

Η καλύτερη «μπίζνα»

✖ Πώς θα σας φαινόταν να έχετε την συμμετοχή ή και τη διαχείριση μέρους μιας τεράστιας πολυεθνικής, με τεράστια κινητή και ακίνητη περιουσία, διασκορπισμένη σε χιλιάδες μικρότερες εταιρείες, στην οποία υπάρχουν μόνιμες σταθερές εισφορές από πολλούς μεγάλους φορείς, σταθερή μισθοδοσία όλων των υπαλλήλων της όχι από τις πωλήσεις και τα έσοδά σας, που και από αυτά θα ωφελείστε, αλλά από τρίτους φορείς, πολλά έξτρα μπόνους, δυνατότητα για δημόσιες επεμβάσεις και δράσεις, επηρεασμό και έλεγχο της τοπικής ή ευρύτερης κοινωνίας σας ακόμα και με ραδιοφωνικά κανάλια και στο μέλλον ίσως και τηλεοπτικά, αν σκεφτείτε ότι το προϊόν είναι σε αρκετές περιοχές σχεδόν μονοπωλιακό;

Πώς θα σας φαινόταν να έχετε συνεχή απαλλαγή από τους περισσότερους φόρους (εσείς και αυτά που θα διαχειρίζεστε), μεγάλες ευκολίες και διευκολύνσεις από άλλους μεγάλους φορείς, δυνατότητα απευθείας επικοινωνίας και επηρεασμού, των πολιτικών, δικαστικών, δημοσιογραφικών ή άλλων σημαντικών φορέων όπως κεφαλαιούχων της περιοχής ή της χώρας για τα συμφέροντά σας, έλεγχο των συνειδήσεων πάρα πολλών πελατών, αφού μεγάλο μέρος από αυτούς είναι ένα έτοιμο και δυναμικό “fun club” που ορκίζεται σε εσάς και την εταιρεία σας και τέλος αναγνώριση και σεβασμό από την ευρύτερη κοινωνία που τελικά αυτή σας χρηματοδοτεί και είναι εν δυνάμει πελάτες σας;

Θα μου πείτε ότι όλα αυτά είναι εκπληκτικά για να είναι αληθινά. Θα υπάρχει προφανώς ένα “αλλά” και σίγουρα υπάρχει, γιατί φυσικά και είναι αληθινά .

Η απλή είσοδος στην εταιρεία καταρχήν (να σημειωθεί η εταιρεία από παράδοση, δέχεται υπαλλήλους μόνο άνδρες, γυναίκες υπάρχουν μόνο σε κάποιες βοηθητικές δευτερεύουσες εργασίες), δεν σας εξασφαλίζει όλα αυτά τα πλεονεκτήματα άμεσα και πλήρως, αλλά χρειάζεται κάποιου είδους ανέλιξη στην πυραμίδα ελέγχου της, ή κάποια διάκριση, που μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους.

Το πρώτο και βασικό κριτήριο για την ανέλιξη είναι ότι δεν μπορείτε να είστε έγγαμος. Οφείλετε να παντρευτείτε μόνο την δουλειά σας στην εταιρεία αυτή και να μην έχετε ή είχατε άλλου είδους οικογενειακές ή σεξουαλικές σχέσεις, εκτός αν το καταφέρετε αυτό να γίνεται τόσο κρυφά που να μην αποκαλυφθεί ποτέ. Ειδάλλως, αν επιμένετε στον γάμο, θα συμμετέχετε ως απλός υπάλληλος με

τοπικές μόνο δυνατότητες (που και αυτές δεν είναι λίγες) χωρίς άλλη δυνατότητα ανέλιξης στην εταιρεία αυτή, ή αν είχατε κάποτε σχέση, μπορείτε να γίνετε απλός “farmer” σε μια από τις εκατοντάδες πλούσιες φάρμες της εταιρείας εντός και εκτός της χώρας ή σε άλλα διεθνή παραρτήματα, ή τέλος σε βοηθητικές εργασίες που και αυτές είναι ιδιαίτερα αποδοτικές. Μην ξεχνάτε ότι η εταιρεία είναι πολυεθνική και έχει παραρτήματα σε όλο σχεδόν τον κόσμο. Ιδιαίτερα αυτή την εποχή υπάρχει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς στην Αφρική και ΝΑ Ασία και η εταιρεία έχει ανοίξει εκεί πολλά παραρτήματα.

Το δεύτερο κριτήριο, είναι η πιστή, όσο γίνεται εκ των πραγμάτων, τήρηση συγκεκριμένης στάσης και ιδεολογίας που προέρχεται από την μακρόχρονη παράδοση της εταιρείας, την οποία οφείλετε να μάθετε και να τηρείτε τουλάχιστον στους τύπους. Σε αυτά περιλαμβάνονται εκτός από το συγκεκριμένο “dress code”, οι πειστικές νουθεσίες προς το fun club και τους πελάτες, με βάση αυτή την παράδοση της εταιρείας, όταν γίνονται οι αντίστοιχες πωλήσεις για να γίνουν καλύτεροι πελάτες.

Το τρίτο κριτήριο, είναι το πόσο καλά γράφετε στο πλήθος των πελατών, αφού πολλοί υπάλληλοι της συγκεκριμένης εταιρείας εξελίχθηκαν, από το πόσο ευχαριστημένους αφήνουν τους πελάτες της μετά από μια σειρά καλών πωλήσεων. Μην ξεχνάτε, επειδή οι πελάτες συνήθως δεν πληρώνουν το προϊόν την στιγμή της αγοράς, νομίζουν ότι οι υπηρεσίες σας είναι δωρεάν, άρα κατά κανόνα είναι ευχαριστημένοι, ενώ ταυτόχρονα αγοράζουν από μικρομάγαζα ή θυγατρικές της περιοχής και έτσι ο κύκλος εργασιών του ομίλου (γιατί υπάρχει και όμιλος όπως είδαμε γύρω από την εταιρεία) μεγαλώνει.

Ο “διαδρομισμός” παίζει και εδώ σημαντικό ρόλο εξέλιξης. Οι καλές σχέσεις με τα σωστά ανώτερα διευθυντικά ή και άλλα αφανή στελέχη της εταιρείας, μπορεί να δώσει άλματα προόδου, αφού αυτοί θα αποφασίσουν ή θα επηρεάσουν το συμβούλιο που θα αποφασίσει, σε τι μερίδιο αγοράς της εταιρείας θα δουλέψετε, και επειδή και εδώ υπάρχουν κλίκες, η συμμετοχή στην καλύτερη από αυτές, μπορεί να σας εξασφαλίσει μακροήμερευση. Φυσικά θα πρέπει και εσείς να βοηθήσετε τα μέλη της κλίκας σας, όταν φθάσει η ώρα. Οι κλίκες αυτές επεκτείνονται σε όλα τα κλιμάκια, τόσο των απλών υπαλλήλων όσο και στις φάρμες και επηρεάζουν ακόμα και πολλούς από τους πελάτες της εταιρείας.

Τέλος και σημαντικότερο θα πρέπει να είστε καλός πωλητής. Με βάση την παράδοση της εταιρείας και την πληθώρα ακόμα και αντιφατικών εγχειριδίων που

θα έχετε στην διάθεσή σας, θα πρέπει να επιλέγετε την καλύτερη ατάκα για να προωθήσετε το προϊόν στην κατάλληλη στιγμή. Δεν έχει σημασία αν υπάρχουν και άλλες ατάκες που μπορεί να βλάψουν την πώληση· η πειθώ και ο λόγος σας θα είναι αυτά που θα πείσουν τους πελάτες να παραμείνουν στην εταιρεία σας, στηριζόμενοι επιπλέον στην μακρόχρονη παρουσίας της στην αγορά και στο καλό όνομα που αυτοί νομίζουν ότι έχει η εταιρεία. Αυτό και μόνο φτάνει στους περισσότερους πελάτες για να συνεχίζουν να είναι στο “fun club” της. Μην ξεχνάτε οι πωλήσεις γίνονται εύκολα από την πλευρά σας, συνήθως χωρίς την δυνατότητα αντίλογου, και πάντα με την παρουσία πολλών συνεργατών από το “fun club” για υποστήριξη. Έτσι σπάνια θα έχετε αντιδράσεις στον τρόπο πώλησης που επιλέγετε.

Βέβαια, για να ευοδωθούν οι σκοποί της εταιρείας και να διατηρηθούν ή και να αυξηθούν οι πωλήσεις στο μέλλον, δεν είναι καλό οι πελάτες να έχουν ιδιαίτερα εξελιγμένη την δυνατότητα σκέψης ή διάκρισης και στραφούν σε ανταγωνιστές σας ή ακόμα χειρότερα, καταλάβουν ότι δεν έχουν ανάγκη το προϊόν σας και βγουν τελείως από το πεδίο της αγοράς, μειώνοντάς έτσι και το μερίδιο της εταιρείας σας σε αυτήν, άρα και το κέρδος της, άρα και τα δικά σας οφέλη. Για τον λόγο αυτό οφείλετε να χρησιμοποιήσετε την επιρροή, που ήδη έχει η εταιρεία σας στους διάφορους φορείς, ώστε το επίπεδο γνώσης και σκέψης των πελατών, και οι διαφημίσεις και επιρροές των ανταγωνιστών, να είναι στο χαμηλότερο δυνατό επίπεδο.

Ιδιαίτερη φροντίδα οφείλετε να δώσετε για τα παιδιά των πελατών σας, ή και των μη πελατών που καλό θα ήταν και αυτοί να γίνουν πελάτες. Πρέπει να υποστούν την κατάλληλη διαφήμιση από την στιγμή που θα γεννηθούν και για όλο το διάστημα που δεν έχει ακόμα δημιουργηθεί η κριτική σκέψη, για να είναι και αυτοί μελλοντικοί σας και σίγουροι πελάτες και ή δυνατόν να γίνουν ακόμα και μέλη του “fun club” ή να συμμετέχουν στις φάρμες της εταιρείας. Ο πιο σίγουρος τρόπος δέσμευσης από αυτά, είναι μόλις γεννηθούν να γίνει μια μικρή συμβολική τελετή από τους γονείς, που θα υπόσχεται ο μελλοντικός πελάτης ότι θα είναι πιστός στην εταιρεία σας και τους σκοπούς της. Μια συνήθεια που ευτυχώς ήδη υπάρχει και δεν πρέπει να σταματήσει ποτέ για το καλό της εταιρείας σας, αφού ψυχολογικά ο μελλοντικός σας πελάτης αισθάνεται υποχρεωμένος να αγοράζει το προϊόν σας και δύσκολα θα πάει σε ανταγωνιστές ή θα αρνηθεί τις υπηρεσίες σας στο μέλλον.

Αν πείσετε πολλούς πελάτες και άλλους υπαλλήλους για την καλή σας πρόθεση για

το μέλλον της εταιρείας, και αν είστε ένας βαθιά οραματιστής και δραστήριος υπάλληλος, μπορέσετε δε να πείσετε για την αυθεντικότητα του οραματισμού σας αυτού, και αποκτήσετε το προσωπικό σας δυναμικό “fun club”, τότε μπορεί η εταιρεία να σας επιβραβεύσει με την ανώτερη διάκριση του “καλού οραματιστή” για να θυμούνται όλοι την εξαιρετική σας δράση για το καλό της εταιρείας, και θα είναι απόδειξη στους πελάτες της, πόσο καλά δουλεύει το προϊόν που αυτή πουλάει. Η διάκριση αυτή μπορεί να δοθεί και μετά θάνατον.

Ποιο θα είναι το προϊόν που θα πουλάτε ακόμα δεν είπαμε και το όνομα της πολυεθνικής εταιρείας που το πουλάει...

Το προϊόν είναι η **“ελπίδα”** ότι υπάρχει Παράδεισος μετά τον θάνατο και η “διαβεβαίωσή” σας ότι εσείς θα διευκολύνετε άμεσα ή έμμεσα την μετάβαση των καλών πελατών σας εκεί μόλις πεθάνουν. Η πολυεθνική εταιρεία λέγεται **Εκκλησία.**

Φιλίστωρ