Recepta na Sukces czyli...

JAK BUDOWANO POTĘGĘ BIZNESU FOREVER LIVING PRODUCTS W EUROPIE WG ROLFA KIPPA

Pierwsza część wywiadu z Diamentowym Menedżerem Rolfem Kippem

Z dumą w Nowym Roku przedstawiamy wyjątkowego gościa: **pierwszego europejskiego Diamentowego Menedżera Rolfa Kippa**. Wielu z Was poznało już Rolfa Kippa w 2001 roku, na kwietniowym **Zjeździe FLP** w Londynie, gdzie jego osiągnięcia zostały wyróżnione przez Prezydenta **Rexa Maughana**. Uczestnicy londyńskiego Zjazdu brali również udział w szkoleniu biznesowym z Rolfem Kippem, podczas którego dostarczył informacji z pierwszej ręki: **jak budować potężny biznes FLP**! Specjalnie dla Państwa Rolf Kipp podaje receptę na sukces!

Rolf, dziękuję za poświęcenie nam czasu, to dla nas przywilej. Twój plan podróży pozwala na spędzenie w Niemczech zaledwie kilku dni w miesiącu, wygląda na to, że Twoje europejskie struktury bardzo Cię zajmują. Dla porządku – Twój biznes FLP: Team FLP Europe (Zespół FLP Europa) – obejmuje następujące państwa: Niemcy, Węgry, Włochy, Austrię, Szwajcarię i Turcję. Czy możesz nam krótko opowiedzieć kiedy i w jaki sposób wkroczyłeś na te rynki?

Bardzo wcześnie zacząłem rozszerzać działalność z Niemiec na inne kraje. Po prostu od początku – jakieś sześć lat wstecz – myślałem już o tym, że **FLP** nie powinna ograniczać się tylko do mojej ojczyzny, ale powinna również swoim zakresem, objąć wiele innych obszarów.

W którym momencie poczułeś, że Twój podstawowy biznes jest na tyle mocny w Niemczech, że możesz skoncentrować się na rozwijaniu biznesu zagranicą?

Początki były bardzo trudne, potrzebowaliśmy dużo czasu, aby najpierw przyzwyczaić ludzi w Niemczech do smaku *soku z Aloe Vera* oraz zaznajomić ich z nową firmą: **FLP**. Nadszedł jednak po około trzech latach moment, kiedy uznałem, że pozycja firma jest stabilna i coraz częściej zacząłem wyjeżdżać do innych europejskich krajów.

Niezwykle inspirujący jest fakt, że tak wielu ludziom w Europie przyniosłeś sukces. Czy widzisz różnice w tym, jak ludzie – z różnych państw – reagują na oferowaną przez Ciebie Szansę FLP?

Tak, rynek niemiecki zdecydowanie jako pierwszy stanowił ***„próbę ogniową"*** dla mojej dalszej działalności w **FLP**. Niemcy są bardzo sceptyczni i krytyczni, ale wystarczy raz ich przekonać, a wtedy przez całe lata i dziesięciolecia pozostają wierni. Z tego punktu widzenia, rynek niemiecki był właściwie najtrudniejszy, odwiedzane później kraje: Węgry, Rumunia, Szwajcaria, Włochy, czy Turcja – stanowiły stosunkowo łatwe rynki. Oczywiście występują różnice w mentalności ludzi, mających różne oczekiwania, ale w tym sensie nie stanowiło to zasadniczo większych przeszkód.

Żadna z osób nie jest w stanie odnieść takiego sukcesu, jaki Ty odniosłeś w pojedynkę. Na pewno korzystasz z systemu budowania biznesu, który odpowiada potrzebom ludzi, będących w Twoim zespole. Czy możesz opisać ten system?

Owszem, za moją działalnością stoi pewnego rodzaju filozofia – będąca niczym innym jak filozofią **FLP**, opisaną szczegółowo i praktycznie w książce dotyczącej mewy Jonathan. W tej działalności moim głównym zainteresowaniem była pomoc innym ludziom – **pomoc w osiągnięciu sukcesu**. Kiedy sam zapoznałem się ze specyfiką tej działalności, szybko zacząłem się zastanawiać, w jaki sposób mogę sprawić, aby jak najwięcej ludzi również mogło osiągnąć tego typu sukces. Dotyczy to również ludzi, którzy być może nie mają takich cech jak ja, i obecnie po latach doprowadziło to do tego, że stworzyliśmy mnóstwo materiałów, mnóstwo środków pomocniczych, które mają na celu pomóc innym ludziom w nadrobieniu tego, na brak czego ewentualnie narzekają. I to moim zdaniem jest prawdziwy klucz do wielkiego sukcesu **FLP**.

W FLP często podkreślamy i powtarzamy: biznes powinien być prosty. Jednak wielu Dystrybutorów nie może oprzeć się pokusie zalewania swoich kandydatów lub członków zespołu nadmiarem informacji. Czy na początku Twojej kariery z FLP też tak było z Tobą?

Do **FLP** przeszedłem z branży artykułów sportowych, w której zajmowałem się klientami korporacyjnymi posiadającymi ogromną wiedzę. Oznacza to, że na początku mojej działalności w **FLP** popełniałem bardzo dużo błędów i dopiero musiałem nauczyć się koncentracji na istotnych sprawach. Kiedy już to wiedziałem, właściwie stale myślałem o tym, co jeszcze mogę pominąć, a które informacje są naprawdę ważne. Sądzę, że nawet jeżeli ktoś, tak jak ja dzisiaj, traktuje działalność w **FLP** jako swój główny zawód, to zawsze trzeba pamiętać o tym, że przecież dla 99% naszych partnerów dystrybucyjnych jest to praca dodatkowa, dlatego należy odpowiednio zredukować ilość informacji.

Prostota biznesu to jedno z potężniejszych, jeśli wręcz nie najpotężniejsze narzędzie jakie mamy. Ale często jest ono źle rozumiane – wielu ludzi myśli, że „prostota" oznacza to samo co „infantylność". W efekcie, aby nie być infantylnymi, wikłają się w niekończące programy szkoleniowe i powielają to samo w swoich zespołach. Czy widzisz takie tendencje u niektórych ze swoich partnerów?

Na najniższym poziomie dystrybucji pracują ludzie, których działalność może przybierać różne kierunki. Praca ta zdecydowanie nie jest prymitywna. Jest ogromnym wyzwaniem dla każdej osoby, zmuszającym do ciągłego kontrolowania ograniczenia się do istotnych spraw, ***„reduce to the max"***, ograniczenie do maksimum tego, co stanowi efektywny i największy wynik w tej działalności. Próbuję również przekazać swoim partnerom to, że zawsze muszą ograniczać się do tego, co kształtuje tą działalność i tu mamy tylko dwa filary: z jednej strony codzienny obrót produktu – a z drugiej sponsorowanie nowych partnerów dystrybucyjnych.

Prawda jest taka, że prostota jest jedną z najtrudniejszych rzeczy, ponieważ wymaga codziennej pracy. Prawdziwa prostota oznacza, umiejętność odróżniania tego co pożyteczne, od tego co nieprzydatne. Jak często przeglądasz swój system biznesowy i czy z reguły odkrywasz, że może on być jeszcze prostszy?

Po każdym spotkaniu, każdej prowadzonej przeze mnie prezentacji i po każdej rozmowie. Kontroluję również w trakcie rozmowy, dokładnie obserwuję mojego rozmówcę – przeciążam jego bądź ją informacjami, które przekazuję danej osobie. Na czym muszę się skoncentrować, do czego muszę się ograniczyć – i to jest naprawdę najtrudniejsze ze wszystkiego – ponieważ im dłużej działa się z **FLP** w tej branży, im więcej wie się na temat produktu oraz prowadzenia działalności, tym bardziej jest się oczywiście narażonym na niebezpieczeństwo przekazania tych informacji dalej. Dlaczego? Oczywiście, wiele osób chce się w ten sposób zaprezentować – wiele również chce pochwalić się, posiadaną przez siebie, wiedzą w danym zakresie. Trudno jest też **zwalczyć presję własnego ego** i rzeczywiście ograniczyć się do tego, co tak naprawdę kształtuje tą działalność i wzrost.

Nikt nie ma wątpliwości, że w pełni cieszysz się posiadaniem własnego biznesu. Ale kiedy spojrzy się na niektórych Dystrybutorów, ma się wrażenie, że oni wciąż czekają na coś „ekstra" od firmy, coś więcej niż plan marketingowy i produkty. Jak wpajasz Nowym Dystrybutorom zasadę, że im szybciej wezmą na siebie pełną odpowiedzialność za swój biznes, tym prędzej odniosą sukces?

Od początku inwestowałem w swoją działalność – przez pierwsze lata na pokrycie osobistych potrzeb przeznaczałem minimalną część tego, co zarabiałem w FLP, a lwią część inwestowałem ponownie w firmę, aby, jak już mówiłem na początku, pomóc również słabszym partnerom w dalszym rozwoju i dać im prawdziwą, realistyczną szansę w tej branży. **Wszystkim tym, którzy czekają na dodatkowe gratyfikacje ze strony firmy, mówię zawsze, że każdy jest sam swoją firmą**. Zawsze mówię nowym Dystrybutorom, że firma FLP wykonała swoje zadanie i rokrocznie je stale wykonuje. Daje nam do dyspozycji najlepsze produkty, których potrzebujemy do prowadzenia działalności, i udostępnia nam także wyjątkowy i najlepszy w całej branży plan marketingowy, który umożliwia nam osiągać takie zarobki, jakimi możemy się dzisiaj poszczycić. Dodatkowe gratyfikacje, dodatkowe rzeczy mogą pochodzić tylko i wyłącznie z mojej osobistej firmy pod moim własnym nazwiskiem. Zawsze istnieje taki palec, który wskazuje właśnie na nas, jak gdyby mówiąc: **„jeżeli chcę osiągnąć więcej, jeżeli chcę dojść do czegoś większego, to ja sam muszę na to zapracować"**.

Masz na swoim koncie jedne z największych sukcesów w historii FLP w kwalifikacji do Podziału Zysków – wielu Twoich Menedżerów także się zakwalifikuje. Duża struktura to coś wspaniałego, jest jednak nic nie warta bez aktywności. Czy wymagasz od swoich partnerów sprostania określonym standardom, w ilości nie-menedżerskich p.k.?

Zawsze próbuję sam pracować tak, jak tego wymagam od innych. Będąc na stanowisku Diamentowego Menedżera, które obecnie zajmuję, a także na stanowisku Podwójnie Diamentowego Menedżera, które będę zajmować za kilka miesięcy, za bardzo ważną sprawę uważam trzymanie ręki na pulsie w kwestiach biznesowych. Dzisiaj wiem, w jaki sposób ta branża funkcjonuje i dzisiaj w ciągu trzech lub czterech godzin dziennie mogę więcej i skuteczniej zdziałać niż na początku pracy podczas siedmiu, dziewięciu czy nawet dziesięciu godzin dziennie. Jest to cecha charakterystyczna dla rozwoju w działalności FLP. Dla mnie ważną kwestię stanowi praworządność w naszej branży i ten cytat: ***„Ludzie nigdy nie robią tego, co im powiesz; ludzie robią to, co im pokażesz"***. Jeżeli w którymś momencie działalności przestaniemy demonstrować coś, co inni powinni naśladować, wtedy nie będziemy mogli już formułować swoich oczekiwań ani wymagać czegoś od innych osób. Dlatego bardzo dla mnie ważną sprawą jest stałe trzymanie ręki na pulsie tej działalności, niezależnie od tego, ile zarabiamy i niezależnie od tego, na jakim stanowisku się znajdujemy.

W FLP chodzi także o odnalezienie równowagi między sponsorowaniem a sprzedażą detaliczną. Prezentacja biznesowa dla sprzedaży biznesu jest zamkniętym, bezcelowym ćwiczeniem. W tym biznesie musi być sprzedawany produkt. Co o tym sądzisz?

Za pomocą aloesu, produktów pszczelarskich i mleczek z pewnością zdobyliśmy prowadzenie w branży sieciowej. Posiadamy paletę produktów, które są znane na rynku, wiedza o nich jest przekazywana z pokolenia na pokolenie od tysięcy lat w różnych kręgach kulturowych. Ten, kto wprowadza takie produkty, zdecydowanie wyciąga najlepsze karty. Zawsze musi istnieć zdrowa mieszanka prezentacji produktów i prezentacji możliwości biznesowych. W ciągu tych sześciu lat z FLP nauczyłem się, że nie każdy chce prowadzić taką działalność, ale za to 99% ludzi stosuje nasze produkty. Dlatego wiem, że dla mnie produkt stanowi punkt centralny działalności oraz że **produkt jest wspaniałym środkiem do celu, jakim jest rozwinięcie skrzydeł**.

Twój biznes FLP wystartował w 1995 roku. Pracowałeś wtedy w sportowym przemyśle detalicznym. Powiedz nam, dlaczego przyłączyłeś się do FLP?

Miałem wtedy 30 lat i pracowałem w branży artykułów sportowych, gdzie po studiach i ciężkiej pracy zdobyłem bardzo dobrą pozycję, a jednocześnie w wieku 30 lat właściwie osiągnąłem wszystko, co było możliwe do osiągnięcia. Nie miałem perspektyw na dalsze zwiększenie dochodów i wiedziałem, że trudno mi będzie osiągnąć stanowisko lepsze od tego, które już zajmowałem. W pewien sposób byłem niezadowolony, nie chciałem kończyć kariery w tym wieku i **szukałem wyzwania, prawdziwego wyzwania, przy którym nie jest określone z góry, że można osiągnąć pewien pułap i nic poza tym**. W jaki sposób zacząłem prowadzić tę działalność? Poznałem produkty i muszę przyznać, że je polubiłem, po czym dałem je wielu osobom do wypróbowania – chciałem mieć pewność. Wszyscy, którzy znają Niemców, wiedzą, że dużą wagę przykładamy do pewności i bezpieczeństwa – ja też jestem dokładnie takim człowiekiem. Chciałem być naprawdę pewny i nie zrobić niczego na opak, ponieważ w końcu musiałem wyżywić rodzinę i nie chciałem wdawać się w żadne przygody. Wypróbowałem produkty na sobie i przekazałem je wielu innym osobom, częściowo je podarowałem, aby po prostu uzyskać dużo wyników i dużo uwag. Reakcje były tak przekonywujące, robiły takie wrażenie, że powoli zacząłem się tym zajmować, przy czym – jak już wspominałem na początku – robiłem mnóstwo błędów. Były to błędy, których przynajmniej moi nowi pracownicy nie muszą już robić. W miarę upływu czasu rozwinęła się z tego działalność, a moja praca dodatkowa, która częściowo funkcjonowała przy bardzo niskich nakładach czasowych, w ciągu półtora roku nabrała rumieńców, tak iż po tym czasie, z czystym sumieniem i pełnym optymizmem mogłem zrezygnować ze swojej głównej posady i zająłem się przede wszystkim pracą w FLP.

Wielu Dystrybutorów wierzy w mit, że jeżeli nie byłeś pierwszym Liderem w firmie networkowej, nie zarobisz dużych pieniędzy. Zawsze im mówię, że Plan Marketingowy jest szeroko otwarty dla każdego, niezależnie od tego kiedy się zacznie. Czy możesz mnie poprzeć?

Dołączyłem do Firmy dopiero po 18 latach działalności FLP i udało mi się rozwinąć skrzydła. Również w Europie przecież w tym czasie wiele krajów było już otwartych, i gdy dzisiaj spoglądam czasami wstecz, jestem pewien, że ta praca podczas pierwszych lat działalności, którą wykonaliśmy tu w Niemczech, nie była pracą, której zazdrościłoby nam wiele osób. Była to także chwila, kiedy większość ludzi reprezentowała nastawienie typu: ***„przyjrzyjmy się temu z pewnej odległości, zobaczymy, co z tego zrobią, a jeżeli im się uda, to kiedyś może też się przyłączymy"***. Taka jest właśnie mentalność ludzi – zająć się pewnym produktem, z którym bezpiecznie można osiągnąć sukces. Ale gdy spojrzę teraz na ubiegłe 12 lub 24 miesiące na niemieckim rynku, postępy jakich dokonaliśmy na tym terenie – to zawdzięczamy je wielu Dystrybutorom, którzy poważnie traktują swoją pracę, realizują w praktyce to, co im przekazujemy. Powiedziałbym więc, że interesy nabrały szybszego tempa. To, na co ja poświęciłem 5–6 lat, teraz powinno być możliwe do wykonania w ciągu 24 miesięcy, jeżeli rzeczywiście pracuje się takimi metodami, jakie obecnie przekazujemy.

Coś specjalnego dla naszych przyjaciół w Polsce?

Z pewnością w działalności FLP **ciągłość jest cechą, którą wnosi najmniej osób. Jest to coś, czego trzeba się nauczyć – mianowicie pozostania w branży i uświadomienia sobie własnej funkcji przykładowej**. Ważną kwestią jest także to, że niezależnie od rozmiarów działalności, jeżeli chcę ją rozbudować, muszę być zawsze najlepszym Dystrybutorem. Trzeba zawsze być najlepszym i stanowić wzór dla innych. Wiele innych osób pójdzie w nasze ślady i będzie nas naśladować. Może określimy to inaczej: należy zawsze stanowić odpowiedni przykład i dawać wielu innym ludziom szansę osiągnięcia takiego samego sukcesu. Nigdy nie należy opuszczać tego okrętu – niezależnie od tego, jak dobrze się nam powodzi i niezależnie od tego, ile dzięki temu zarabiamy. Zawsze należy pozostawać na swoim miejscu i mieć świadomość, że mnóstwo ludzi – o których istnieniu może nie mamy pojęcia – obserwuje nas i przygląda się temu, co robimy. Trzeba pogodzić się z tym, że nie jest to branża, w której można osiągnąć sukces z dnia na dzień. W moim przypadku, prawdziwy sukces nadszedł dopiero po czterech, pięciu, sześciu latach i zasadniczo nie widać końca drogi. Działalność ciągle się rozwija, nawet jeżeli coraz więcej czasu przeznaczamy na odpoczynek, sprawy prywatne, urlopy, dalszy rozwój osobowości. **Mimo tego zawsze należy być obecnym w swojej firmie, niezależnie od tego, jak wysokie zdobyliśmy stanowisko.**