnama, moj bogati otac podsjetio me na važnost razvoja vještina vođe. Rekao je: "Vođe čine ono što se većina ljudi boji učiniti." Može biti da je zato tako malo poslovnih vođa u B kvadrantu. U ovom poglavlju govorit ću o vrijednosti vještina vođenja koje se mogu razviti u biznisu mrežnog marketinga.

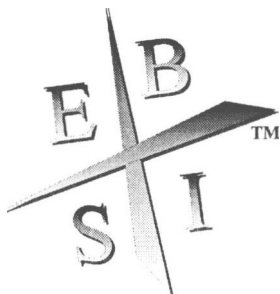
Jedan od razloga zašto me moj bogati otac poticao da odem u marince, a zatim i u Vijetnam, bio je taj da razvijem svoje vještine vođenja. U Vijetnamu sam otkrio da najveći vođe nisu bili čvrsti ljudi koji su vikali, urlali i fizički zlostavljali druge. U žaru bitke, otkrio sam da su najbolji vođe uglavnom tihi, hrabri, a kad su govorili, obraćali su se našim dušama i duhovima. Jedna od velikih vrijednosti mrežnog marketinga jest to što pomaže u izgradnji takvih vještina vođenja.

Vještine vođenja nisu opcionalne

Moj bogati otac također bi rekao: "U svakom kvadrantu ima vođa. Ali, ne morate biti vođa da biste bili uspješni, osim u

kvadrantu B. U tom kvadrantu, vještine vođenja nisu opcionalne." Nastavio bi: "Novac ne dolazi biznisu s najboljim proizvodima ili uslugama. On dolazi biznisu s najboljim vođama i menadžerskim timom."

Ako pogledate kvadrant protoka novca, u svakom njegovom dijelu ima vođa.



Moj siromašni otac, na primjer, bio je dinamični vođa u kvadrantu E, a bogati otac u kvadrantima B i I. Obojica su vrlo rano naglasili važnost razvijanja mojih vještina vođenja. Zbog toga su mi obojica preporučila da se uključim u izviđače, u razne sportove i da odem u vojsku. Kad danas pogledam koja obuka je najviše doprinijela mojem profesionalnom i financijskom uspjehu, čini mi se da je to bila obuka baš iz tih aktivnosti, a ne iz škole.

Sjećam se kako sam 1974. izašao kroz glavna vrata vojne baze, napuštajući vojsku i ulazeći u svijet biznisa i kako sam se pitao hoće li moje vještine vođenja biti dovoljne. Oni koji znaju što mi se dogodilo nakon vojske već znaju da sve vještine koje sam do tada naučio u izviđačima, sportu i vojsci nisu bile dovoljne za izazove kvadranta B koji me čekao. Morao sam još mnogo učiti.

Vještine vođenja koje sam stekao u vojsci bile su neadekvatne jednostavno zato što su pravila, kontekst i okolina različiti u odnosu na poslovni svijet. Kad sam se pripremao za rat, znao sam da će ljudi umirati ako budem loš vođa. Ako ste loš vođa u svijetu biznisa, tuže vas ili se na vas žale predstavnici sindikata. U vojsci, motivirao nas je strah od smrti,

vrijednost našeg tima i važnost naše misije. U civilnom svijetu, otkrio sam suprotne vrijednosti motivacije. U poslovnom svijetu, ljude je motivirala *sigurnost*, a ne *sloboda*, *novac*, a ne *misija*, *pojedinač*, a ne *tim* i *menadžment*, a ne *vodstvo*. Zbog tih razlika u vrijednostima imao sam poteškoća u poslovnom svijetu.

Oh, znam da na skupu kompanije menadžeri radnicima govore o misiji kompanije, važnosti timskog duha i svim uzvišenim idealima. No, u najvećem broju biznisa, otkrio sam da su pravo "ljepilo" novac, beneficije i sigurnost. Kad sam pogledao različite kompanije mrežnog marketinga, počeo sam otkrivati mnoge vođe, iako ne sve, koji su imali iste temeljne vrijednosti koje sam otkrio u vojnim vođama. Oni su cijenili misiju, tim i važnost slobode. Većina voditelja u biznisu mrežnog marketinga koje sam susreo, stari i mladi, bili su zaista nadahnjujući. Nisu bili poput većine menadžera koji misle da su vođe, a koje sam pronašao u svijetu korporacija.

Menadžeri nisu vođe

Jedna od najvećih vrijednosti mrežnog marketinga je trening u vještinama vođenja, trening koji vam daje edukaciju, vrijeme i mogućnost razvijanja jedne od najvažnijih poslovnih vještina nužne za uspjeh u kvadrantu B. Te su vještine vrlo različite od menadžerskih vještina koje se traže u E i S kvadrantima. Nemojte me pogrešno shvatiti. Vještine menadžmenta vrlo su važne, ali treba znati razliku između vještina menadžmenta i vještina vođenja. A ako ste ih razvili, treba znati kada ih koristiti. Kao što bi rekao moj bogati otac: "Menadžeri nisu nužno vođe, a vođe nisu nužno menadžeri."

Kad god sretnem nekoga iz kvadranta E i S tko ima poteškoća s prelaskom u kvadrant B, otkrijem da je ta osoba puna tehničkih i menadžerskih vještina, ali nema sposobnosti vođenja. Na primjer, poznanik mi je došao jer je trebao nešto novca kako bi pokrenuo vlastiti restoran. Bio je odličan kuhar s mnogo godina iskustva. Imao je jedinstveni koncept za svoj restoran, dobar poslovni plan, odlične financijske projekcije,

izvrsnu lokaciju i klijentelu koja će mu dolaziti, kad bi samo mogao pronaći nekoga da uloži 500,000 dolara koji su mu bili potrebni.

Prije pet godina napisao je svoj poslovni plan i to je odličan plan, ali svi koje je molio da u njega investiraju, uključujući i mene, odbili su ga. On još radi u istom restoranu kao zaposlenik, još je odličan kuhar i traži početni kapital. Ne znam zašto ostali investitori nisu pristali da mu pomognu, ali mogu vam reći zašto ja nisam investirao. Razlozi tome su sljedeći:

Razlog br.1

Iako je imao iskustva, šarma i karizme, nedostajale su mu vještine vođenja kojima bi stvorio povjerenje. Iako je mogao otvoriti restoran i uspješno ga voditi, sumnjam da bi mogao napraviti veliki lanac restorana. Njegov nedostatak samopouzdanja govorio je: "Bit ću uspješan, ali uvijek ću biti mali." Drugim riječima, imao je odlične menadžerske vještine, ali ne vjerujem da posjeduje vještine vođenja potrebne da bi njegov plan profunkcionirao. Ne sumnjam da bi mogao voditi 10 restorana, ali sumnjam da posjeduje vještine vođenja da pokrene biznis koji može izgraditi 10 restorana. On treba poslovnog partnera s vještinama vođenja i poslovnim vještinama, ali kao tipična osoba koja se premješta iz E kvadranta u S kvadrant, ne želi partnere. Želi sam izgraditi svoj posao iz snova.

Razlog br. 2

Kad pogledate Kvadrant PROTOKA NOVCA, razlika između S i B je u veličini. Na primjer, ako netko kaže: "Želim otvoriti štand s hamburgerima na kutu 6. ulice i Vine Streeta", znat ćete da će ta osoba najvjerojatnije dugo vremena ostati u kvadrantu S. Ako netko drugi kaže: "Želim otvoriti štand s hamburgerima na svakom sjecištu glavnih ulica u svakom velikom gradu na svijetu, i taj ću posao nazvati McDonald's", odmah ćete znati da ta osoba namjerava otvoriti isti štand s hamburgerima, ali iz kvadranta B. Drugim riječima, to je isti

posao, ali u različitim kvadrantima. Moj bogati otac bi rekao: "Razlika u broju ulica je razlika u vodstvu."

Nisam uložio jer sam sumnjao da mi se ulog neće vratiti. Nisam sumnjao da će posao uspjeti. Ali, razlog iz kojeg sam sumnjao da ću dobiti svoj novac je taj što bi on vjerojatno uvijek ostao mali, iako uspješan. I kad bi me isplatio, to bi trajalo dugo. Ako pitate većinu profesionalnih investitora, reći će vam da nisu zainteresirani za to koliko je restoran dobar, već koliko će lanac restorana narasti.

Razlog br. 3

Treći razlog zašto nisam investirao je sljedeći - ako on ostane mali, zašto bih ulagao? Volio bih investirati da je namjeravao postati velik i mojih 500,000 možda pretvoriti u desetine milijuna dolara. S obzirom da mu je nedostajala vještina vodstva, bilo je upitno može li on pretvoriti mojih 500,000 dolara u milijune. To je cijena nedostatka vještina vodstva za prijenos biznisa iz S kvadranta u B kvadrant. Kao što je rekao moj bogati otac: "Novac ne ide poslovima s najboljim proizvodima ili uslugama. Novac ide poslovima s najboljim vođama i menadžerskim timovima."

Razlog br. 4

Četvrti razlog za neinvestiranje bio je taj što je on morao biti najpametniji član svojeg tima. Imao je problem s egom. Kao što je moj bogati otac često govorio: "Ako ste vođa tima i najpametnija osoba u timu, vaš tim je u nevolji." Mislio je reći da je u mnogim poslovima kvadranta S na čelu posla obično najpametnija osoba. Na primjer, ako vam trebaju zdravstvene usluge, idete doktoru ili zubaru, a ne recepcionaru.

U poslovima kvadranta B, vještine vođenja su važne jer osoba B mora raditi s osobama koje su mnogo pametnije, iskusnije i sposobnije od njega. Na primjer, vidio sam kako moj bogati otac, čovjek bez formalne edukacije, posluje s bankarima, odvjetnicima, računovođama, savjetnicima itd., kako bi radio svoj posao. Većina su bili magistri, a neki doktori.

Drugim riječima, kako bi radio svoj posao, morao je voditi ljude koji su bili mnogo educiraniji, i to na različitim područjima. Kako bi nabavio novac za svoj biznis, često je morao raditi s ljudima koji su bili mnogo bogatiji od njega.

Odlični studenti rade za dobre studente

U mnogim slučajevima, osoba iz kvadranta S posluje samo s klijentima, kolegama i podređenima. Kako bi se prešlo u kvadrant B, često je potreban kvantni skok u vještinama vođenja, ne u tehničkim vještinama. Drugim riječima, ako imate dobre vještine vođenja, možete si priuštiti da zaposlite pametne tehničare koji su biznisu potrebni da bi rastao, ljude poput odvjetnika, računovođa, direktora, predsjednika, potpredsjednika, inženjera i menadžera. Kao što sam napisao u drugim knjigama, odlični studenti rade za dobre studente, a vrlo dobri studenti rade u državnim službama. Ako ste dobar student, i to dobar u komunikacijama, možete si priuštiti zapošljavanje odličnih studenata koji posjeduju odlične tehničke vještine.

Vodstvo nije opcionalno

Jednoga dana, isti poznanik me nazvao i pitao zašto nisam želio uložiti novac u njegov biznis. Objasnio sam mu četiri razloga koje sam naveo prethodno. Povrijeđen, rekao je: "Ali, imam najbolju obuku na svijetu. Kuhari iz cijelog svijeta sanjaju da upišu kuharsku školu koju sam ja završio. Imam godine iskustva, ne samo u kuhinji, već i u vođenju restorana. Kako možete reći da mi nedostaju sposobnosti vođenja?"

"U razvoju biznisa, vještine vođenja su nužnost"

Nakon strpljivog objašnjavanja, kad sam mu rekao da novac, samopouzdanje i sposobnost vođenja idu ruku pod ruku, počeo je shvaćati, ali mislim da mu je mnogo toga ostalo nejasno. Konačno je rekao: "Ali, zašto trebam vještine vođenja s tako dobrom obukom i godinama iskustva?" Kad sam mu preporučio

da se uključi u mrežni marketing koji podučava poslovnu edukaciju i razvija sposobnosti vođenja, naljutio se i rekao: "Ja se bavim restoranima. Ne trebam više poslovne edukacije i sposobnosti vođenja." Shvatio sam da su za njega dugotrajna poslovna edukacija i razvoj vještina vođenja opcionalni. Za mojeg bogatog oca, razvoj poslovnih vještina vođenja nije bio opcionalan u B kvadrantu.

Najbolja obuka na svijetu

Kao što sam rekao na početku ove knjige, jedna od najvažnijih vrijednosti koje sam pronašao u nekim mrežnim poslovima bila je edukacija koja mijenja život. Također sam pronašao i neke od najboljih programa razvoja vještina vođenja na svijetu. Za mene, vrijednost tih programa za ljude koji sele iz E i S kvadranta u B kvadrant neprocjenjiva je.

Otkako sam počeo istraživati i odbacio predrasude prema toj industriji, upoznao sam mnoge uspješne poduzetnike koji su se obrazovali u mrežnom marketingu. Nedavno sam sreo mladog čovjeka koji je zaradio stotine milijuna dolara u biznisu s računalima. Rekao mi je: "Godinama sam bio samo mladi programer. Jednoga dana, prijatelj ne odveo na sastanak i ušao sam u njegov mrežni posao. Godinama sam išao na sastanke, prisustvovao skupovima, čitao knjige i slušao kazete. Danas imam stotine kazeta i gomile knjiga u ormaru. Ne samo što sam postao uspješan u mrežnom marketingu, nego sam dao otkaz na svojem programerskom poslu i započeo vlastiti biznis. Prije tri godine, zaradio sam 48 milijuna dolara. Ne bih to mogao bez obuke koju sam dobio u toj mrežnoj tvrtci. Bio je to najbolji program obuke na svijetu."

Vode govore vašem duhu

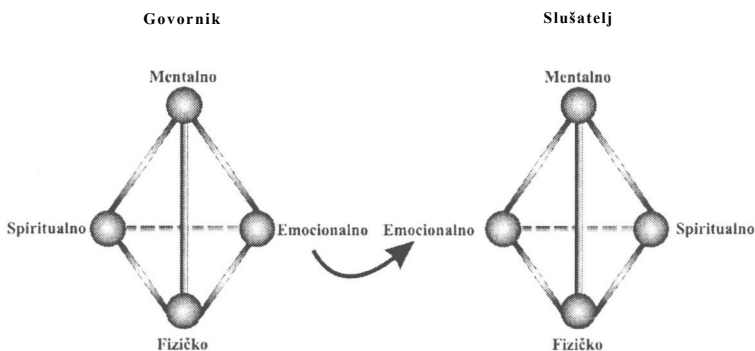
Tijekom svojih istraživanja otišao sam na mnoge sastanke i velike skupove. Na takvim sastancima čuo sam kako govore neki od najboljih vođa kako bi inspirirali druge. Dok sam slušao mnoge od tih ljudi kako pričaju svoje priče o početku od nule i basnoslovnom obogaćivanju, shvatio sam da mrežni marketing

čini isto što me moj bogati otac učio - da postanem vođa. Iako se činilo da mnogo govore o novcu, zapravo su inspirirali ljude da izađu iz svojih oklopa, prevladaju svoje strahove i krenu za svojim snovima, snovima koji čine život vrijednim. To je zahtijevalo vještine vođenja kod govornika. Vođenje je potrebno zato što mnogi ljudi koriste iste riječi, riječi poput *snova*, *više vremena za obitelj*, *sloboda*, ali samo su malobrojni dovoljno inspirirani da vjeruju osobi koja spominje te prečesto upotrebljavane riječi i slijede je.

Ubijanje vašeg duha

Ranije u ovoj knjizi upotrijebio sam ovaj dijagram u poglavlju o vrijednosti edukacije koja mijenja život. To je poglavlje govorilo o tome kako moć edukacije mora utjecati na nešto više od vaših misli. Edukacija koja mijenja život utječe na vas mentalno, emocionalno, duhovno i fizički. Slijedi dijagram osobe koja koristi emociju kako bi motivirala osobu da učini nešto fizički.

Komuniciranje Emocija - Emocija



Škola koristi mnoge mentalne trikove da nas putem emocionalnog straha navede da učimo i dobivamo dobre ocjene. Dok sam odrastao, pronašao sam mnoge ljude koji su me mogli motivirati koristeći druge vrste emocionalnih igara da bi me naveli da učinim nešto što oni žele.

Slijede primjeri osoba koje koriste neku vrstu emocionalne igre u svojoj komunikaciji:

1. "Ako nemate dobre ocjene, nećete dobiti dobar posao."
2. "Ako na vrijeme ne dolazite na posao, bit ćete otpušteni."
3. "Ako me izaberete, pobrinut ću se da ne izgubite socijalno osiguranje."
4. "Idite na sigurno. Ne poduzimajte nepotrebne rizike."
5. "Uđite u moj biznis. Možete zaraditi mnogo novca."
6. "Pokazat ću vam kako se brzo obogatiti."
7. "Učinite kako vam kažem."
8. "Kao što znate, tvrtka je u teškoćama. Ako ne želite biti otpušteni, ne tražite povišicu."
9. "Ne možete si priuštiti otkaz. Tko će vas plaćati koliko vas mi plaćamo?"
10. "Imate samo još osam godina do mirovine. Nemojte ništa poduzimati."

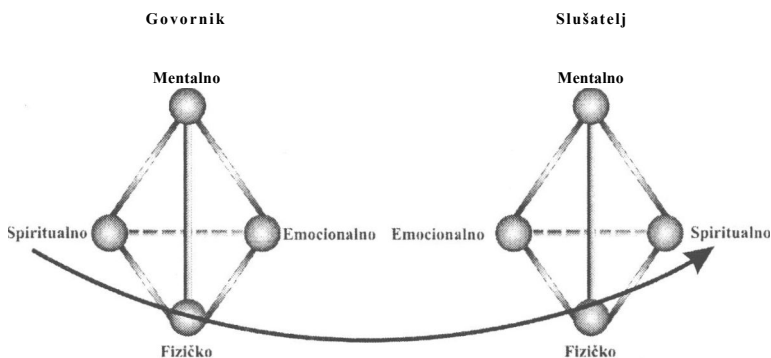
Po mojem mišljenju, u današnje vrijeme previše se koriste strah ili pohlepu kako bi se ljude motiviralo da nešto učine. Kad su emocije straha i pohlepe primarni motivatori, to ubija naš duh.

Pravi vođe inspiriraju duh

Dok sam bio u Vijetnamu, mnogo komunikacije bilo je utemeljeno na emocijama. No, ono što je neke naše vođe učinilo velikima bila je činjenica da su se mogli obratiti našim

duhovima. Mogli su govorom proći kroz naš strah od umiranja i govoriti izravno našim dušama, onom dijelu nas koji je moćan i nepobjediv. Slijede riječi koje su izgovorili veliki vođe, riječi koje idu dalje od naših strahova i sumnji i govore našim duhovima, kao što pokazuje slijedeći dijagram:

Komuniciranje duh - duh



Možda ćete se sjetiti nekih sličnih riječi koje su dotakle vašu dušu i postale povijest.

1. "Došlo je vrijeme kada će Amerikanci morati odlučiti hoće li biti slobodni ili robovi." *George Washington.*
2. "Dajte mi slobodu ili smrt." *Patrick Henry.*
3. "Sjetite se Alamo." *Teksaški borbeni poklič.*
4. "Prije osamdeset i sedam godina." I također: "Ne uništavam li svoje neprijatelje kad od njih pravim prijatelje?" *Abraham Lincoln.*
5. "Ne možete čovjeka zadržati na dnu ako ne ostanete dolje s njim." *Booker T. Washington.*
6. "Ne pitajte što zemlja može učiniti za vas..." *John Kennedy.*
7. "Imam san..." *Martin Luther King.*

8. "Pobjeđivanje je navika. Nažalost, i gubljenje." *Vince Lombardi*.
9. "Samo naša individualna vjera u slobodu može nas održati slobodnima." *Dwight Eisenhower*.
10. "Kukavice nikada ne mogu biti moralni." *Gandhi*.
11. "Ne budite ponizni; niste tako veliki." *Golda Meir*.
12. "Biti moćan je kao biti dama. Ako morate ljudima reći da to jeste, onda to niste." *Margaret Thatcher*.
13. "Ne dozvolite da ono što ne možete smeta onomu što možete." *John Wooden*.
14. "Moj najbolji prijatelj je onaj koji izvlači najbolje iz mene." *Henry Ford*.
15. "Pokušajte ne postati čovjek uspjeha, nego čovjek vrijednosti." *Albert Einstein*.

Zaključimo: Tri različite vrste vođa

Ljepota programa za vođe u mrežnom marketingu jest to što stvara drukčije vođe. Vojska je stvarala vođe koji su inspirirali ljude da brane svoju zemlju. Svijet biznisa razvija vođu koji gradi timove kako bi pobijedio konkurenciju. U svijetu mrežnog marketinga, razvija se vođa koji utječe na druge time što je veliki učitelj koji uči druge kako ispuniti svoje životne snove i kako krenuti za njima. Umjesto pobjeđivanja neprijatelja ili konkurencije, većina vođa mrežnog marketinga jednostavno nadahnjuje i podučava druge da pronađu financijsko obilje u ovom svijetu bez da naškode drugima.

Ukratko, sve tri vrste vođa obraćaju se ljudskom duhu, ali različiti stilovi vođenja stvaraju različitu vrstu vođe. Ako volite voditi ljude podučavajući ih i nadahnjujući ih u pronalaženju vlastitog svijeta financijskog obilja bez da moraju potući konkurenciju, biznis mrežnog marketinga mogao bi biti pravi za vas.

Slijedeća vrijednost

Slijedeće poglavlje govori o razlici u vrijednosti između *novca* i *bogatstva*. Nažalost, većina ljudi radi za novac, a trebali bi raditi na tome da grade bogatstvo. Jedan od razloga zašto mnogi nisu uspješni u mrežnom marketingu jest to što dolaze u potrazi za novcem, umjesto da traže priliku za izgradnju bogatstva. Kao što je rekao bogati otac: "Bogati ne rade za novac. To čine siromašni i srednja klasa."

Deveto poglavlje

Vrijednost br. 7: Nemojte raditi za novac

Na radio emisiji 2002. godine jedan od slušatelja postavio mi je ovo pitanje:

"Ja sam električni inženjer koji radi za veliku računalnu kompaniju iz Silicijske doline. Kao što znate, industrija visoke tehnologije bila je devastirana, naročito ovdje, u Kaliforniji. Nisam otpušten, ali su me zamolili da radim manji broj sati kako bi mi smanjiti plaću. Znate koliko su skupe nekretnine bile ovdje u području Bay. Moja otplata hipoteke sada iznosi gotovo jednako kao i moja umanjena plaća. Bojim se da ću izgubiti kuću ako mi još jednom smanje plaću. Povrh toga, moj mirovinski plan, gotovo je izbrisan. Što da učinim?"

"Jeste ti pokušali prodati svoju kuću?" bilo je moje prvo pitanje,

"Jesam", reče slušatelj. "Problem je u tome što je vrijednost kuće toliko opala da dugujem više no što kuća vrijedi. Kad bih je prodavao, morao bih platiti kupcu, umjesto da oni meni plaćaju. A i onda mi ostaje problem - gdje živjeti. Stanarine su jednako visoke kao i otplata hipoteke."

"Što radi vaša žena?" upitah ja.

"Ona radi za dječji centar. I oni imaju problema jer je mnogo obitelji iselilo iz ovog područja. Njezin je posao siguran, ali nema visoku plaću."

"Zašto ne potraži bolje plaćeni posao?" upitah ja.

"Htjela bi, ali jedna od beneficija rada u tom centru je ta što naše dvoje djece boravi tamo besplatno. Kad bi morala plaćati skrb za djecu, to bi koštalo skoro jednako kao njezina plaća u drugoj kompaniji."

"Jeste li razmišljali o tome da kod kuće pokrenete biznis u slobodno vrijeme?" upitah ja.

"Rekao sam vam da nemamo novca. Kako bih mogao pokrenuti biznis bez novca?"

"Jeste li vi i vaša supruga razmišljali o tome da pokrenete biznis mrežnog marketinga kod kuće? Za to nije potrebno mnogo novca i dobit ćete obuku." rekoh ja.

"O, da, raspitali smo se o tim prijeverama. Ne plaćaju vam ništa. Očekuju da radite dvije do tri godine prije no što počnete zarađivati, Nama je novac potreban danas, a ne za dvije do tri godine."

Voditelj programa prekinuo nas je i rekao da se njegova emisija bliži kraju. Slušatelj i ja nismo imali prilike da završimo naš dijalog.

Razlog zbog kojeg spominjem ovaj intervju jest to što ilustrira razliku u temeljnim vrijednostima. Slušatelju je očito trebao novac i ja suosjećam s njim. Kao što neki od vas znaju, moja supruga i ja bili smo bez prebijenog novčića, pa čak i bez kuće nekoliko tjedana pa zato znam kakav je to osjećaj.

No, Kim i ja uspjeli smo postati financijski slobodni za manje od 10 godina zato što smo poznavali razliku između novca i bogatstva. Ako želite saznati više o tome kako smo za manje od 10 godina iz ničega došli do financijske slobode, tu priču možete pročitati u knjizi *Umirovite se mladi i bogati*. Nadalje, još jedna knjiga iz serijala *Bogati otac, Kvadrant PROTOKA NOVCA* počinje pričom o tome kako smo Kim i ja bili beskućnici 1985, u najgoroj godini našeg života. Ove dvije knjige spominjem onima koji mogu propitivati moje razumijevanje osjećaja besparice. Obje knjige govore o tome kako smo izašli iz naših financijskih problema. Vjerujte mi da Kim i ja znamo što znači nemati ništa i zato preferiramo biti bogati i financijski slobodni. Za nas, život bez novca bio je strašan. Pogađao nas je i na drugim razinama osim financijske. Život bez novca doveo je u iskušenje naš brak, naše samopouzdanje i osjećaj vrijednosti.

Tri načina življenja

Osjećaj koji mi je ostavio taj razgovor s mladim ocem, uznemirivao me dugo nakon te radio emisije. Kao što sam rekao u prethodnom poglavlju, možemo razgovarati na razini duha i na razini emocija. U ovom slučaju, naša valna dužina komunikacije bila je emocija straha. Mogao sam osjetiti njegov strah i taj osjećaj me bolio. Znam točno kakav je to osjećaj.

Vrijednost opisana u ovom poglavlju vezana je uz emocije. Kim i ja osobno znamo da, kad se radi o novcu, postoje tri osjećaja i tri načina življenja s tim osjećajima. To su:

1. Osjećaj straha

Kad smo Kim i ja bili beskućnici i bez novca, osjećaj straha bio je paralizirajući; bio je tako intenzivan da su nam tijela otupjela. To je bio osjećaj koji sam dobio kroz telefonski razgovor s mladim ocem. Bio je to isti osjećaj koji sam imao kao dijete, odrastajući u mojoj obitelji. Bili smo siromašni većinu vremena. Osjećaj nedostatka novca visio je nad mojom obitelji veći dio mojeg djetinjstva.

2. Osjećaj bijesa i frustracije

Drugi način življenja je život s emocijom bijesa ili frustracije zbog toga što morate ustajati i ići na posao, naročito kad biste radije činili nešto drugo. Osoba koja živi s tim osjećajem može biti netko tko ima dobar posao i visoku plaću, ali ne može si priuštiti da prestane raditi. Zbog toga nastaje frustracija. Znaju da će se njihov svijet srušiti ako prestanu raditi. Takvi ljudi mogli bi reći: "Ne mogu si priuštiti da prestanem raditi. Ako dam otkaz, banke će mi sve odnijeti." Ti ljudi bi rekli: "Ne mogu dočekati slijedeći godišnji odmor", ili "Još samo 10 godina do mirovine."

3. Osjećaj radosti, mira i zadovoljstva

Treći način življenja je život s mirnom spoznajom da ćete imati dovoljno novca bez obzira na to radili ili ne. Još od 1994., kad smo Kim i ja prodali naš biznis i umirovili se, živimo s tim osjećajem. Kim je imala 37 godina, a ja 47. Za mene, to je osjećaj i način života za koji se vrijedi potruditi. Iako i danas radimo, osjećaj da to ne moramo i da ćemo i dalje imati više nego dovoljno novca, odličan je.

Razlika između novca i bogatstva

Ono što sam htio reći mladom ocu tijekom razgovora s početka poglavlja, bilo je da njegovi problemi neće nestati ako nastavi raditi za novac. Kad sam mu sugerirao da pokrene biznis mrežnog marketinga u slobodno vrijeme, zajedno sa suprugom, bilo je to zato da počnu raditi s ciljem stjecanja bogatstva, a ne veće plaće. Kad je rekao: "Ne plaćaju vam ništa. Očekuju da radite dvije do tri godine prije no što počnete zarađivati. Nama je novac potreban danas, a ne za dvije do tri godine", znao sam da će morati promijeniti svoje vrijednosti ako želi promijeniti kvalitetu života. Drugim riječima, nisam sumnjao da će on i njegova supruga na kraju pronaći novac i da će otkriti novi život. Pretpostavljam da će oni do kraja života ostati u životu punom bijesa i frustracije ako ne promijene svoje temeljne vrijednosti i da će živjeti u strahu i frustraciji samo zato što su izabrali raditi za novac, a ne bogatstvo.

Što je bogatstvo?

U drugim knjigama i materijalima iz serijala Bogati otac, govorim o tome da se bogatstvo ne mjeri u novcima, nego u vremenu. Naša definicija je:

Bogatstvo se mjeri spoznajom o sposobnosti preživljavanja određenog broja dana u budućnosti.

Kao što sam rekao, mjeri se u vremenu. Na primjer, ako je sve što imam uštedeno 1,000\$, a moji životni troškovi su 100\$

dnevno, moje bogatstvo je 10 dana. Ako su moji životni troškovi 50\$, moje bogatstvo je 20 dana. To je pojednostavljeni prikaz objašnjenja ove definicije bogatstva - ali opet, bogatstvo se mjeri u vremenu, a ne u novcu. Zdravlje i bogatstvo su slični jer se i jedno i druge mjeri vremenom. Svi smo čuli priče o liječnicima koji govore: "Imate šest mjeseci života." Liječnik daje svojem pacijentu procjenu njegovog ili njezinog zdravlja mjerenu u vremenu. Znam osobu koja je financijski u problemima u tolikoj mjeri da kaže: "Moje bogatstvo je u minusu dva mjeseca." Drugim riječima, on zaista živi na posuđenom vremenu i posuđenom novcu.

Kažu da je prosječna američka obitelj manje od tri plaće udaljena od financijske katastrofe. Ako je prosječan period isplate plaće dva tjedna, ili 14 dana, to znači da je prosječan Amerikanac bogat oko 44 dana. Nakon toga, njegov standard života opada. To je problem s konceptom rada za novac, a ne za bogatstvo.

Prije no što nastavite, možda biste se trebali upitati: "Kad bih ja (ako ste vjenčani, vaš supružnik i vi) danas prestao raditi, koliko dugo bih mogao preživjeti financijski?" Vaš odgovor je vaše današnje bogatstvo. Dobra vijest je to što se vaše bogatstvo može u velikoj mjeri povećati, čak i ako danas ne zarađujete mnogo.

Mrežni marketing podučava vas da radite za bogatstvo

Tijekom mojeg istraživanja različitih kompanija mrežnog marketinga, jedna od najtežih vrijednosti koju su govornici morali objasniti bila je razlika između rada za novac i rada za bogatstvo.

Na jednom od sastanaka kojima sam prisustvovao, jedan od gostiju podigao je ruku i upitao: "Koliko ću novca zaraditi?" Nažalost, osoba koja je vodila sastanak nije na adekvatan način objasnila grupi razliku između izgradnje biznisa i rada na poslu i, što je još važnije, razliku između novca i bogatstva. Bojim se da je većina ljudi bila zbunjena ili frustrirana onim što su čuli.

Jedan od odgovora koje je govornik dao bio je: "Vaš prihod je neograničen." Problem je u tome što većina prisutnih na

sastanku nije tražila neograničeno bogatstvo, nego priliku da zarade dodatnih 1,000\$ do 3,000\$ mjesečno. Po mojem mišljenju, oni su i dalje razmišljali u terminima novca, a ne bogatstva. Drugim riječima, postoje dvije vrste novca. Jedan je novac od rada, a drugi je novac od aktive. Ako želite biti bogati, treba vam novac koji dolazi od aktive. Ako želite naporno raditi cijeli život, radite samo za novac, što ionako radi većina ljudi.

Slijedeći zbunjujući moment dogodio se kad je govornik rekao: "OK, ako želite samo dodatnih 3,000\$ mjesečno, možete li zamisliti da ih dobivate do kraja života, bez obzira na to radili ili ne?" Iako je većina prisutnih odgovorila pozitivno, sumnjam da su to smatrali mogućim, a osim toga, činilo se da većina njih želi dodatnih 3,000\$ već slijedeći mjesec, umjesto da nekoliko godina rade besplatno, gradeći biznis i da kasnije imaju novac koji im sam pritječe do kraja života. Po mojem mišljenju, većina ljudi na tom sastanku još uvijek je razmišljala poput zaposlenika ili samozaposlenih ljudi koji rade za novac, a ne kao vlasnici biznisa i investitori, odnosno ljudi koji rade za bogatstvo od aktive.

Različite vrste novca

Bogati otac postajao je sve bogatiji jednostavno zato što bogati rade za drukčiju vrstu novca. Slijedeći dijagram financijskog izvješća može pomoći u objašnjavanju razlike.

Prihodi	
Rashodi	

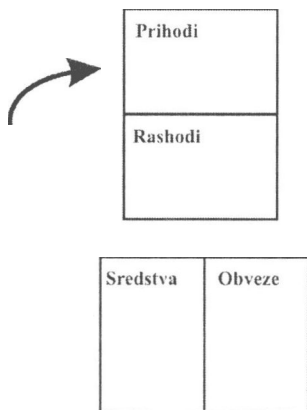
Sredstva	Obveze
----------	--------

Ako niste upoznati s tim dijagramom, dijagramom financijskog izvješća, ili želite dodatno pojašnjenje, predlažem vam da pročitate knjigu *Bogati otac, siromašni otac*, ili da razgovarate s prijateljem koji je pročitao knjigu i zamolite ga da vam to objasni. To je vrlo važan dijagram i on je središte mnogih lekcija mojeg bogatog oca. Kao što je on često govorio: "Moj bankar nikada nije od mene tražio moju svjedodžbu. On uvijek od mene traži moje financijsko izvješće." Također je rekao: "Vaše financijsko izvješće je vaša svjedodžba nakon što završite školu. Ono mjeri vaš financijski IQ." Toliko je taj dijagram važan svakome tko želi postići financijsku slobodu ili veliko bogatstvo.

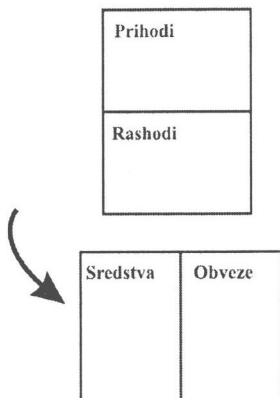
Razlika u fokusu

Jedan od načina za bolje objašnjavanje razlike između E i S, te B i I kvadranta je korištenje financijskog izvješća. Razlika između lijeve i desne strane kvadranta je razlika u fokusu. Slijedi objašnjenje:

Jednostavno rečeno, ljudi u E i S kvadrantima fokusiraju se ovdje:



Dok se ljudi u B i I kvadrantu fokusiraju ovdje:

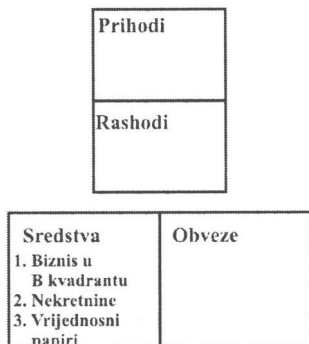


Radite li vi još uvijek za novac?

Primarna razlika prikazana financijskim izvješćem jest da ljudi na E i S strani rade za novac. Ljudi u B i I kvadrantima fokusiraju se na gradnju ili kupnju aktive, a ne na rad za novac. Zato su bogatiji od ljudi iz E i S kvadranta. Kad bi osoba iz B ili I kvadranta prestala raditi, aktiva bi i dalje radila i zarađivala novac za njih.

Tri vrste aktive

Tri glavne vrste aktive u polju aktive su:



Jednostavan plan za financijsku slobodu

Jednostavan plan koji smo moja supruga Kim i ja upotrijebili da se umirovimo mladi i bogati bio je da najprije izgradimo biznis, a zatim investiramo u nekretnine. Kao što sam rekao, to je trajalo od 1985. do 1994., s tim da smo počeli ni iz čega i umirovili se financijski slobodni bez ijedne dionice ili uzajamnog fonda. To je bio naš jednostavni plan i mi smo ga slijedili.

Neki ljudi pitali su me: "Zašto ste najprije gradili biznis?" Na to pitanje postoje tri odgovora. Prvi je taj da nam je gradnja biznisa omogućila da generiramo mnogo novca. Na početku ove knjige, pobrojao sam 11 načina kako se čovjek može obogatiti, kao što je ženidba ili udaja zbog novca. Za Kim i mene, najbolji način da se obogatimo bio je da izgradimo biznis. Drugi odgovor jest to, da su porezni zakoni Sjedinjenih država vrlo povoljni za ljude koji zarađuju u B kvadrantu, a kažnjavaju ljude koji zarađuju u E kvadrantu. Na kraju, treći je odgovor izgradnja biznisa i investiranje u nekretnine. Plan koji slijedi većina pravih bogataša.

Kako si mogu priuštiti kupnju nekretnina?

Nakon kraha tržišta dionica 2000., mnogi ljudi počeli su osvještavati činjenicu da su dionice i uzajamni fondovi rizični. Nakon kraha, mnogi su počeli razmišljati o investiranju u nekretnine. Problem je bio u tome što mnogi nisu imali dovoljno novca da investiraju u nekretnine ili žive na mjestima gdje su nekretnine skupe. Pitanje koje mi danas često postavljaju jest: "Kako bih mogao kupiti nekretnine kad jedva zarađujem dovoljno da plaćam najam?"

Moj odgovor uvijek je isti. Uvijek kažem: "Zadržite svoj stalni posao i pokrenite biznis u slobodno vrijeme. Kad biznis počne donositi novac, drugi korak je da zadržite svoj stalni posao i počnete investirati u nekretnine, uz dodatni prihod od

biznisa. Na taj način počinjete graditi dvije klase aktive, umjesto da potrošite život radeći za novac.

Tri vrste inteligencije

Kao što postoje tri vrste edukacije potrebne za financijski uspjeh, a to su akademska, profesionalna i financijska, tako postoje i tri vrste inteligencije koje su potrebne za financijski uspjeh u stvarnom svijetu. To su:

1. Mentalna inteligencija

Općenito, taj IQ mjeri se u školi.

2. Emocionalna inteligencija

Kažu da je emocionalna inteligencija 25 puta moćnija od mentalne. Primjeri emocionalne inteligencije su: zadržavanje smirenosti umjesto prihvaćanja prepirke; ne vjenčavanje s nekim za koga znate da na duge staze neće biti dobar životni partner i odgođeno očekivanje nagrada, što je suprotnost od trenutnih nagrada, uzroka mnogih financijskih problema današnjice.

3. Financijska inteligencija

Moj bogati otac rekao je: "Tvoju financijsku inteligenciju pokazuje tvoje osobno financijsko izvješće. Tvoja financijska inteligencija mjeri se količinom novca koju zarađuješ, količinom novca koju zadržavaš, time u kojoj mjeri novac radi za tebe i na koliko budućih generacija možeš rasporediti svoj novac."

Zašto se pametni ljudi ne uspijevaju obogatiti

Jedan od razloga zašto se mnogi pametni ljudi, poput mojeg siromašnog oca, ne uspijevaju obogatiti iako imaju visoki IQ i bili su dobri u školi, jest to što nemaju emocionalnu inteligenciju potrebnu za financijski uspjeh i akumulaciju

bogatstva. Četiri uobičajena pokazatelja niskog financijskog IQ-a su:

1. Sporo se bogate jer igru s novcem igraju presporo

Ti ljudi zbog svojih poslova u E kvadrantu često plaćaju veći postotak poreza, ne investiraju mudro, zadržavaju novac u banci, zarađuju vrlo malo na kamatama, a na ono malo što zarade na kamatama plaćaju najveći mogući porez.

2. Pokušavaju se obogatiti prebrzo

Takvim ljudima nedostaje emocionalna inteligencija poznatija kao strpljivost. Oni često idu s posla na posao ili s jedne ideje na drugu. Nešto započnu, to im dosadi i prekinu s tim.

3. Troše impulsivno

Omiljena vrsta zabave takvih ljudi je kupovina. Kupuju dok ne padnu s nogu. Ako imaju novac, troše ga hirovito. Oni kažu: "Čini mi se da mi novac istječe iz ruku."

4. Ne podnose posjedovanje bilo kakve vrijednosti

Drugim riječima, takve osobe posjeduju stvari, ili rade za stvari koje ih čine siromašnima. Na primjer, upoznao sam nekoliko ljudi koji su investirali u nekretnine. Onog trena kad bi ih kupili, prodali bi ih, uzeli zaradu, platili račune s kreditnih kartica ili kupili novi brodić i otišli na godišnji odmor. Drugim riječima, drže se stvari koje imaju vrlo malu vrijednost, a prodaju ono što ima pravu vrijednost.

Mnogi takvi ljudi, umjesto da grade biznis, bolje se osjećaju ako rade za nekoga drugog i ako rade za nešto što nikada neće imati. Emocija straha tako je snažna da više vole raditi zbog sigurnosti, umjesto zbog slobode.

Emocionalna inteligencija od temeljne je važnosti za financijsku inteligenciju

Ovo poglavlje počelo je mojim intervjuom na radiju. Počeo sam s tim intervjuom zato što je mladić izgubio emocionalnu kontrolu. Očito je bio vrlo bistar, ali njegove emocije dovele su do toga da razmišlja iracionalno. Ako ste izgubili emocionalnu kontrolu, vaše šanse za rješavanje financijskih problema umanjene su.

Jednostavno rečeno u stvarnom svijetu, ako se želite obogatiti, emocionalna inteligencija važnija je od mentalne. *Visoki emocionalni IQ* važniji je od *visokog financijskog IQ-a*. Warren Buffet, najbogatiji investitor Amerike, kaže: "Osoba koja ne može upravljati svojim emocijama, ne može upravljati novcem."

Kad sam bio mladi, u emocionalnom smislu bio sam mentalno retardiran. Sve je bilo: "Živi za danas." Zato nisam ostvario financijsku slobodu do 47. godine, iako sam znao što bih morao učiniti. Kad god sam izgubio kontrolu i htio se brzo obogatiti ili odustati jer sam bio frustriran, bogati otac bi rekao: "Vrati se kad odrasteš. Tada ću te nastaviti podučavati tome kako da se obogatiš."

Želite li poboljšati svoj emocionalni IQ?

Iz osobnog iskustva znam da mi se život poboljšao onoliko koliko mi je narastao emocionalni IQ. Budući da sam bio marinac, ne samo da sam impulzivan, nego sam razvio i vrlo nasilan i nagao temperament. Kad sam se vratio iz Vijetnama, moj bogati otac je rekao: "Tvoj temperament i brze reakcije možda su te u Vijetnamu zadržali na životu, ali iste te emocije ubit će te u svijetu biznisa." Bogati otac snažno mi je sugerirao da poradim na poboljšanju svojeg emocionalnog IQ-a ako želim poboljšati financijski IQ. Kako se poboljšavala moja kontrola nad emocijama, poboljšavao se i moj brak, moje poslovne vještine, a i moje vještine investiranja. Čak se i moje zdravlje

poboljšalo time što sam držao kontrolu nad svojim temperamentom. Prvi korak u povećavanju moje emocionalne inteligencije bilo je priznanje da je moram popraviti.

Ako ste poput mene, osoba kojoj uvijek dobro dođe malo više emocionalne zrelosti, biznis mrežnog marketinga za vas može biti najbolji poligon za vježbu. Za mene, jedna od najvećih vrijednosti biznisa mrežnog marketinga jest to što vam razvija emocionalni IQ. Poboljšavate svoj emocionalni IQ svaki put kad imate posla s ljudima koji odustaju, lažu, prevladavajući svoje strahove, svoja razočarenja, svoje frustracije i svoje nestrpljenje, kako biste postali bolja osoba. Drugim riječima, biznis mrežnog marketinga odlično je mjesto da se bolje upoznate i radite na sebi.

Postavite si ovo pitanje: "Kako moje emocije ometaju moj život? Jesam li zbog njih:

1. Previše sramežljiv
2. U strahu od odbijanja
3. U potrazi za sigurnošću
4. Previše nestrpljiv
5. Previše temperamentan
6. Ovisan o nečemu
7. Previše impulzivan
8. Previše ljut
9. Prespor u promjenama
10. Lijen
11. _____ (vaš izbor)

I opet, jedna od velikih vrijednosti biznisa mrežnog marketinga jest to što će testirati vašu emocionalnu inteligenciju, a u mnogo slučajeva je i poboljšati. Kad počnete poboljšavati svoj emocionalni IQ, vjerojatno ćete otkriti i kako se druga područja vašeg života poboljšavaju. Otkrit ćete kako vam je lakše razgovarati s ljudima, jasnije komunicirati, učinkovitije izlaziti na kraj s njihovim emocijama, a kada to unaprijedite, vaš biznis brže će rasti. Budući da ćete biti mnogo

strpljiviji, imat ćete bolje šanse postati bolji investitor. Razvojem svoje emocionalne inteligencije, poboljšat ćete i svoj brak, ako ste vjenčani ili se želite vjenčati, a svi znamo koliko brak može biti emocionalna tema. Možete postati i bolji roditelj i bolje odgajati djecu. Stoga, rekao bih da bi vam se ulaganje određenog broja godina u biznis mrežnog marketinga moglo isplatiti na mnogim drugim područjima života. Zašto? Zato što je život vrlo emocionalna tema.

Bolji brak

Za Kim i mene, naš plan za ostvarivanje financijske slobode bio je odličan za naš brak. Počeli smo ni iz čega i imali projekt na kojem smo mogli zajedno raditi. Rekao bih da je prevladavanje prepreka u izgradnji biznisa stvorilo mnoge izazove našem braku, ali na kraju ga je osnažilo. Zajedno smo riskirali, zajedno smo gubili i zajedno slavili pobjede.

Kao što sam prije rekao, naš plan bio je jednostavan. 1985., Kim i ja počeli smo graditi naš biznis, počevši ni iz čega. 1991. investirali smo u našu prvu nekretninu, kad nam je posao postao vrlo profitabilan. 1994. prodali smo naš biznis, kupili više nekretnina i umirovili se financijski slobodni do kraja života. Bio je to jednostavan plan i učinio nam je život jednostavnijim i sretnijim. Kao što većina nas zna, novac je jedan od glavnih razloga za svađu u braku. Danas imamo bolji brak, ne toliko zbog novca, već zbog toga što smo zajedno izgradili biznis. Umjesto da se udaljimo, zbližili smo se postajući emocionalno zreliji. Čujem kako mnogi ljudi kažu: "Oh, nikada ne bih radila sa svojim suprugom. Ne bih mogla biti s njim toliko vremena." Mogao bih iskreno reći da danas ne bih bio tako uspješan bez Kim i ne bismo imali tako dobar brak da smo radili na različitim poslovima za različite kompanije. Da smo radili odvojeno, udaljili bismo se. Zajednička izgradnja biznisa i zajedničko investiranje osnažilo je naš brak jer smo imali vremena izgladiti naše razlike, zbližili smo se, bolje se upoznali, počeli se bolje upoznavati, više poštovati, zajedno smo emocionalno sazrijevali, a na kraju, postali smo mnogo

sretniji zajedno. A za mene, to je neprocjenjivo. Iako još postoje neke razlike među nama, znamo da je naša ljubav veća od tih razlika. Sretan brak između dvoje ljudi definitivno je posljedica emocionalne inteligencije, a ne dvoje ljudi s dobrim ocjenama i dobrim poslovima koji zarađuju mnogo novca.

Zašto neki uspješni djelatnici mrežnog marketinga ne uspijevaju?

Tijekom godina, upoznao sam nekoliko uspješnih djelatnika mrežnog marketinga koji su se veoma obogatili svojim biznisom. Također sam upoznao nekolicinu koji su izgradili velike biznise i zatim sve izgubili. Zašto? I opet, odgovor leži u emocionalnoj inteligenciji.

Primjer takve osobe je čovjek imenom Ray. Ray živi u Južnoj Kaliforniji. Radio je za lanac trgovina za prodaju hrane i izabrali su ga za voditelja poslovnice. Budući da je imao diplomu iz biokemije, bio je vrlo zainteresiran za zdravlje. Jednog dana došao je jedan kupac i pokazao Rayu novu liniju zdravstvenih proizvoda. Ray ih je isprobao i bili su odlični. Odmah je otišao svojem šefu i pitao ga može li ih prodavati u trgovini. Šef je rekao "Ne." Budući da je bio nestrpljiv i impulzivan, Ray je dao otkaz i uskočio u taj biznis mrežnog marketinga.

Tri godine, Ray je proučavao i učio biznis. Nekoliko godina imao je financijskih problema, a zatim su se svjetla upalila; Ray je prešao iz E kvadranta u mentalni sklop B kvadranta. Njegov biznis je eksplodirao i uskoro je tjedno zarađivao više no što je na svojem poslu zarađivao tijekom cijele godine.

Uskoro je došao do stupnja na kojem je držao govore svim novim ljudima koji su ulazili u biznis. Bio je nova zvijezda. Problem je bio u tome što mu je status zvijezde udario u glavu. Postao je arogantan i razmetljiv, što je znak niske emocionalne inteligencije. Počeo se prepirati s onima koji su ga podučavali biznisu, misleći da je pametniji od njih jer je imao bolje aute, bolje kuće i više novca. Novac mu je udario u glavu.

Pokrenuo se novi biznis mrežnog marketinga. I tu su se nudili odlični proizvodi za zdravlje i tražili su od zvijezda poput Raya da prijeđu u njihov biznis. Nije im trebalo mnogo da ga preotmu starijoj kompaniji s kojom je počeo. Ray je prešao njima jer je htio krenuti od početka, početi dovoljno rano i brže izgraditi veći biznis. Ray je sa sobom poveo i mnoge iz svojeg tima.

Tri godine kasnije, Ray je bankrotirao. Zašto? Po meni, postoje dva razloga. Jedan je taj što su vlasnici nove kompanije bili poput Raya. Bili su nestrpljivi i impulzivni. I oni su se željeli obogatiti brže. Drugi razlog bio je to što su, kao i Ray, i vlasnici nove kompanije loše upravljali novcem, živeći na visokoj nozi, dobro izgledajući, trošeći novac i razgovarajući o besmislicama. Umjesto da ponovo investiraju u svoj biznis i u nekretnine, umjesto da stječu pravo bogatstvo, kupovali su simbole bogatstva. Sjećate li se kako sam ranije u ovom poglavlju spomenuo kako se siromašni ne osjećaju ugodno sa stvarima koje posjeduju pravu vrijednost? Ray i osnivači novog biznisa bili su u toj kategoriji. Zato Ray i osnivači nove kompanije nisu kupovali pravo bogatstvo. Umjesto toga, kupovali su brze automobile, brze žene i bankrotirali velikom brzinom. Svaka ptica zaista svome jat u leti.

Ray još i danas skače iz jednog biznisa mrežnog marketinga u drugi. Svaki puta kad ga vidim, ima novu poslovnu priliku i promovira novu liniju proizvoda. Ray je naučio graditi biznis mrežnog marketinga, ali nije u njemu postao uspješan. Nije uspio zato što je razmišljao emocijama.

Nemojte biti žaba

Ne kažem da je pogrešno mijenjati kompanije mrežnog marketinga. Znam da se to događa. Kažem samo da su mnogi ljudi poput Raya: ljudi koji idu od kompanije do kompanije, tražeći savršeni biznis, savršene proizvode i laku zaradu. Mnogi to čine jer ne razvijaju svoju emocionalnu inteligenciju, što je, po mojem mišljenju, jedan od glavnih razloga ulaska u biznis. Drugim riječima, u redu je napustiti biznis, ali to treba učiniti iz

pravih razloga, a ne onih emocionalnih. Skakanje iz bare u baru može biti dobro za žabe, ali nije dobro za vlasnike biznisa. Kao što je rekao moj prijatelj: "Problem u tome što si žaba nije samo to što moraš po cijele dane proganjati bube, već i to što ih moraš pojesti." Poruka je: ako pronađete biznis mrežnog marketinga koji je dobar za vas, dajte i sebi i biznisu vremena da zajedno narastete. Nemojte biti žaba koja ganja bube.

Zašto uspješni pripadnici mrežnog marketinga postaju još uspješniji

Bilo mi je veliko zadovoljstvo upoznati neke vrlo uspješne vlasnike biznisa mrežnog marketinga, od kojih su neki mnogo uspješniji od mene, pa čak i od mog bogatog oca. Za mene, bilo je zadovoljstvo otkriti da je formula uspjeha u biznisu mrežnog marketinga ista poput one kojoj me podučavao bogati otac. Formula je slijedeća.

1. Izgraditi biznis

Pokretanje biznisa obično traje 5 godina. Znam da može trajati kraće, a može trajati i duže. Međutim, biznis je poput djeteta, potrebno mu je vrijeme da naraste.

2. Reinvestirati u biznis

Ovo je važno zato što je taj korak onaj koji Ray i njemu slični ne žele poduzeti. Umjesto da reinvestiraju, oni potroše svoj novac čim ga dobiju. Uskoro kupuju na kredit dobre aute, lijepe kuće i odjeću, i odlaze na luksuzna putovanja. Umjesto da pomognu djetetu da poraste, uzimaju mu novce od užine i dijete počinje gladovati.

Nažalost, priče o ljudima poput Raya česte su u svakom biznisu. Jedan od glavnih razloga zbog kojeg je tako malo ljudi u Americi bogato, čak i ako zarade mnogo novca, jest to što novac za užinu djeteta troše na igračke i stvari koje i potiču ego.

Kako biznis reinvestira

Kao tradicionalni biznis, richdad.com reinvestirao je trošeci milijune dolara na poboljšavanje naše web stranice, gradnju naše web igre *PROTOK NOVCA 101* i *PROTOK NOVCA za djecu*, igre i školskog programa koji školama dajemo besplatno. To su primjeri tradicionalnog biznisa koji reinvestira u biznis. Još jedan primjer može biti izgradnja skladišta, kupnja kamiona ili trošenje novca na reklamu.

U biznisu mrežnog marketinga, reinvestiranje može biti širenje vašeg biznisa s 10 na 20 ljudi. To može značiti investiranje vremena u to da produbite svoju liniju po vertikali. Ljepota većine biznisa mrežnog marketinga jest to što ne zahtijeva tako mnogo novca za reinvestiranje u biznis.

Još jedna vrlo važna stvar jest to da pravi vlasnik biznisa nikada ne prestaje investirati i reinvestirati u izgradnju biznisa. Mnogi ljudi ne uspijevaju steći bogatstvo u biznisu samo zato što ne investiraju stalno u njega.

3. Investirati u nekretnine

Zašto nekretnine? Dva razloga. Jedan je to što su porezni zakoni napisani u korist vlasnika biznisa koji investiraju u nekretnine. U dodatku u ovoj knjizi, moj porezni strateg, Diane Kennedy, govori o tome kako su nekretnine i biznis mrežnog marketinga stvoreni jedno za drugo. Drugi razlog je taj što će vam bankari rado izdati zajam za nekretnine. Pokušajte zatražiti od vašeg bankara zajam od 30 godina po stopi od 6.5% za kupnju dionica ili uzajamnih fondova. Nasmijat će vam se i izbaciti vas iz banke.

Upozorenje. Razlog zašto vam sugeriram da najprije izgradite biznis jest to što je za investiranje u nekretnine potrebno vrijeme, iskustvo, edukacija i novac. Ako nemate stalni dodatni prihod i porezne prednosti koje dolaze s biznisom u B kvadrantu, nekretnine su ili prerizične ili prespore. Prerizične su zato što greške u poslovanju, naročito u menadžmentu imovine, mogu biti vrlo skupe. Mnogi ljudi se u

nekretninama ne obogate ili postaju bogati presporo, uglavnom zato što nemaju višak novca koji vlasnici biznisa imaju. U stvarnosti, najbolji poslovi s nekretninama obično su skupi. Ako nemate novca, jedini poslovi s nekretninama često su poslovi koje su ljudi s novcima propustili. Danas susrećem mnoge ljude koji traže poslove s nekretninama "bez predujma". Iako oni postoje, glavni razlog što ih oni traže jest to što i nemaju novca za predujam. Ako vam nedostaje edukacija, iskustvo i novac za nekretnine, nepostojanje predujma može biti najskuplja investicija vašeg života. Zato najprije izgradite biznis, pa reinvestirajte u njega, a tek tada kupujte nekretnine.

"Zato najprije izgradite biznis, pa reinvestirajte u njega, a tek tada kupujte nekretnine."

4. Kupujte luksuzne stvari

Najveći dio našeg braka, Kim i ja nismo živjeli u velikoj kući niti vozili dobre aute. Godinama smo živjeli u maloj kući koja nas je koštala oko 400\$ mjesečno kroz otplatu hipoteke. Dok smo živjeli u maloj kući i vozili prosječne aute, gradili smo naš biznis i investirali u nekretnine. Danas živimo u mnogo većoj kući, imamo šest automobila, ali imamo i mnogo više novca koji dobivamo od aktive kao što su biznisi i nekretnine. Jednostavno pravilo mog mog oca bilo je: izgradi biznis, reinvestiraj u njega tako da naraste, investiraj u nekretnine, a tada svojim biznisom i nekretninama kupuj luksuzne stvari. Drugim riječima, radite na tome da izgradite ili kupite aktivu, a zatim dozvolite aktivu da vam kupuje luksuzne stvari.

Danas, iako Kim i ja imamo našu veliku kuću i šest automobila, možemo si dozvoliti da prestanemo raditi do kraja života jer nemamo poslove, nego aktivu. Danas radimo zato što volimo ono što radimo. Povrh toga, postajemo sve bogatiji zato što slijedimo jednostavnu formulu mog mog oca u 4 koraka za stvaranje pravog bogatstva. Gradimo biznise, reinvestiramo u njih, investiramo u nekretnine, a zatim kupujemo luksuzne stvari svojom aktivom.

Zašto se većina ljudi ne obogati?

Zašto većina ljudi ne slijedi taj plan, iako je jednostavan? Odgovor i u ovom slučaju leži u emocionalnoj inteligenciji. Većini ljudi nedostaje strpljenje, disciplina i spremnost za odgađanje nagrade za svoj rad da bi slijedili takav plan. Većina ljudi zarađuje novac, pa ga troši. Zato, to nije pitanje mentalnog ili financijskog IQ-a. To je pitanje emocionalnog IQ-a. U stvari, od sva tri IQ-a najlakši je financijski, što objašnjava zašto je tako mnogo ljudi koji nisu uspjeli u školi bogato. Po mojem mišljenju, most do financijskog IQ-a je emocionalna IQ, a biznis mrežnog marketinga može svima pomoći u razvoju te inteligencije.

Kada kupujete vrijednosne papire?

Mnogi ljudi me pitaju: "Kada kupujete vrijednosne papire kao što su dionice, obveznice i uzajamne fondove?" Moj odgovor je odgovor bogatog oca. Prije mnogo godina, bogati otac mi je rekao: "Najbolja aktiva je biznis. To je jednostavno najbolja aktiva koju možeš posjedovati, ako si dovoljno pametan. Druge su nekretnine, a treće vrijednosni papiri. Vrijednosni papiri su posljednji zato što ih je najlakše kupiti, ali najrizičniji su za posjedovanje. Ako mi ne vjerujete da su vrijednosni papiri rizični, zamolite svojeg bankara da vam da hipoteku od trideset godina da ih kupite."

Zato ljudima danas odgovaram kao i moj bogati otac. Vrijednosni papiri su na posljednjem mjestu jer ih je najlakše kupiti, ali najrizičnije posjedovati. Drugi razlog je taj što mogu kupiti osiguranje za katastrofalni gubitak u biznisu i nekretninama. Vrlo malo ljudi zna kako kupovati osiguranje za dionice, a ja ne znam nikakvo osiguranje za uzajamne fondove, iako možda postoji.

Zašto ljudi nisu sretni na poslu

Jedan moj prijatelj koji ima veliko iskustvo na području mentalnog zdravlja rekao mi je: "Jedan od razloga sreće jest kontrola. Što više kontrole imaš, postaješ sretniji. S druge strane, ako je nemaš ili je gubiš, često postaješ nesretan." Primjer koji mi je dao jest osoba koja žuri na aerodrom i odjednom zaglavi u prometnoj gužvi. Dok polako puzi u koloni bez mogućnosti da siđe s auto-cesta, shvaća da će propustiti avion i njegovo raspoloženje se kvari. Postaje nesretan zato što nema kontrole. Pouka ove lekcije je: "Kontrola i sreća su usko povezani."

Ako se vratimo na onog slušatelja radio emisije s početka poglavlja, rekao bih da on nije bio sretan. Jedan od razloga za to bilo je to što je izgubio kontrolu nad svojim životom. Iako je imao ono što je smatrao sigurnim poslom, nije imao kontrolu nad svojim financijama. Izgubio je i kontrolu nad investicijama u dionice i uzajamne fondove. U današnjem svijetu, naročito nakon kraha tržišta dionica, slabljenja ekonomije i terorističkog napada 11. rujna, mnogi ljudi osjećaju da su izgubili kontrolu, a to vodi do osjećaja nesreće. Jedna od velikih vrijednosti izgradnje biznisa mrežnog marketinga i investiranja u nekretnine jest to što vam te dvije djelatnosti mogu vratiti osjećaj kontrole nad životom, a ako imate više kontrole - sretniji ste. A sreća je vrlo vrijedna emocija u životu.

Zaključimo

Pitanje je: "Radite li za novac ili za bogatstvo?" Ako je vrijeme da počnete raditi za bogatstvo, imam dva prijedloga. Pogledajte Kvadrant PROTOKA NOVCA. Predlažem vam slijedeće: pokrenite biznis mrežnog marketinga u slobodno vrijeme igrajte igru bogatog oca PROTOK NOVCA 101 i učite investiranje.



pokrenite biznis mrežnog marketinga u slobodno vrijeme

igrajte igru bogatog oca
PROTOK NOVCA 101 i učite
investiranje.

Ako u svoje slobodno vrijeme radite i jedno i drugo slijedećih 3 do 5 godina, vjerujem da će vam financijska budućnost biti mnogo svjetlija nego ako radite ono što radi većina ljudi, a to je da se drže sigurnog posla i investirate u uzajamne fondove. Kako netko može biti sretan ako je kontrolu nad svojim financijskim životom predao nekom drugom? Nadalje, za nekoliko godina, ako ste uspješni u B i I kvadrantima, radit ćete za bogatstvo, a ne za novac.

Slijedeća vrijednost

U slijedećem poglavlju, ova knjiga govori o vrijednosti ostvarivanja snova. Oni koji su igrali PROTOK NOVCA 101 možda se sjećaju da je prvi korak prije početka igre izbor svojeg sna. Bogati otac uvijek je govorio: "Počni sa snovima i radi unatrag." Najbolje sam ostavio za kraj, jer sad kad znate da u životu možete steći veliko bogatstvo, možda ćete poželjeti sanjati veće snove.

Deseto poglavlje

Vrijednost br. 8: Živjeti svoje snove

"Mnogi ljudi nemaju snove", rekao je moj bogati otac.

"Zašto?" pitao sam.

"Jer su snovi skupi", rekao je on.

Buđenje vlastitih snova

Moja žena Kim i ja otišli smo na skup na kojem je vrhunski uspješan čovjek u tvrtki mrežnog marketinga pokazivao svoju veliku vilu s garažom za osam automobila u kojoj se nalazilo osam automobila, njegova limuzina i sve ostale igračke. Kuća i igračke bili su impresivni, ali ono što me zaista impresioniralo bila je činjenica da je grad nazvao ulicu s njegovom kućom prema njemu. Kad sam ga pitao kako je to bilo moguće, rekao je: "Lako, donirao sam novac za izgradnju nove osnovne škole i knjižnice. Kad sam to učinio, grad mi je dozvolio da ulicu nazovem prema sebi." Tada sam shvatio da je njegov san mnogo veći od mog. Ja nikada nisam sanjao o tome da se po meni zove ulica ili da doniram dovoljno novca da se izgrade škola i knjižnica. Odlazeći kući, shvatio sam da je vrijeme da povećam opseg svojih snova.

Jedna od važnijih vrijednosti koje sam pronašao u dobrom mrežnom marketingu je ta što naglašavaju važnost življenja

svojih snova. Uspješan čovjek kojeg smo posjetili nije pokazivao svoja materijalna dobra samo radi pokazivanja. On i njegova žena govorili su grupi o životnom stilu koji su postigli kako bi inspirirali grupu da živi svoje snove. Nije bila bitna velika kuća ili igračke i njihova cijena. Radilo se o inspiriranju drugih da žive svoje snove.

Ubijanje snova

U knjizi *Bogati otac, siromašni otac* napisao sam kako je moj siromašni otac stalno govorio: "Ne mogu si to priuštiti." Također sam napisao da je moj bogati otac zabranjivao svojem sinu i meni korištenje tih riječi. Umjesto toga, htio je da govorimo: "Kako si to mogu priuštiti?" Koliko god bile jednostavne te izjave, razlika između njih bila je vrlo značajna za mojeg bogatog oca. Rekao je: "Pitajući se kako si nešto možete priuštiti, omogućujete si sve veće i veće snove."

Također je rekao i: "Čuvajte se ljudi koji vam žele ubiti snove. Nema ništa gore od prijatelja ili voljene osobe koja vam ubija snove. Postoje ljudi koji mogu naivno, ili ne tako naivno reći:

1. "Ne možeš to učiniti."
2. "To je prerizično. Znaš li koliko ljudi propada?"
3. "Ne budi smiješan. Odakle ti takve ideje?"
4. "Ako je to tako dobra ideja, zašto to već nije netko učinio?"
5. "O, probao sam to prije više godina. To ti neće funkcionirati."

Primijetio sam da su ljudi koji ubijaju tuđe snove oni koji su odustali od vlastitih snova.

Zašto su snovi važni

Moj je bogati otac objasnio važnost snova na sljedeći način: "Biti bogat i omogućiti si život u velikoj kući nije važno. Važno je boriti se, učiti, učiniti najbolje kako biste razvili svoje osobne

snage koje će vam omogućiti veliku kuću. U tom procesu dolaženja do velike kuće važni ste vi. Ljudi koji sanjaju male snove nastavljaju živjeti kao mali ljudi."

"Ljudi koji sanjaju male snove nastavljaju živjeti kao mali ljudi."

Kao što je rekao moj bogati otac, kuća nije važna. Moja žena Kim i ja imali smo dvije velike kuće i slažem se da nije važna veličina kuće niti obogaćivanje. Važna je veličina snova. Kad smo nas dvoje bili bez novca, postavili smo si cilj da ćemo kupiti veliku kuću kad zaradimo milijun dolara. Kad je naš posao nadmašio milijun dolara, kupili smo svoju prvu veliku kuću i uskoro je prodali. Prodali smo je jer smo se prebacili na novi san. Drugim riječima, kuća i zarađivanje milijun dolara nisu bili san. Kuća i novac bili su simboli postajanja ljudima koji mogu živjeti svoje snove. Danas ponovo imamo veliku kuću i ona je ponovo samo simbol sna koji smo postigli. Naša velika kuća nije bila san; bilo je važno tko smo postali u tom procesu; to je bio san.

Bogati otac rekao je to na sljedeći način: "Veliki ljudi imaju velike snove, a mali ljudi male. Ako se želite promijeniti, počnite mijenjati veličinu svojeg sna." Kad sam izgubio sav svoj novac, moj je bogati otac rekao: "Nikada ne daj da privremene financijske teškoće smanje veličinu tvojeg sna. Vizija tog sna provući će te kroz ta teška razdoblja života." Rekao je i: "Besparica je privremena, a siromaštvo vječno. Ako ste bez novca, ništa vas ne košta sanjati o bogatstvu. Mnogi siromašni ljudi su takvi jer su odustali od snova."

Različiti tipovi sanjara

Kad sam bio u srednjoj školi, moj mi je bogati otac objasnio da postoji pet vrsta sanjara. To su:

1. Sanjari koji sanjaju u prošlosti.

Bogati otac rekao je da postoji mnogo ljudi čija su najveća postignuća iza njih. Al Bundy iz serije *Bračne vode* je klasični

primjer čovjeka čiji su snovi iza njega. Za one koji nisu gledali tu seriju, Al Bundy je odrasli čovjek koji još uvijek sanja o školskim danima kad je bio nogometna zvijezda koja je postigla četiri pogotka u jednoj igri. To je primjer nekoga tko sanja u prošlosti.

Bogati otac rekao bi: "Osoba koja sanja u prošlosti je osoba čiji je život gotov. Ta osoba trebala bi stvoriti novi san u budućnosti kako bi nastavila živjeti."

Ne žive samo bivše nogometne zvijezde u prošlosti. Postoje mnogi ljudi koji još uvijek uživaju u svojim odličnim ocjenama, izboru za kralja ili kraljicu maturalne večeri, diplomi s dobrog univerziteta, svojem boravku u vojsci. Drugim riječima, najbolji dani su iza njih.

2. *Sanjari koji sanjaju male snove.*

Bogati otac rekao je: "Takvi sanjari sanjaju samo male snove jer žele biti sigurni da ih mogu postići. Problem je u tome što ih oni, iako znaju da ih mogu postići, to nikada ne čine."

Ovaj tip sanjara nisam baš shvaćao dok jednoga dana nisam pitao čovjeka: "Kad biste imali sav novac na svijetu, kuda biste otputovali?"

Odgovor je bio: "Otišao bih u Kaliforniju u posjet svojoj sestri. Nisam je vidio 14 godina i volio bih je vidjeti. Posebno prije no što njena djeca ne odrastu. To bi bio moj odmor iz snova."

Rekao sam: "Ali to bi vas koštalo oko 500 dolara. Zašto to ne učinite danas?"

"O, hoću, ali ne danas. Sada sam previše zaposlen."

Nakon susreta s tim čovjekom, shvatio sam da ovakvih sanjara ima više no što sam mislio. Oni žive sa snovima za koje znaju da ih mogu ostvariti, ali nikada se ne potrude da to i učine. Čujem kako kasnije u životu kažu: "Znate, trebao sam to učiniti prije više godina, ali nikada se nisam odlučio."

Moj bogati otac je rekao: "Ovaj tip sanjara je često najopasniji. Žive kao kornjače u svojim malim izoliranim sobama. Ako pokucate na ljušturu i provirite kroz otvor, oni

često nasrnu i ugrizu vas." Lekcija je - pustite da kornjače sanjaju svoje snove. Većina ne ide nikuda i to im je savršeno u redu.

3. Sanjari koji su ostvarili svoj san i nisu si postavili novi.

Jedan poznanik mi je jednom rekao: "Prije dvadeset godina sanjao sam kako ću postati liječnik. Postao sam to i sada mi je dosadno. Volim biti liječnik, ali nešto mi nedostaje."

To je primjer nekoga tko je uspješno ostvario svoj san i nastavlja živjeti u njemu. Dosada je obično znak da je vrijeme za novi san. Moj bogati otac rekao bi: "Mnogi ljudi rade u profesijama o kojima su sanjali u srednjoj školi. Problem je u tome što su prije mnogo godina završili školu. Vrijeme je za novi san i nove avanture."

4. Sanjari koji sanjaju velike snove ali nemaju plan kako ih ostvariti

...pa završe ne ostvarivši ništa. Mislim da svi znamo nekog iz te kategorije. To su ljudi koji govore: "Upravo sam dobio strašnu ideju. Da čuješ moj novi plan." Ili: "Ovaj put stvari će biti drugačije." Ili: "Okrećem novi list." Ili: "Radit ću više, otplatiti svoje dugove i investirati." Ili: "Upravo sam čuo da nova tvrtka dolazi u grad i traže nekog s mojim kvalifikacijama. To bi mogla biti moja velika šansa."

Moj bogati otac je rekao: "Vrlo malo ljudi sami ostvare svoje snove. Takvi ljudi često pokušaju mnogo, ali to rade sami. Trebali bi nastaviti sanjati velike snove, pronaći plan i tim koji će im pomoći ostvariti snove."

5. Sanjari koji sanjaju velike snove, ostvarivu ih i nastavljaju sarkati nove velike snove.

Mislim da većina nas želi biti takva osoba. Ja bih želio.

Jedna od najboljih stvari koja mi se dogodila dok sam analizirao neke mrežne marketinge bila je da sam otkrio da sanjam još veće snove. Posao potiče ljude da sanjaju velike

snove i ostvaruju ih. Mnogi tradicionalni poslovi ne žele da ljudi imaju vlastite snove.

Prečesto srećem ljude koji imaju prijatelje ili sami rade u biznisu koji ubija snove. Podržavam mrežni marketing jer se sastoji od ljudi koji žele da ljudi sanjaju velike snove i podržavaju ih u njihovom ostvarivanju.

Zaključimo

Ako ste osoba s velikim snovima i htjeli biste podržati druge u ostvarivanju velikih snova, mrežni marketing je sigurno za vas. Možete započeti u slobodno vrijeme, a kad vam biznis naraste, možete pomoći drugima da razviju svoj biznis. Biznis i ljudi koji pomažu drugima da ostvare svoje snove su vrijedna stvar.

Koji su vaši veliki snovi?

Sada biste trebali uzeti trenutak da razmislite, odsanjate i zapišete svoje snove. Slijedi mjesto na koje biste trebali zapisati svoje snove nakon što pogledate duboko u sebe.

Nakon što zapišete svoje snove, bilo bi dobro da o njima porazgovarate s nekim tko će vas podržati u tome da dobijete sve što želite. To može biti i osoba koja vam je dala ovu knjigu.

Malo dodatnih vrijednosti

Ovime završavam svoja poglavlja o onome što smatram osam skrivenih vrijednosti biznisa mrežnog marketinga. U dodacima se nalaze još tri "skrivenene vrijednosti". Tri vrlo važne žene u mojem životu nude ove tri dodatne "skrivenene

vrijednosti", vrijednosti koje one smatraju važnima za izgradnju biznisa.

Prva osoba je moja supruga Kim. Kim piše o vrijednosti braka i biznisa.

Druga osoba je moja poslovna partnerica i koautorica serijala Bogati otac, Sharon L. Lechter. Ona piše o učincima izgradnje obiteljskog biznisa. Njezin sin Phillip radi u tvrtki richdad.com i u velikoj mjeri je pridonio toj tvrtki. Ne samo da je on aktiva - Sharon, koja je briljantna poslovna žena imala je prednost toga što je imala više vremena za edukaciju svojeg sina i njegovo uvođenje u svijet biznisa.

Treća osoba je moj porezni strateg, Diane Kennedy. Diane govori o skrivenim vrijednostima prečica u poreznim zakonima koje nudi biznis mrežnog marketinga. Kao što svi znamo, porezi su nam najveći trošak u životu i ako možemo uštedjeti novac na porezima, to znači više novca za naš biznis, našu investiciju, naš život, nas same.

Dodaci

Vrijednost br. 9: Brak i biznis

Kim Kiyosaki

Robert i ja prvi put smo izašli u veljači 1984. u Honoluluu, na Havajima. Te večeri pitao me: "Što želiš raditi u životu." Rekla sam: "Želim imati vlastiti biznis." U to vrijeme, vodila sam jedan magazin u Honoluluu. Robert je rekao: "Ako želiš, podučit ću te onome što znam i onome čemu me podučio moj bogati otac." Unutar mjesec dana, pokrenuli smo novi (moj prvi) biznis.

Dizajnirali smo jedinstveni logo, prišili ga na majice i jakne i proputovali SAD prodajući naše proizvode. Prava svrha ovog biznisa bila je da nam otplati jednogodišnju edukaciju (pohađanje poslovnih seminara, sastanaka i konferencija diljem zemlje) dok smo se pripremali za pokretanje slijedećeg biznisa. Ispunili smo svoj jednogodišnji plan i zatvorili naš biznis s majicama i jaknama.

U prosincu 1984., prodali smo sve što smo imali na Havajima i preselili u Južnu Kaliforniju, te pokrenuli naš slijedeći biznis. Unutar 2 mjeseca, potrošili smo svu ušteđevinu koju smo imali. Ostali smo bez novca. Pokucali smo na vrata prijatelja i zamolili ih da prespavamo kod njih. Spavali smo na plaži. Ponekad smo spavali u staroj, posuđenoj Toyoti. Moja obitelj mislila je da smo poludjeli. Naši prijatelji mislili su da

smo poludjeli. Štoviše, ponekad smo i mi sami mislili da smo poludjeli.

Da budem iskrena, ne znam bismo li uspjeli da nismo imali jedno drugo. Bilo je noći kad smo bili zagrljeni - i na taj način se štitili od oluje. Jesam li bila uplašena? Jesam. Jesam li bila nesigurna? Da. Jesam li ponekad pomišljala da nećemo uspjeti? Apsolutno! Ipak, bili smo odlučni da nastavimo. I jesmo.

Ono što nas je tjeralo naprijed bila je naša odlučnost da izgradimo biznis, i što je još važnije, da se ne vraćamo na plaću. U tom trenutku bilo je lako pronaći posao. Međutim, za nas, to bi bilo vraćanje unatrag. Znali smo što hoćemo, i još jedino nismo bili sigurni kako ćemo to ostvariti. (Čini se da nam je to stalno prisutno u životima).

Bit je u tome da se nismo vratili. Ostali smo vjerni svojem snu. Izgradili smo svoj biznis - međunarodni biznis za edukaciju koji djeluje u 7 zemalja. Prodali smo taj biznis 1994. i danas provodimo vrijeme u investiranju i u biznisu s Bogatim ocem.

Ono što sam zaista željela

Međutim, postojala je jedna stvar koju nisam rekla Robertu na našem prvom izlasku. Ono što sam željela osim vlastitog biznisa bio je i partner/suprug koji će biti i moj poslovni partner. Izgradnja biznisa je zahtjevan posao. Htjela sam rasti zajedno sa svojim partnerom, ne udaljiti se od njega zato što se nikada ne vidimo, zato što imamo različite fokuse, ili zato što se krećemo u različitim smjerovima. Nisam htjela da budemo poput tolikih parova koji sjede u restoranima u tišini zato što nemaju o čemu razgovarati. Robert i ja vodili smo razgovore koji su bili uzbudljivi, frustrirajući, puni ljubavi, sukoba, ali uvijek smo imali mnogo tema za razgovor. A ono što mi je najvažnije jest da osobni rast koji proživljavam iz razvoja biznisa proživljavam zajedno s Robertom.

Osobni rast

Kad se osvrnem na tu prvu godinu našeg biznisa, rekla bih da nam je to bila najgora godina u životu. Stres je bio izniman, moje samopouzdanje je propatilo, a naša veza nije uvijek bila spokojna. Međutim, to je bila vjerojatno najbolja stvar koja nam se mogla dogoditi. Prolazak kroz ta teška vremena pomogao nam je da postanemo ono što smo danas. Rezultat toga je činjenica da smo Robert i ja danas mnogo snažniji, samopouzdaniji i pametniji. Osim toga, ljubav, poštovanje i radost našeg braka nadmašili su moje najluđe snove.

Zajednički rast

U industriji mrežnog marketinga, vidim mnoge parove koji zajednički grade biznis. Za mene, to je savršeni biznis za parove koji žele zajednički ući u biznis iz nekoliko razloga:

1. To je biznis koji oboje možete pokrenuti u slobodno vrijeme.
2. Sami određujete svoju satnicu.
3. Industrija podržava obitelji koje su zajedno u biznisu.
4. Mnogi od najuspješnijih ljudi u industriji su parovi.
5. Edukacija koju nude mnoge kompanije mrežnog marketinga omogućavaju parovima da zajedno uče i rastu.

To su velike prednosti za parove. Iskreno govoreći, biti u istom biznisu zajedno sa suprugom nije nužno najlakša stvar na svijetu. Da, Robert i ja imali smo svojih trenutaka, ali to nam je mnogo značilo. Zajedno smo izgradili nekoliko biznisa. Prije mnogo godina razgovarali smo i zaključili da bi bilo bolje da imamo svoje primarne biznise u različitim područjima.

Međutim, kad smo odvagali opcije, postalo je kristalno jasno da želimo graditi biznis zajedno, a ne odvojeno.

Za mene je važno da Robert i ja dijelimo zajedničke vrijednosti, ciljeve i misiju. Budući da uvijek učimo zajedno, zajedno i rastemo. Čak imamo i pravilo da, ukoliko jedno od nas pohađa edukativni seminar ili konferenciju, i drugo bude prisutno. Nama je zabavno to što uvijek razgovaramo o našim biznisima - pronalazimo načine da ih unaprijedimo, upoznamo nove ljude i istražimo nove ideje.

Zajednički rad s bračnim partnerom možda nije za svakoga. To priznajem. Međutim, za mene ne postoji nikakav drukčiji način.

Sve najbolje,
Kim Kiyosaki

Vrijednost br. 10: Obiteljski biznis

Sharon L. Lechter, O.J.R.

U knjizi *Poslovna škola za ljude koji vole pomagati drugima*, Robert i ja ističemo neke od primarnih prednosti pokretanja biznisa mrežnog marketinga.

1. Cijena pokretanja biznisa mrežnog marketinga je niska.
2. Većina kompanija ne zahtijeva nikakvu formalnu edukaciju ili diplomu kao kvalifikaciju za posao.
3. Industrija je otvorena za svakoga, bez obzira na spol, dob ili rasu.
4. Kompanije pružaju uhodane sustave, koji su već dokazali svoju uspješnost, i koje možete koristiti u izgradnji vašeg biznisa.
5. Mnoge kompanije osiguravaju vam dobre programe edukacije i obuke koji vam pomažu u postizanju uspjeha.
6. Postoje mentori, uspješni u biznisu, koji su spremni u tome da vam pomognu u vašem putovanju.
7. Biznis mrežnog marketinga možete pokrenuti u slobodno vrijeme i graditi ga zadržavši stalni posao.
8. Vlasnik biznisa ima na raspolaganju mnoge porezne olakšice, koje zaposlenici nemaju.

Postoji još jedna važna prednost, ili vrijednost biznisa mrežnog marketinga.

To je vrijednost koju uspješan biznis mrežnog marketinga donosi obitelji. Robert me zamolio da podijelim s vama svoje osobne stavove o vrijednosti za obitelj u svjetlu mojeg osobnog iskustva.

Moja obitelj

Obitelj mi je najvažnija stvar u životu. Moj suprug, Michael i naša djeca, Phillip, Shelly i Rick, centar su mojeg života. Međutim, dok smo u ranom razdoblju našeg braka Michael i ja postajali sve uspješniji u profesionalnom smislu, otkrili smo da provodimo sve manje i manje vremena s našom djecom zbog zahtjeva našeg posla. Oboje smo bili radoholičari i znali smo da moramo nešto promijeniti.

I dok je Michael radio sve duže i duže, ja sam pronašla način da radim kod kuće kako bih više vremena bila uz našu djecu. Imala sam sreće što sam mogla kombinirati svoje profesionalne ciljeve s majčinskom brigom. Na primjer, kad su moja djeca bila mala, bila sam zabrinuta što ih ne zanima čitanje, pa sam krenula u posao s prijateljem koji je izumio knjige koje govore za djecu.

Kad je naš najstariji sin Phillip otišao na koledž, i napravio dug na kreditnoj kartici prije prosinca tijekom svoje prve godine, bila sam shrvana. Smatrala sam da sam svoju djecu podučila o novcu, ali iskustvo mojeg sina pokazalo je da nisam dovoljno dobro napravila taj posao. Svoj sam fokus premjestila na uključivanje financijske edukacije u školski sustav.

Iako sam više bila kod kuće, mojoj djeci još je uvijek nedostajalo da provode više vremena s ocem, a on je propustio veći dio njihovog djetinjstva. Rijetko smo odlazili na obiteljska ljetovanja. Bili smo vrlo uspješni i obogatili smo se po konvencionalnim mjerilima, ali po cijenu vremena provedenog s obitelji. Mnogi, ako ne i većina naših prijatelja našla se u istoj situaciji. Što su bili uspješniji u profesionalnom smislu, manje

su imali vremena za obitelj. Svi smo mislili da je takav oblik obiteljskog života normalan.

Tri godine kasnije, Michael me upoznao s Robertom i sve se promijenilo.

Bogati otac i Lechteri

Radeći s Robertom na knjigama iz serijala Bogati otac, igrama i drugom materijalu, Michael i ja imali smo priliku u to uključiti i našu djecu, i vidjeti kako se njihov život u tom procesu dramatično mijenja. Ne samo da su naučili lekcije Bogatog oca koje su im pomogle u životu, već je i naša veza s djecom ojačala jer smo zajedno učili i radili. Ponosni smo što je Phillip postao važan dio tima Bogatog oca. Tako je dobro raditi s Philom i vidjeti kako raste u našoj kompaniji. Slijedeći lekcije Bogatog oca o tome kako treba raditi radi učenja, a ne radi zarade, Phillip je razvio iskustvo i znanje kojim će pomoći u prelasku kompanije na višu razinu. Međutim, osobna dobit jest to što su naše obiteljske veze zaista ojačale dok smo učili i radili u smjeru zajedničkog cilja.

Iskustvo dijeljenja poruke Bogatog oca s našom djecom i promatranje načina na koje ih usvajaju bilo je sjajno. To je postao naš obiteljski biznis.

Stvorite svoj vlastiti obiteljski biznis

Kakve to ima veze s mrežnim marketingom? Tijekom posljednjih nekoliko godina, imala sam priliku upoznati mnoge sjajne i uspješne ljude i obitelji u industriji mrežnog marketinga i otkrila sam mnoge kvalitete koje su im bile zajedničke:

1. Svi su bili usmjereni na obitelj.
2. Svi su cijenili slobodno vrijeme koje su mogli provoditi s obitelji zahvaljujući svojem uspjehu.
3. Djeca su učila prednosti biznisa mrežnog marketinga jer su ih iskusila s roditeljima.

4. Odlaze na mnogo više obiteljskih putovanja I ljetovanja no što smo mi ikada činili.
5. Djeca uče prednosti pasivnog prihoda i financijske edukacije u ranoj dobi.
6. Djeca često odluče da i sama sudjeluju u biznisu.
7. Mnogi postavljaju obiteljske ciljeve i zajedno rade prema zajedničkom cilju.
8. Često se događa da jedan roditelj zadržava svoj stalni posao, dok drugi počinje graditi biznis mrežnog marketinga.
9. Sama priroda industrije promovira obiteljsko zajedništvo.

Pravo bogatstvo mjeri se vremenom, a ne novcem

Nisam imala dovoljno vremena za svoju djecu dok su odrastali, a sad kad su odrasli, mogu cijeniti vrijednost usmjerenja na obitelji koju imaju uspješni ljudi u industriji mrežnog marketinga. Kakav je dar mogućnost da gradite svoj biznis ZAJEDNO sa svojom obitelji, umjesto ZA vašu obitelj!

Bogati otac definira bogatstvo kroz vrijeme, a ne kroz novac. Štoste uspješniji, imat ćete više vremena i više slobode za svoju obitelj.

Čestitam vam na izboru biznisa usmjerenog prema obitelji. Želim vam da vaša obitelj dobije darove ljubavi i zajedništva od vašeg uspjeha!

Sve najbolje,
Sharon Lechter

Vrijednost br. 11: Kako možete upotrijebiti iste porezne prečice koje koriste bogati

Diane Kennedy, O.J.R.

Čini li vam se da bogati imaju nepravednu prednost kad se radi o poreznim zakonima? To je vjerojatno zato što je stvarno imaju! Porezni zakoni napisani su kako bi promovirali dvije glavne aktivnosti - vlasništvo biznisa i investiranje u nekretnine. Najbolji način da iskoristite te porezne zakone jest da učinite ono što država traži od vas - da posjedujete biznis i investirate u nekretnine. To je ono što čine bogati.

Pokrenite biznis u slobodno vrijeme

Ne može svatko ostaviti svoj posao kako bi se potpuno posvetio izgradnji biznisa. Mnogi ljudi otkrili su da je ključ za dobivanje prihoda za izgradnju biznisa putem biznisa u slobodno vrijeme, kao što je mrežni marketing. Kad ste utvrdili (po državnim smjernicama) da imate biznis, možete početi koristiti svoje skrivene olakšice za biznis dok pretvarate tekuće osobne troškove u olakšice za biznis.

Prije svega, morate dokazati da imate pravi biznis. Porezna služba želi dobiti dokaz da stvarno posjedujete biznis, a ne tražite način da otpišete osobne troškove. Drugim riječima, oni žele znati što namjeravate s biznisom.

Kako biste bili sigurni da imate biznis, porezna služba želi vidjeti da:

1. Djelujete na način biznismena.
2. Posvećujete vrijeme i trud tome da učinite biznis profitabilnim.
3. Prihodi vam pružaju oslonac.
4. Gubici koje imate (ako ih imate) su normalni ili izvan vaše kontrole.
5. Uvodite promjene kako biste stekli profit.
6. Vi ili vaši savjetnici posjedujete znanje na tom području.
7. Imate iskustvo u stjecanju profita na takvom poslu ili imate razumna očekivanja profita iz budućeg rasta vrijednosti aktive.

Tijekom niza godina, dok vaš biznis raste, možete imati gubitke sve dok možete dokazati da se trudite da vam biznis uspije. Taj porezni gubitak od vašeg novog biznisa može se upotrijebiti za kompenzaciju drugih prihoda koje imate na povratu poreza.

Kako otkriti skrivene porezne odbitke od biznisa

Prave porezne prednosti od biznisa u slobodno vrijeme dolaze kada otkrijete skrivene odbitke od biznisa. Jedno pravilo je da nikada ne kupujete nešto samo radi odbitaka. Ako kupite nešto na što imate odbitak od 40%, a to nije nešto što biste normalno kupili, potrošili ste 60% svojeg novca. To nije zdravorazumska odluka u poreznom smislu!

Umjesto toga, potražite stvari koje ste već naveli kao troškove, a koji se mogu smatrati troškovima biznisa. Porezna služba objašnjava u svojem Zakonu o unutarnjim prihodima što se u biznisu može dobiti kroz odbitke:

"Svi uobičajeni i nužni troškovi nastali tijekom godine u vođenju biznisa bit će podložni odbicima."

Istraživanje cjelokupnog poreznog zakona daje nam slijedeće definicije:

Uobičajeni troškovi: Troškovi koji su normalni, očekivani i prihvaćeni u datim okolnostima od strane poslovne zajednice.

Nužni troškovi: Troškovi koji su prikladni i od pomoći.

Ključ za pronalaženje vaših skrivenih poreznih odbitaka jest pronalaženje svih troškova koji se uklapaju u te definicije. Neki uobičajeni primjeri su:

Kućni ured - ako imate prostoriju koja ima isključivo poslovne namjene i neki oblik regulirane poslovne aktivnosti, imate pravo na odbitak. Izračunajte iznos odbitka u postocima (poslovna upotreba u odnosu na ukupnu kvadraturu) za sve troškove vezane uz kuću.

Računalo i softver - Cijena vašeg računala i softvera koji koristite u biznisu podložna je odbicima. Ako ste svojim osobnim računalom učinili "doprinos" biznisu kad ste počeli, imajte na umu da vam biznis mora to kompenzirati.

Putovanja - Cijena putovanja vezanog uz biznis podložna je odbicima. To može uključivati sastanke sa svojim mentorima, mogućim kupcima, savjetnicima ili pohađanje seminara i tečaja.

Djeca - Uključite djecu u posao! Umjesto da im plaćate džeparac, možete im dati plaću za njihov zakoniti rad. Najbolje od svega bilo bi da vaša djeca pokrenu mirovinski plan kao što je Roth IRA, koji dozvoljava njihovim investicijama da rastu oslobođene poreza. Kako biste bili sigurni da su odbici legitimni:

1. Opis njihovih poslova stavite na papir.
2. Pratite broj njihovih radnih sati i
3. Plaćajte im razumnu plaću za rad koji vrše.

Sada, kupite nekretnine

Kada biznis počne stvarati dodatni pritek novca, počnite investirati u nekretnine. Sada do izražaja dolaze sve prednosti poreznih prečica! S investiranjima u nekretnine, možete stvoriti pasivni pritek novca. Taj pritek novca ulazi vam svaki mjesec u džep, ali se kompenzira smanjenjem vrijednosti, "fantomskim troškovima" u kojima nema novca. To znači da plaćate male ili nikakve poreze na novac koji dobivate. Što je najbolje, vaše bogatstvo raste kroz nekretnine i kroz vaš biznis.

Sve počinje s vašim biznisom. Te porezne prednosti jednostavno nisu na raspolaganju zaposlenicima. Promijenite način na koji zarađujete novac, ako želite promijeniti iznose poreza koje plaćate.

Krenite!

Diane Kennedy

Birani citati iz Poslovne škole

"Ako se želite obogatiti, morate biti vlasnik biznisa i investitor."

"Budući da se niste obogatili gradeći biznis mrežnog marketinga, zašto preporučate drugima da uđu u taj biznis? Zato što sam nisam stekao svoje bogatstvo kroz biznis mrežnog marketinga, mogu biti malo objektivniji po pitanju te industrije. Ova knjiga opisuje ono što ja vidim kao prave vrijednosti biznisa mrežnog marketinga, vrijednost koja ide dalje od potencijalne zarade novca. Napokon sam otkrio posao sa srcem i dubokom brigom za ljude."

"Kad bih morao krenuti iznova, umjesto da gradim staromodni biznis, počeo bih graditi biznis mrežnog marketinga."

"Biznis mrežnog marketinga je nov, revolucionaran način stjecanja bogatstva."

"Najbogatiji ljudi na svijetu grade mreže. Svi drugi se obučavaju za traženje posla."

"Mrežni marketing daje milijunima ljudi diljem svijeta priliku da preuzmu kontrolu nad svojim životima i svojom financijskom budućnošću."

"Biznis mrežnog marketinga je biznis s ljudima koji su tamo da vam pomognu da se obogatite."

"Sustavi mrežnog marketinga pošteniji su od ranijih sustava za stjecanje bogatstva."

"Sustav mrežnog marketinga, sustav koji ja često nazivam *osobna franšiza* ili *nevidljiva mreža velikog biznisa*, vrlo je demokratski način stvaranja bogatstva. Sustav je otvoren za svakoga tko ima motivaciju, odlučnost i upornost."

"Mnoge kompanije u industriji mrežnog marketinga nude milijunima ljudi istu poslovnu edukaciju kojoj me podučio moj bogati otac - priliku izgradnje vlastite mreže umjesto prilike da provedem život radeći za mrežu."

"Industrija mrežnog marketinga raste brže od franšiza ili tradicionalnih velikih biznisa."

"Biznis mrežnog marketinga je za one ljude koji žele ući u svijet B kvadranta, bilo u slobodno vrijeme ili puno radno vrijeme."

"Jednostavno rečeno, biznis mrežnog marketinga, sa svojim niskim troškovima ulaska i odličnim programima obuke, ideja je čije je vrijeme došlo."

"U biznisu mrežnog marketinga postoji mnogo više toga od obične prilike za zaradu dodatnog novca."

"Biznis mrežnog marketinga je savršeni biznis za ljude koji vole pomagati drugima."

"Preporučam biznis mrežnog marketinga zbog njegovog sustava edukacije koji mijenja život."

"Mnoge kompanije u industriji mrežnog marketinga zapravo su poslovne škole za ljude, umjesto poslovnih škola koje uzimaju pametnu djecu i obuče ih da budu zaposlenici bogatih."

"Mnoge kompanije mrežnog marketinga zapravo su poslovne škole koje podučavaju vrijednosti kojih nema u tradicionalnim poslovnim školama, vrijednost kao što je činjenica da je najbolji način za bogaćenje podučavanje sebe i drugih ljudi da postanu vlasnici biznisa, umjesto da ih podučavate da budu lojalni zaposlenici koji rade za bogate."

"Biznisi mrežnog marketinga su poslovne škole za ljude koji žele naučiti stvarne vještine poduzetnika, a ne vještine zaposlenika koji želi postati visoko plaćeni menadžer srednje razine u korporacijskom svijetu."

"Biznis mrežnog marketinga temelji se na voditeljima koji ljude povlače prema gore, dok je tradicionalan korporacijski ili državni biznis utemeljen na promociji nekolicine i održavanja mase zaposlenika zadovoljnih sa stalnim plaćama."

"U kompanijama mrežnog marketinga otkrio sam edukacijski sustav osmišljen tako da izvuče bogatu osobu iz vas."

"U svijetu mrežnog marketinga, potiču vas da učite tako što griješite, ispravljate greške i postajete pametniji u mentalnom i emocionalnom smislu."

"Ako volite voditi druge putem podučavanja i utjecati na druge tako da pronađu vlastiti svijet financijskog obilja a da ne moraju pobijediti konkurenciju, biznis mrežnog marketinga mogao bi biti dobar izbor za vas."

"Ako ste osoba koja se boji grešaka i neuspjeha, vjerujem da je biznis mrežnog marketinga s odličnim edukacijskim programom naročito dobar za vas."

"Jedna od ljepota mrežnog marketinga je u tome što vam daje priliku da se suočite sa svojim strahovima, prevladate ih i dopustite pobjedniku u vama da pobijedi."

"Biznis mrežnog marketinga potiče ljude da sanjaju i ostvaruju velike snove."

"Biznis mrežnog marketinga pruža podršku velike grupe ljudi koji razmišljaju na sličan način, ljudi s istim temeljnim vrijednostima, vrijednostima B kvadranta, koji vam pomažu u prijelazu u B kvadrant."

"Nakon što izgradite svoj biznis i ostvarite snažan prtok novca, možete početi investirati u drugu aktivu."

O Autorima

ROBERT T. KIYOSAKI

Rođen i odrastao na Havajima, Robert T. Kiyosaki pripada četvrtoj generaciji američkih Japanaca. Nakon završenog koledža u New Yorku, ušao je u marine i otišao u Vijetnam kao časnik i pilot helikoptera topovnjače.

Vrativši se iz rata, Robert se zaposlio u korporaciji Xerox, a 1977. osnovao tvrtku koja je na tržište izbacila prve najlonske novčanike za surfere Velcro. Nadalje, 1985. osnovao je međunarodnu edukacijsku kompaniju koja je biznisu i investiranju podučavala desetke tisuća studenata diljem svijeta.

1994. godine, Robert je prodao svoj biznis i umirovio se u dobi od 47 godina. Tijekom svoje kratke mirovine, u suradnji sa svojom koautoricom i poslovnom partnericom Sharon L. Lechter, O.J.R., napisao je knjigu *Bogati otac, siromašni otac*. Uskoro nakon toga napisao je i *Kvadrant protoka novca Bogatog oca, Vodič bogatog oca u investiranje, Bogato dijete, pametno dijete, Umirovite se mladi i bogati i Proročanstva bogatog oca*. Sve te knjige bile su na popisima uspješnica *Wall Street Journala*, *Business Week-a*, *The New York Timesa*, *USA Today*, *E.Trade.com-a*, *amazon.com-a* i drugih.

Robert je također stvorio edukacijsku igru PROTOK NOVCA kako bi ljude naučio iste financijske strategije koje je njegov bogati otac godinama učio njega, iste strategije koje su mu omogućile da se umirovi u 47. godini života.

2001. godine izašla je prva knjiga iz serijala Savjetnici Bogatog oca. Taj tim profesionalaca podržava Robertovo vjerovanje da su "biznis i investiranje timski sportovi". Robertovim riječima: "Idemo u školu kako bismo naučili naporno raditi za novac. Ja pišem knjige i stvaram proizvode

koji podučavaju ljude kako postići da novac radi za njih. Tada mogu uživati u luksuzima ovog sjajnog svijeta u kojem živimo."

Organizacija Bogati otac je proizvod zajedničkog truda Roberta i Kim Kiyosaki i Sharon Lechter koji su 1996. krenuli na putovanje koje će im pružiti mogućnost da utječu na financijsku pismenost ljudi diljem svijeta i pronesu misiju Bogatog oca i u najudaljenije krajeve.

KIM KIYOSAKI

Kim Kiyosaki ušla je u poslovni svijet na položaju u vrhunskoj reklamnoj agenciji iz Honolulua i do svoje 25 godine vodila je magazin koji je služio poslovnoj zajednici Honolulua. Poduzetnički duh Kim uskoro je izronio i dvije godine kasnije pokrenula je svoj prvi biznis: kompaniju za odjeću s nacionalnom distribucijom.

Nedugo nakon pokretanja te kompanije, Kim se pridružila Robertu T. Kiyosakiju kao partnerica u kompaniji koja je podučavala poduzetništvo diljem svijeta. Taj biznis porastao je na 11 ureda u 7 zemalja, i predstavljao poslovne seminare desetinama tisuća polaznika.

1989. Kim je započela svoju karijeru investitora u nekretnine kupnjom male kuće za iznajmljivanje u Portlandu, Oregon. Danas, njezina kompanija za investiranje u nekretnine kupuje, prodaje i upravlja vlasništvom vrijednim milijune dolara. Kim snažno zastupa i potiče ulazak žena u svijet investiranja. Prema njoj: "Investiranje može žene dovesti do slobode - slobode da nikada ne moraju biti ovisne o nekom u financijskom smislu."

Kim i Robert, koji su se vjenčali 1984., prodali su svoj biznis za edukacijske seminare 1994. i "umirovili se". 1997., Kim i Robert - s partnericom i koautoricom Bogatog oca Sharon Lechter - osnovali su kompaniju koja će pronijeti poruku i misiju Bogatog oca o financijskoj pismenosti - putem knjiga, igara i drugih edukativnih oruđa - do međunarodnog priznanja.

Organizacija Bogati otac je proizvod zajedničkog truda Roberta i Kim Kiyosaki i Sharon Lechter koji su 1996. krenuli na putovanje koje će im pružiti mogućnost da utječu na financijsku pismenost ljudi diljem svijeta i pronesu misiju Bogatog oca i u najudaljenije krajeve.

SHARON L. LECHTER, O.J.R.

Ovlašteni javni računovođa (OJR), koautorica serijala Bogati otac i direktor i suosnivač CASHFLOW Technologies, Inc, Sharon Lechter posvetila je svoj profesionalni život polju edukacije. Diplomirala je računovodstvo s pohvalom na Državnom sveučilištu Floride. Pridružila se Coopers & Lybrandu, jednoj od tadašnjih osam velikih računovodstvenih tvrtki i popela se do menadžerskog položaja na područjima računala, osiguranja i izdavaštva, zadržavajući svoje profesionalne privilegije kao ovlašteni javni računovođa.

Sharon je sretno udana za Michaela Lechtera preko 20 godina i ima troje djece, Phillipa, Shelly i Williama. Dok su joj djeca odrastala, žustro se uključila u njihovu edukaciju i uvijek je zauzimala vodeće položaje u njihovim školama. Postala je aktivist u područjima matematike, računarstva i učenja čitanja i pisanja.

Bila je oduševljena kad se 1989. mogla pridružiti izumitelju prve elektroničke "knjige koja govori" i pomoći u širenju industrije elektroničkih knjiga na multimilijunsko internacionalno tržište. Danas je pionir u razvoju novih tehnologija za vraćanje edukacije u život djece.

"Naš trenutačni edukacijski sustav nije sposoban držati korak s globalnim i tehnološkim promjenama u svijetu. Moramo podučavati mlade ljude vještinama, školskim i financijskim, koje će trebati ne samo za preživljavanje, već i za napredovanje u svijetu s kojim su suočeni."

Kao aktivan filantrop, Sharon "vraća" dug društvu kao volonter i kao donator. Vodi Fondaciju za financijsku pismenost i direktor je odbora Dječje pomoći SAD za Arizonu, nacionalne organizacije formirane s ciljem iskorjenjivanja zlostavljanja djece u SAD-u. Kao aktivan član organizacije žena-predsjednica, uživa u kontaktima s drugim profesionalkama u cijeloj zemlji.

Robert Kiyosaki, autor knjiga *Bogati otac i njezin partner* kaže za nju: "Sharon je jedna od rijetkih prirodno talentiranih poduzetnica koje sam upoznao. Moje poštovanje za nju raste sa svakim danom našeg zajedničkog rada."

Organizacija *Bogati otac* je proizvod zajedničkog truda Roberta i Kim Kiyosaki i Sharon Lechter koji su 1996. krenuli na putovanje koje će im pružiti mogućnost da utječu na financijsku pismenost ljudi diljem svijeta i pronesu misiju *Bogatog oca* i u najudaljenije krajeve.

DIANE KENNEDY

Diane Kennedy, O.J.R., koautorica je knjige *Porezne prečice za nekretnine* i autorica uspješnice *Prečice bogatih - kako bogati zakonito zarađuju više novca i plaćaju manje poreze* u serijalu *Savjetnici Bogatog oca*. Ona je također osnivač i vlasnik DKA (D Kennedy i suradnici), DKAdvisors i TaxCents, kao i brojnih kompanija za investiranje u nekretnine. Kroz sve te kompanije, Diane je gradila svoju reputaciju preko 20 godina educirajući druge o poreznim prečicama koje su zakonito dostupne svima. Diane je visoko cijenjena od strane svojih kolega i koautor je dva sveučilišna priručnika o računovodstvu i računalima, kao i knjige o korporacijskim porezima. Nastupala je na CNN-u, CNNfn-u, Bloomberg TV-u i radio emisijama. Diane je možda najpoznatija po svojoj suradnji s Robertom T. Kiyosakijem, kao jedan od njegovih izabranih *Savjetnika Bogatog oca*. Diane poznaje tajne koje bogati koriste kako bi smanjili poreze i otkriva ih svima na jednostavan način.

BLAIR SINGER

Blair Singer jedan od vrhunskih pisaca, govornika i facilitatora osobne i organizacijske promjene ponašanja u današnjem poslovnom svijetu. On je osnivač i predsjednik tvrtke Blair Singer Accelerated Training, koja je međunarodno priznata. Blair je osnivač SalesDogs-s, metodologije koja nudi uspjeh u prodaji koji mijenja život i koji je pomogao tisućama da povećaju svoje prihode u prodaji.

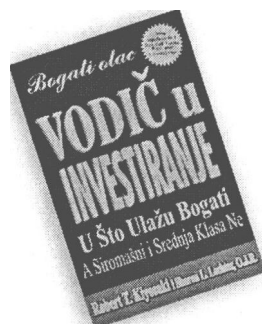
Kao bivši vodeći prodavač u Burroughsu, sada UNISYS-u, Blair je bio i vrhunski prodavač softvera, uređaja za računovodstvo, kao i zračno-prijevoznčkih usluga i logistike, u korporacijama i kao vlasnik biznisa. Od 1987., radio je s desecima tisuća pojedinaca i organizacija diljem svijeta, u rasponu od kompanija iz *Fortune 500* do skupina nezavisnih prodajnih agenata i pripadnika mrežnih marketinga, pomagao im u postizanju iznimnih razina prodaje, vrhunskih rezultata, produktivnosti i pritoka novca. Blair je dugogodišnji prijatelj Roberta T. Kiyosakija i, kao jedan od izabranih Savjetnika Bogatog oca, predaje vještinu br. 1 za uspjeh u biznisu: prodaju.

Resursi bogatog oca

SERIJAL KNJIGA BOGATI OTAC, MEĐUNARODNE USPJEŠNICE

Vodič bogatog oca u investiranje

U što bogati investiraju, a siromašni i srednja klasa ne? Naučite kako primijeniti tehnike bogatih kako biste stvorili i povećali vlastito bogatstvo.

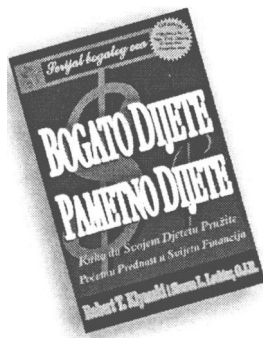


Vodič bogatog oca u investiranje raspravlja o stvarima u koje bogati investiraju, a siromašni i srednja klasa ne. Robert pruža pogled na investiranje sa stajališta unutarnjeg investitora i govori o tome kako bogati pronalaze najbolje investicije i kako možete primijeniti tehnike bogatih kako biste stvorili vlastito bogatstvo.

Bogato dijete, pametno dijete

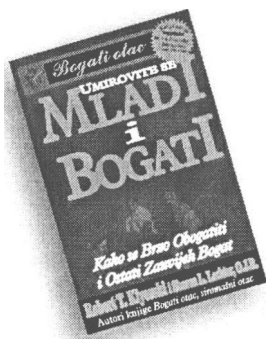
Pružite svojem djetetu početnu financijsku prednost. Probudite djetetovu ljubav prema učenju načina kako može postati financijski slobodno. Zamislite rezultate koje ćete vidjeti ako počne dovoljno rano!

Ova knjiga napisana je za roditelje koji cijene edukaciju, žele pružiti svojoj djeci financijsku i



akademsku početnu prednost u životu i voljni su prihvatiti aktivnu ulogu u ostvarenju toga. *Bogato dijete, pametno dijete* osmišljeno je tako da vam pomogne da pružite svojem djetetu isto onakvo inspirativno i praktično financijsko znanje kakvo je Robertov bogati otac dao njemu. Naučite kako probuditi ljubav prema učenju kod vašeg djeteta.

Umirovite se mladi, umirovite se bogati



Snažna osobna priča o tome kako su Robert i Kim Kiyosaki počeli ni iz čega i umirovili se financijski slobodni za manje od 10 godina. Ako ne planirate raditi naporno do kraja života, ovo je knjiga za vas.

Ako ste umorni od istih starih savjeta o investiranju kao što su: "Budite strpljivi", "Investirajte dugoročno", i "Investirajte u različite stvari", - ovo je knjiga za vas.

Robert detaljno objašnjava moć poluge. Kako polugom potpomoći vaš um, vaše financijske planove, vaše akcije i što je najvažnije, vaše prve korake prema financijskoj slobodi.

Naučit ćete tehnike bogatog oca koristeći se polugom da izgradite financijsku sigurnost, a na kraju ostvarite život kakav želite.

Proročanstvo bogatog oca

Zašto najveći krah tržišta dionica u povijesti tek dolazi... I kako se možete pripremiti za njega i profitirati!

U šestoj knjizi iz serijala Bogati otac, Robert Kiyosaki predviđa neizbježnu financijsku krizu koja će pogoditi SAD kad 83 milijuna pripadnika generacije populacijske eksplozije ode u mirovinu i ponese sa sobom takvu količinu štednje da će se



tržište sigurno srušiti. A u to nije uračunato već labavo stanje tržišta dionica u kojem velike kompanije padaju i obaraju Dow. No, *Proročanstvo* nije knjiga o neizbježnom usudu i propasti, već o neizbježnom usudu i uspjehu, sa sigurnim strategijama koje su osmišljene tako da se izbjegne katastrofa u nadolazećoj krizi.

**Kako biste naručili resurse Bogatog oca, posjetite:
www.richdad.com**

Saznajte više na:

CASHFLOW Technologies, Inc.
4330 N. Civic Center Plaza, Suite 101
Scottsdale, Arizona 85251
USA
(800) 308-3585 ili (480) 998-6971
Fax: (480) 348-1349
e-mail: info@richdad.com

Australija/Novi Zeland:

Bogati otac Australija
4-6 Mentmore Avenue
Rosebery NSW 2018 Australia
Tel: 1300 660 020 i
Fax: 1 300 301 998
e-mail: info@richdad.com.au

KATARINA ZRINSKI d.o.o., Varaždin
Moslavačka 9, tel.: 042/241-000, fax: 042/241-828

Lektura i korektura: Sanja Đurin

Prijelom: Sanja Đurin

Grafička priprema: **KATARINA ZRINSKI d.o.o., Varaždin**

Naklada: 1000 primjeraka

Tisak: Tiskara Zelina d.d.

• ***Klub prijatelja knjige*** •

www.kz.hr

Moslavačka 9, Varaždin
Tel: 042/241-000
Fax: 042/ 241-828
E-mail: info@kz.hr
www.kz.hr

NOVO
IZDANJE!

POSLOV ŠKO

PRIJEVOD DRUGOG

ZA LJUDE KOJI VOLE PO

U ovom drugom izdanju svoje uspješnice, Robert T. Kiyosaki obnavlja i siri svojih originalnih osam "skrivenih vrijednosti" biznisa mrežnog marketinga (pored zaradivanja novca!) Poseban bonus tri dodatne "skrivenene vrijednosti" od Kim Kiyosaki, Sharon Lechter i Diane Kennedy.

Robert objašnjava da je izgradnja biznisa mrežnog marketinga...

- ... revolucionaran način za stjecanje bogatstva.
- ... omogućava svakome da stekne veliko bogatstvo.
- ... otvorena za svakoga tko ima motivaciju, odlučnost i upornost.

"Budući da ja nisam stekao svoje bogatstvo izgradnjom biznisa mrežnog marketinga, mogu biti malo objektivniji o toj industriji. Ova knjiga opisuje ono što ja vidim kao prave vrijednosti biznisa mrežnog marketinga - vrijednosti koje idu dalje od moguće zarade mnogo novca. Napokon sam pronašao biznis sa srcem."

Robert T. Kiyosaki



Robert T. Kiyosaki, nakon što se umirovio u dobi od 47 godina, napisao je serijal uspješnica *Bogati otac, siromašni otac* o tome kako postati finansijski slobodan. On je suosnivač CASHFLOW[®] technologies, Inc, kao i multimilijunaš investitor, vlasnik biznisa, edukator i govornik.



Sharon L. Lechter, O.J.R, je koautora serije uspješnica *Bogati otac, siromašni otac* o tome kako postati finansijski slobodan. Ona je predsjednik i suosnivač CASHFLOW[®] Technologies, Inc. Aktivno se bavi filantropijom, i vodi aktivnosti za poboljšanje obrazovanja djece.



Serijal bogatog oca

Od autora *Bogatog oca, siromašnog oca* uspješnice br. 1 *New York Timesa*, *Wall Street Journala*, *Business Week-a*, i poslovna uspješnica br.1 *USA Today*

ISBN 953-236-042-5



9 789532 360424



KATARINA ZRINSKI
Izdavač ARADŽDIN

•Klub prijatelja knjige

www.kz.hr
042/241-899