

ПОЛ ЗЕЙН ПИЛЗЕР – СЛЕДУЮЩИЕ МИЛЛИОНЕРЫ

Когда мы вошли во вторую половину этой декады, то увидели слияние ведущих экономических тенденций в одну огромную возможность для тех людей, которые занимаются домашним бизнесом. Кроме того, эта возможность распахнула свои двери не просто для тысяч людей, но буквально для миллионов частных предпринимателей. Эта экономическая возможность представлена двумя новейшими индустриями: индустрией здорового образа жизни и сетевого маркетинга.

Индустрия здорового образа жизни, которая 15 лет назад только зарождалась, за ближайшие пять лет станет новой триллионнодолларовой индустрией.

Сетевой маркетинг, который благотворно повлиял на мощное развитие домашнего бизнеса, станет главной движущей силой появления десяти миллионов новых миллионеров за следующие 10 лет.

Любая из этих двух новых тенденций представляет собой экстраординарную возможность для предпринимателей по созданию богатства в будущие годы. Но вместе эти две основные движущие силы создают одну величайшую предпринимательскую возможность в истории.

Первые пионеры индустрии здорового образа жизни и сетевого маркетинга руководствовались чувством, что возможно создать лучшую жизнь вместо той, которая нам предлагается – с лучшим здоровьем и финансовым благополучием соответственно. "Альтернатива" вчерашнего дня становится мощной экономической силой сегодняшних и завтрашних дней. Давайте посмотрим, как это произошло, и что это означает для Вашего экономического будущего. Для начала рассмотрим, откуда появилась индустрия здорового образа жизни.

Эпидемия ожирения

В прошлом мы всегда ассоциировали бедность с худыми, практически умирающими от голода людьми. Когда я был молодым, я хотел вырасти и стать "толстым богатым человеком". Однако сегодня положение дел изменилось: слова "бедный" и "толстый" стали синонимами, а выражение "толстый богатый человек" парадоксом. На протяжении многих веков только богатые землевладельцы имели полное телосложение. Сегодня, чем ниже доход населения, тем больше мы видим полных людей, и чем выше доход, тем больше мы видим худых и стройных, независимо от их возраста.

В США с 1980 года количество полных и тучных людей увеличилось в два раза. В 1980 году 15% населения были тучными людьми, в 2000 году эта цифра подскочила до 27% – это 77 миллионов людей с диагнозом клинического ожирения! Сегодня 61% населения США имеют лишний вес и постепенно двигаются к ожирению, которое увеличилось с 10% до 30%. В результате 18 миллионов американцев болеют диабетом, а 41 миллион людей за 40 лет имеют преддиабетовое состояние. Большинство людей с преддиабетовым состоянием получают вторую степень диабета за следующие 10 лет. 65% диабетиков умирают от сердечных болезней или инсультов, а медицинские затраты на лечение диабета теперь превышают 100 миллиардов долларов в год.

Кроме того, лишний вес и ожирение являются синонимами нехватки питательных веществ. Обычно тучный человек испытывает недостаток витаминов и страдает от хронической усталости, артрита и других недомоганий, которые связаны с нехваткой питательных веществ в питании. Наша индустрия питания, которая делает около 1 триллиона долларов ежегодно, только усугубляет эту проблему.

Но как же наше здравоохранение? По правде говоря, то, что мы называем "здравоохранением" по сути им не является – это не бизнес здоровья, а бизнес болезней. Сегодняшняя медицинская индустрия очень мало делает для нашего здоровья. Те 2 триллиона долларов, которые мы тратим на медицинское обслуживание, что представляет собой 1/6 всей экономики США, идут исключительно на устранение симптомов болезни. Медицина практически ничего не делает с предотвращением болезни или укреплением здоровья людей. Эти две триллионнодолларовые индустрии – индустрия питания и "здравоохранения" – подкармливают друг друга достаточно коварным способом, дружно работая над поддержанием ужасающего числа (61%) людей с лишним весом.

Революция здорового образа жизни

Глядя на эти цифры, некоторые люди могут подумать, что скоро в США все люди будут иметь лишний вес или ожирение, но это не так. Несмотря на серьезность сложившейся ситуации, растет новый и позитивный экономический сектор. 39% населения США, которые не страдают от лишнего веса, включает около 10-15 миллионов американцев, которые с возрастом становятся все более здоровыми и сильными.

Эти люди представляют новый и растущий экономический сектор. Это изначально здоровые люди, которые по мере роста их финансового благополучия начинают искать пути укрепления своего здоровья – и они делают это без помощи медицины. Они ходят в фитнес-клубы, следят за своим рационом питания, употребляют достаточное количество витаминов и минералов, покупают пищевые добавки и другие продукты, которые поддерживают здоровый образ жизни. Они представляют растущий сектор экономики, живущий самой здоровой жизнью, чем кто бы то ни было в истории человечества.

Сегодня, например, эти люди тратят около 70 миллиардов долларов в год на витамины и пищевые добавки.

Начиная с витаминизированных и антиоксидантных продуктов и заканчивая клубами здоровья и тренерами по фитнесу, все эти капиталовложения делаются в индустрию, которую я называю wellness (индустрия здорового образа жизни). Я определяю "wellness" как те деньги, которые Вы тратите для того, чтобы чувствовать себя здоровее, даже если Вы ничем не болеете по стандартным медицинским показателям.

Кто эти люди? Большинство из них "бэби-бумеры": процветающие люди в возрасте от 40 до 60 лет. "Бэби-бумеры" являются первым поколением в истории, которое отказалось от слепого примирения с наступающим старением. Они представляют собой мощную экономическую силу; они составляют только 28% населения США, хотя в руках этих людей сосредоточено 50% всех денег. Раньше "бэби-бумеры" покупали все, что им напоминает об их молодости, но теперь они делают следующий шаг. Теперь "бэби-бумеры" покупают то, что на самом деле делает их молодыми!

И эта индустрия только зарождается: большинство людей даже не знают о том, что такие продукты существуют, и чем больше "бэби-бумеров" узнают об индустрии здорового образа жизни, тем больше расширяется этот сектор. В 2000 году, когда я только начинал изучать эту тенденцию, то был ошеломлен тем открытием, что в Америке индустрия здорового образа жизни уже делает 200 миллиардов долларов. Только пять лет спустя эта цифра удвоилась и достигла 400 миллиардов долларов! В 2010 году, уже через 5 лет, эта индустрия станет следующей триллионнодолларовой индустрией.

Сетевой маркетинг: экономическая сторона здорового образа жизни

Реальное значение и влияние революции здорового образа жизни выходит за рамки прожитых лет. Это больше, чем просто изменение в нашем здоровье и благополучии – это настоящий квантовый скачок в наших главных надеждах. Мы не просто хотим прожить больше лет – мы хотим прожить эти годы еще лучше.

Это изменение в ожиданиях является сильным способствующим фактором в сетевом маркетинге. Это новая экономика и обычного вознаграждения нам не достаточно. Сегодня люди требуют улучшения качества вознаграждения. Нам не просто нужны деньги, мы хотим жить более качественно. Сегодня работающие люди понимают, что неважно, сколько денег Вы зарабатываете, если Вы редко видите семью и детей или жертвуете своим здоровьем ради работы.

Этого требования не существовало в прошлом. Во время индустриального века вопрос "Вы действительно счастливы в своей жизни?" воспринимался большинством людей как нонсенс. "Счастлив?! Что за вопрос! Я делаю деньги". Сегодня мы хотим большего. Наша экономика и жизненные стандарты выросли до такого уровня, когда мы можем жить не просто ради выживания, но хотим прожить свою жизнь самым лучшим образом. Мы не хотим жертвовать своей семьей ради работы или карьеры.

Так как "бэби-бумеры" хотят быть моложе и здоровее, они хотят иметь также экономическую свободу, чтобы наслаждаться этим здоровьем. Мы не просто хотим деньги – мы хотим лучшие деньги. И есть одна форма предпринимательства, которая идеально подходит под это описание: сетевой маркетинг.

Обычное выражение дистрибьюторов сетевых компаний – "Вы работаете, когда хотите, как хотите и с кем хотите" – выражает реальную ценность этого бизнеса, основанного на помощи другим людям в достижении успеха, создавая наиболее привлекательную возможность для бизнесменов XXI века. Я вижу больше друзей и семей в сетевом маркетинге, чем в любом другом секторе экономики.

Сетевой маркетинг неуклонно рос в течение последних десятилетий, а за последние 10 лет вырос на 91%. В него вовлечено 13 миллионов американцев и 53 миллиона людей по всему миру, и сегодня он ежегодно делает 100 миллиардов долларов. Еще более впечатляет то, что настоящий рост сетевого маркетинга еще только начался.

Сегодня меньше 1% населения вовлечено в сетевой маркетинг, и только в США каждую неделю в него вливается 175,000 новых участников. Согласно Нилу Оффену, президенту Ассоциации Прямых Продаж, этот показатель увеличивается, и около 200 миллионов людей войдут в эту индустрию в течение ближайших 10 лет, что утроит общее количество дистрибьюторов. Другими словами, сетевой маркетинг уже является силой, с которой нужно считаться, но его взрывной рост еще впереди.

Общая картина

Давайте рассмотрим эти две тенденции – индустрию здорового образа жизни и сетевой маркетинг – в перспективе контекста общей экономики.

В 1989 году в начале наихудшего периода экономического спада до Великой Депрессии в 1930 годах, большинство экспертов предсказывали десятилетия экономического мрака. Наиболее популярная книга в США называлась "Великая Депрессия 1990 годов". В этом году я написал книгу, называющуюся "Безграничное богатство", в которой предсказывалось прямо противоположное: мы вошли в эру беспрецедентного роста и возможностей, и те, кто это понял, получили огромную выгоду.

Многие финансовые и бизнес-сообщества не доверяли сказанному в книге до тех пор, пока годы не прошли и прогнозы не начали сбываться. Но были и те, кто быстро осознал ее значение, включая Сэма Уолта, и, что интересно, участники сетевого бизнеса, которые получили мое послание и отреагировали немедленно.

С 1991 по 2001 годы мировая экономика увеличилась в два раза и достигла высочайших отметок с низкими процентными ставками и низким уровнем инфляции. В США доходы семей утроились и выросли с 13 триллионов долларов в 1991 году до 40 триллионов долларов в 2001 году. За эти же 10 лет количество миллионеров в США удвоилось, увеличившись с 3,6 миллионов в 1991 году до 7,2 миллионов в 2001 году.

После экономического краха в 2001 году многие люди почувствовали, что упустили шанс, который у них был в 90-е годы. Поэтому всего за несколько лет со дня катастрофы 9 сентября 2001 года, доход американских семей увеличился на 8 триллионов долларов с 48 триллионов, что составляет 20%!

Сегодня американская и мировая экономики находятся в таком же положении, как в 1991 году, за исключением того, что сейчас больше возможностей для предпринимателей благодаря изменениям в технологии и налогообложении. Основываясь на истории и современных возможностях, я предполагаю, что доход американских семей удвоится в следующие 10 лет и достигнет отметки 100 триллионов долларов к 2016 году.

На самом деле это довольно консервативный прогноз, учитывая то, что благосостояние американских семей удвоится за следующие 10 лет, он утроился с 1990 года. Еще более поразительным, чем этот чистый прирост, является природа этого роста, потому что по пути создания дополнительных 52 триллионов долларов мы увидим создание более 10 миллионов новых миллионеров!

Следующие миллионеры

Кто будут эти миллионеры? Многие из них заработают свои состояния в сетевом маркетинге.

Малый бизнес сегодня производит более половины национального продукта США и задействует более половины рабочего сектора, причем половина из них занимаются домашним бизнесом. В прошлом было рискованнее заниматься бизнесом самостоятельно, нежели работать на кого-то другого. Теперь это уже не так. Недавние изменения в налогообложении уравнили эти области. Более того, преимущество в пользу индивидуальных предпринимателей! Конгресс выразил это следующими словами: "Сегодня люди хотят работать из дома. Теперь они это могут".

Огромные корпорации пропустили вперед независимых контрактников и свободных предпринимателей. В действительности мы побеждаем эти огромные корпорации, потому что обычные люди становятся богатыми: число миллионеров увеличивается. В прошлом у Вас не было шансов разбогатеть, потому что миром правили большие корпорации. Деньги делали Асторы, Вандербильцы, Рокфеллеры, но не Вы... Но, начиная с 90-х годов, 3,6 миллионов людей пошли дальше и заработали свои состояния.

Теперь давайте вернемся к прогнозу о 100 триллионах долларов к 2016 году (помните, это только консервативный прогноз). Откуда возьмутся эти 52 триллиона? Конечно, основную часть этих денег заработают те богатые люди, которые станут еще богаче. Но, по крайней мере, 20% от этого – 10 триллионов или больше – будет заработано новыми миллионерами. Эти 10 триллионов долларов достанутся 10 миллионам новых миллионеров. И большая часть их будет представлена дистрибьюторами сетевых компаний, продвигающих продукты и услуги для здорового образа жизни.

Великие религии мира стали великими отчасти из-за обращения к вековым потребностям своих последователей. На самом деле, основные документы большинства религий подтверждают, что Бог хочет, чтобы нам было хорошо – Второзаконие содержит расширенную информацию о диетах, и обжорство считалось одним из семи смертельных грехов. Однако сегодня вопиющая вековая нужда изучения здорового образа жизни, диет и упражнений игнорируется большинством религий и религиозных организаций. Но это не игнорируется сетевым сообществом – на самом деле, осознание и удовлетворение этой глобальной нужды является основой модели сетевого маркетинга.

Не делайте ошибки: наступил кризис, тенденция эпидемиологических масштабов, направленная против здорового образа жизни – кризис избыточного веса и ожирения, что еще называется "болезненный образ жизни". Сейчас, насколько я вижу, только сетевой маркетинг имеет потенциал произвести огромное изменение, которое так необходимо. И когда Вы выходите в мир, чтобы помочь людям улучшить их личное благополучие и финансовое благосостояние, Вы повышаете свою ценность для общества и способствуете улучшению мира. Я считаю, что это настоящее служение Богу: делать лучшую работу, которую Вы можете, помогая как можно большему количеству Божьих детей.

Данное слияние двух тенденций – здорового образа жизни и сетевого маркетинга – не могло произойти, я думаю, в любое другое время в истории, когда эта возможность, служащая такой благой цели, доступна не просто нескольким личностям, но миллионам людей.

Одна из причин, почему здоровый образ жизни и сетевой маркетинг так идеально сочетаются друг с другом заключается в том, что индустрия здорового образа жизни богата новыми технологиями, которые лучше всего передавать человеку при личном контакте. Фактически, по многим причинам, для людей нет другого более эффективного пути узнавать об этих новых возможностях.

Если Вы посетите обычную клинику по снижению веса, то они будут сфокусированы на том, чтобы продать Вам как можно больше своей переработанной еды, а не на том, чтобы давать Вам уроки здорового образа жизни. Информация оттуда не выходит; практически все исследования в медицинском бизнесе связаны с болезнями.

Когда же наступит очередь потребителя?

Единственный способ узнать о здоровом образе жизни – это узнать через какого-то близкого Вам человека, у которого уже есть опыт здорового образа жизни. Вы увидели своего университетского соседа по комнате и восклицаете: "Боже мой, Джон, ты прекрасно выглядишь! Ты выглядишь таким здоровым – что ты делаешь?" Вы узнаете о здоровом образе жизни и о том, что существует целая индустрия здорового образа жизни с огромным количеством новых продуктов и услуг.

Правильная информация о диетах, здоровом питании, витаминах, минералах и пищевых добавках практически противоречит тому, что мы слышали от медицинского сообщества; для многих людей это противоречит тому, как они были воспитаны. Там так много неточной информации, что люди стали ей доверять. И когда они впервые слышат о новой хорошей информации, обычно они относятся к ней скептически. Единственный способ, как они могут поменять свою парадигму или узнать новую информацию – это разговор "с глазу на глаз", потому что так они активно вовлечены в обсуждение.

Это не происходит за одну ночь. Может потребоваться 3, 4, 5 или 6 разговоров с разными людьми, прежде чем Вы поменяете свою точку зрения. Вот почему здоровый образ жизни, который начисто меняет видение мира для многих людей, лучше всего работает в диалоговых условиях – как в сетевом маркетинге.

10-15 лет назад было трудно быть вовлеченным в здоровый образ жизни. Почему? Потому что еще не существовало такого понятия, как здоровый образ жизни. Что же произошло?

Старение всегда было частью нашей жизни; необходимость в индустрии здорового образа жизни возникла не случайно. Бизнес здорового образа жизни появился в последнее десятилетие благодаря новым технологиям. Моя теория экономической алхимии объясняет, что продвинутые технологии часто создают новые требования, создавая новые возможности и предложения, которые ранее не существовали. Здоровый образ жизни – отличный пример данного случая.

Сегодня мы тратим 24 миллиарда долларов ежегодно на членство в фитнес-клубах. Поколение назад, кто из нас слышал о фитнес-клубах? В 1975 году бег был "модой", так же как обруч "hula hoop", который сошел бы на нет, если бы мы дали ему время. Мысль о том, что целая нация будет считать бег нормальной составляющей ежедневной активности, казалась безумием.

К этим 24 миллиардам долларов Вы можете добавить 12 миллиардов, потраченных на личных тренеров. Личные тренеры?! Двадцать лет назад никто бы в это не поверил. Высокооплачиваемые атлеты, конечно, поверили бы, но сегодня каждый день люди платят деньги кому-то, кто показывает им, как правильно пользоваться тренажерами, чтобы оставаться в форме. Кто будет платить за подобные вещи? Мы будем: потрачено 12 миллиардов долларов.

И это только начало. Большинство людей даже не знают о том, что продукты здорового образа жизни существуют или просто не верят, что такие продукты работают – пока они или кто-то из близких людей не получат свой первый опыт. И после этого они становятся ненасытными потребителями и новыми адептами продуктов и услуг здорового образа жизни. Судя по тому темпу, с которым это происходит, я предсказываю, что к концу этой декады, так же как персональные компьютеры 10 лет назад, индустрия здорового образа жизни превысит 1 триллион долларов.

Эта статья является адаптацией части книги Пола Пилзера "Следующие миллионеры", которая фокусируется на ведущей роли сетевого маркетинга в грядущие годы. Профессор Пол Зейн Пилзер является всемирно признанным экономистом, предпринимателем-мультимиллионером, профессором Университета и автором пяти бестселлеров.

Пол Зейн Пилзер

<http://www.paulzanepilzer.com>