



JAK BUDOVAT

multi level marketing

kudy cesta vede a kudy ne

Bestseller
v Čechách a na Slovensku

Ivo TOMAN

JAK BUDOVAT

**multi
level
marketing**

Kudy cesta vede a kudy ne

IVO TOMAN

TAXUS International s.r.o., Praha

Tel.: 800 182 987 (8001TAXUS)

© IVO TOMAN 1996, 2008

Počítačová sazba a grafická úprava: MASHA Press, s.r.o., Bratislava

Návrh obálky: Alena Vojnarová

Vytiskla tiskárna: FINIDR, s. r. o., Český Těšín

5. upravené vydání

MÁTE UŽ DÁREK PRO SVÉ PŘÁTELE A RODINU?

**Věnujte tuto knihu
svým nejbližším.**

Znáte nabídku dalších knih a nahrávek Iva Tomana?

Objednávky a informace na těchto adresách:

TAXUS International s.r.o.

Na Pankráci 49, 140 00 Praha 4

Tel.: **800 182 987** (8001 TAXUS)

E-mail: taxus@taxus.cz

www.taxus.cz

www.Jak-Vydelat.cz

www.MarketingovaPsychologie.cz

www.SkoleniIvaTomana.cz

TAXUS International, s.r.o.

Letecká 22, 831 03 Bratislava 3

Tel.: 0800 182 987 (08001 TAXUS)

E-mail: taxus@taxus.sk

www.taxus.sk

www.Ako-Zarobit.sk

www.MarketingovaPsychologia.sk

www.IvoToman.sk

O B S A H

Předmluva	5
Úvod.....	6
Plánování.....	9
Budování sítě	20
Šampióni a mrtví brouci.....	28
Manažer - sponzor.....	37
Setkání se spolupracovníky.....	45
1. Porady.....	45
2. Mítinky	53
3. Tréninky	53
Motivace	56
Negativní motivace	60
Analýzy	64
Řídící aparát	70
Pozitivní myšlení	74

PŘEDMLUVA

Nepotřebuješ vůbec obchodní dům.....

Zauvažuj nad touto myšlenkou. Mnoho lidí si láme hlavu tím, jak zbohatnout. Uvažují, jak vydělat, s čím obchodovat, co vyrábět, kam investovat. Prostě jak podnikat. Po čase, když si zjistí, co všechno podnikání obnáší, přijde zklamání, neboť v této oblasti nacházejí ne peníze a uspokojení ze své svobody, ale mnoho problémů. Přemýšlel jsi někdy, co to obnáší podnikat třeba tak, že budeš majitelem obchodního domu? Uvažoval jsi nad tím, kolik starostí a problémů představuje vedení obchodního domu? Několik takových knih by nestačilo na popsání všech starostí, které bys měl.

Já ti nabízím něco úplně jiného. Zde pracuješ:

- kdy chceš
- s kým chceš
- kde chceš
- s výrobkem, který si sám zvolíš
- nemáš fixní mzdové náklady
- nemusíš vlastnit a udržovat nemovitosti (základní prostředky)
- můžeš začít s nízkým startovacím kapitálem
- rychle se přizpůsobuješ novým situacím
- nemusíš dlouho a draze hledat nejlepší a kvalitní spolupracovníky, neboť systém je založen tak, že dobré síly se samy vypracují do čela.

Zkus to jako majitel obchodního domu.....

Existuje málo tak početných zaměstnání, jako je vydělávání peněz.

Třeba vlastnit obchodní dům.....

Nebo podnikat v systému, který ti nabízím...

Vyber si...

Ú V O D

**Znáš-li protivníka a znáš-li sebe,
pak musíš sto bitev bez nebezpečí vyhrát.
Neznáš-li protivníka,
pak jsou tvé vyhlídky na zisk nebo ztrátu stejné.
Neznáš-li ani sebe, budeš poražen v každé bitvě.**

Chuan Tse

D ě t s k é n e m o c i

Začal jsi pracovat v MLM a přemýšlíš, jak dosáhnout svých cílů. Můžeš mít nejlepší produkt, ale bude ti na nic, když o něm lidé nebudou vědět. Zaveď proto do svých činností v MLM systém a naplánuj, jak zařídit, aby se o tomto produktu dovědělo co nejvíce lidí. Tak vyděláš velké peníze. To je náplň mé druhé knihy.

Když začínáme pracovat v MLM, vždy se objeví „dětské nemoci“. Je to normální. Nikdo se nedostal do vyšších pozic bez toho, že by tyto „dětské nemoci“ neabsolvoval.

Dobrym sponzorem se staneš, až překonáš překážky, které máš před sebou.

Odborníkem v jakémkoli oboru se nestaneš absolvováním vysoké školy nebo metodou pokusů a omylů. Mnohem lepší je spolupracovat spolu s jiným odborníkem. Ten tě naučí zbytečnosti, kterých je na vysokých školách dost.

Tato kniha je napsána na základě mých zkušeností v aktivní práci v MLM. Možná, že s některými myšlenkami nebudeš souhlasit a některé věci budeš chápat jinak, než já. Je to v pořádku, neboť všichni jsme jiní a máme svůj odlišný pohled na věci kolem nás. Já jsem se snažil podat svůj pohled a své myšlenky rád sděluji stejně naladěným spolupracovníkům v tomto oboru podnikání.

Ve východní Evropě se kladl při vzdělání důraz hlavně na odbornou stránku, ale nikdo nás neučil jednat s lidmi.

Doufám, že tato kniha ti pomůže vybudovat správné vztahy se tvými spolupracovníky.

V y t r v a l o s t

Pět procent lidí řídí svět. Deset procent jsou také ještě úspěšní. Zbývá obrovská masa neúspěšných. Ti moc přemýšlí a hledají ve všem problémy a úspěch jim uteče před nosem. Vždy se vracejí na začátek. Jdou tam, kam jdou ti lepší, ale nedůsledně a nedojdou proto k úspěchům.

Přitom víc než osmdesát procent lidí na světě dělá to, co nechce.

Úspěch přichází zevnitř, ne zvenku. Zevnitř, to je tvůj postoj. Ten je klíčem k úspěchu. Podle tvých postojů se odvíjí i tvá aktivita a aktivita druhých.

Podpora aktivity jednotlivce je přece jeden ze základů MLM.

Ve vyspělém světě je podle průzkumů průměrná délka životnosti podniku jednotlivce kolem 6 let. V MLM je menší, pokud bereme životnost spolupracovníků a ne životnost MLM firem. Jak je to možné? V čem to je?

???

Lidé prostě neumí podnikat!!!

Začnou s dobrou vírou, ale když se objeví první překážky, končí. Končí, ne proto, že jsou neschopní, ale proto, že je to pohodlnější. Umět podnikat a vydělávat, to znamená také umět vytrvat.

V MLM je to bohužel často tak, že lidé se vrhnou na získávání nových spolupracovníků, kteří po několika desítkách hodin strávených spoluprací s firmou, končí s touto spoluprací. A buď přejdou ke konkurenci nebo MLM úplně vypustí ze svého života. Tím pádem skončí i oni. To je strašná perspektiva.

Ale vůbec to tak nemusí být. Čti dál.

N ě c o z a n ě c o

Vědomosti představují moc! Máš v sobě ohromnou sílu, víš o tom? Víš, že víš něco, co ještě tvůj soused neví?

???

Prodej mu to! Prodej mu poznání, že existuje něco za něco. Přátelství a podpora za vyšší životní standart. Poznání za více peněz. No řekni, není to skvělé?

Nežij jen tak zadarmo, ale prodej se! Máš svou cenu.

Peníze získáš za výsledky své práce, ne za hodiny, které jsi věnoval práci. Jde o to, jestli se umíš dobře prodat.

Tvé rozhodnutí spočívá v tom, jestli chceš být mým spolupracovníkem!

Pokud ano, pak prostě vlož:

... čas,

... energii

Když to nevložíš - nemáš šanci!!!!

Až nahoru se dostaneš, když dosáhneš toho, že se budou tvou zásluhou naplňovat tyto předpoklady:

1. Najdeš spolupracovníky, kteří jsou naučitelní.
2. Spolupracovníky naučíš.
3. Oni sami pak naučí své spolupracovníky.
4. Všichni budete neustále využívat produkty své firmy a dále je nabízet.

Jak toho prakticky dosáhnout, je náplní této knihy.

Závěrem úvodní kapitoly se tě zeptám:

Víš, jaký je rozdíl mezi vyježděnou kolejí a hrobem?

???

Pouze v jejich hloubce.

Proto nezůstávej na místě, ale hledej nová řešení a netradiční přístupy k lidem a k problémům.

Možná, že některá najdeš v této knize.

PLÁNOVÁNÍ

**Když nevíme kam jdeme,
je zcela jedno, kterou cestu zvolíme.**

Čínské přísloví

Plánování a výsledky

Někde jsem slyšel, že ekonomicky nejúčinnější pohyb je pohnutí rozumem.

Podívejme se na to, jak jsou lidé rozumní a jak si plánují svou budoucnost. Výsledky statistik jsou hrozné:

- 26 % lidí si nic neplánuje
- 60 % lidí si plánuje jen občas (pračka, video, nájem)
- 11 % lidí si plánuje pravidelně
- 3 % lidí si své plány zaznamenávají na papír

Pouze 3 % lidí je schopno tak jasně zformulovat své plány a cíle, že je dokáží dát na papír.

Vzpomeň si na kapitolu Vlastní cíl v knize Jak začít MLM, strašák nebo příležitost, kde bylo uvedeno, že 3 % lidí (ti, kteří mají vlastní cíle jasně definované), nashromáždí větší majetek než ti, kteří nejsou schopni formulovat své cíle na papír.

A jak plánuješ ty?

???

A jak dopadnou ti, kteří si nic neplánují, ve srovnání s těmi, kteří si své plány dávají na papír proto, aby mohli zpětně kontrolovat, jak pokročili v plnění svých představ?

???

Lidé se dají rozlišit do dvou skupin:

Jen málo lidí dokáže předvídat svou změnu. Tito lidé mají cíl, plán, vědí, co chtějí a co mají udělat.

Absolutní většina však pasivně na svou změnu jen čeká (většinou do konce života).

Jen na tobě záleží, jak budeš řídit svůj život.

I špatné plánování je lepší než žádné plánování!

Bez cílů a bez plánování neexistuje žádný pořádný dlouhodobý obchod. Pamatuj na to.

K úspěchu také potřebuješ sebedisciplínu. Stanovit si, jak dosáhnout úspěchu, je jedna věc, ale pak je důležitá sebedisciplína na realizaci úspěchu. Zde je totiž největší kámen úrazu.

A l i b i s m u s

Sami sebe často obelháváme vlastním alibismem. Všichni sníme o tom, že budeme vlastnit něco ohromného, třeba Mercedes. Pokud máme dobrou představivost, dokážeme si představit i to, jak bude ten Mercedes vypadat. Ale při svých představách a snech o skvělých věcech, které nás v budoucnu čekají, zapomínáme, že za ty sny musíme i bojovat.

Zapomínáme, že už teď, v této vteřině můžeme a měli bychom vcházet do dveří našeho nového klienta. Zapomínáme, že pokud chceme mít nový Mercedes, měli bychom už dnes vydělat na alespoň na disk ke kolu toho auta. I ty nejsložitější věci na světě jsou složeny ze samých maličkostí. I ten Mercedes je složen z mnoha součástek. Proto, pokud chceš velký cíl splnit, pak už dnes vykroč ke splnění malého cílu.

Mnohokrát jsem slyšel lidi tvrdit, že oni určitě dosáhnou své cíle, ale pak jediné, co dokázali splnit, bylo předsevzetí: „Půjdu na pivo.“ Jediné, co dokážou naplánovat a také zrealizovat, je cesta na pivo. Oni ten Mercedes strašně moc chtějí. Ale také moc chtějí i to pivo. Víím, že obojí najednou nejde, ale víím také, že to jde tak zorganizovat, aby obojí bylo možné.

Často také hrajeme alibisticky divadlo, hlavně sami sobě a svým nejbližším tím, že si vylepíme své velké cíle na zrcadlo nebo na dveře. Přitom jsme leniví ještě dnes alespoň jednomu člověku povědět o našem obchodě.

Pokud si naplánujeme jen své úspěchy, moc toho nedosáhneme. K úspěchům potřebujeme ještě naplánovat skutečnou fyzickou aktivitu a hlavně to vše zrealizovat. Prostě zvednout zadek a jít.

N e s n y, a l e n a p l á n o v a n é č i n y r o z h o d u j í

Pokud chceš být úspěšný, dodržuj následující pravidla a do své činnosti zaveď systém.

Čas, o který je ošizeno plánování všech činností, i tvého postupu na vyšší příčky v kariéře síťového prodeje, se zpravidla vrátí jako bumerang v delší realizaci a menšími příjmy v budoucnu. Proč?

???

Protože nevíš, jakou cestou ses vydal.

**Jaký má význam, když sice víš, kde jsi, ale nevíš, kdes mohl být?
A jaký bude mít význam za půl roku, za rok, když budeš vědět, kde jsi, ale nebudeš vědět, kdes mohl být?**

Také je důležité vědět, jak to udělat, abys přestal ztrácet obchody. Když přestaneš obchody ztrácet, vlastně tím vytvoříš nový způsob, jak obchody vytvářet. Ztracená příležitost je mnohem častější, než si myslíš.

I to jde naplánovat.

Pokud budeš plánovat, pak můžeš vědět, o kolik jsi mohl vydělat více, kde jsi udělal chyby a hlavně:

při plánovité činnosti opravdu vyděláš více.

Č a s

Nejlepší vedoucí spolupracovníci hledají, kam mizí jejich čas. Ne plánují, ale čas je na začátku našich úvah. Nejde o samoučelné plánování pro plánování, ale jde o čas, který plánováním lépe využijeme. Tvou snahou je získat pro sebe a své spolupracovníky co nejvíce disponibilního času, který využiješ k vydělávání peněz.

Do časové tísně (zajetí času) se dostaneš lehce. Dá se to ale vyřešit. Pomoci ti v tom může plánování a organizace práce.

Základ efektivnosti je hospodaření s časem

Zde jde o tři věci:

- 1. Zaznamenávání času** – vůbec nepochybuji o tom, že máš svůj diář. Dá se ale pochybovat, jak jej používáš. Já si píši a plánuji i to, kdy jdu na rodinné setkání, oslavu narozenin přátel i kdy odpočívám.
- 2. Řízení času** – samotné plánování, organizace a realizace činností.
- 3. Sjednocování času** – pokud máš na nějaký úkol 7 hodin, udělej to ve velkých časových celcích a ne po 5 - 10 minutách. Krátké časové zlomky stačí tak nanejvýš na to, abys vždy něco jen přečetl a dostal se „do obrazu“. Pokud svou činnost z nějakého důvodu přerušíš, pak se opět musíš dostávat „do obrazu“. Celková ztráta času je nakonec hrozná. Přitom jsi vlastně vůbec nic neudělal, jen ses stále dostával „do obrazu“. Dobrý vedoucí pracovník si chrání svůj disponibilní čas. Nekouskuje ho, ale nechává si velké časové celky. Jen tehdy se dá něco zařídít. A ty přece chceš být dobrý v řízení (všeho a všech).

Já se třeba nedívám skoro vůbec na televizní noviny. Spočítal jsem si, že pokud trvají půl hodiny, pak za rok to představuje přes 182 hodin. Když si vydělím 182 hodin osmihodinovou směnou, vychází mi, že skoro 23 směn bych se „prodíval“ během roku na spoustu negativních zpráv. To je více než jeden klasický pracovní měsíc. Tento čas raději věnuji své práci. Představ si, že bych svou práci v čase televizních novin přerušil a pak se k ní vrátil. Kromě už zmíněné ztráty času (23 směn),

bych ztratil i obrovskou spoustu času potřebnou k dostávání se „do obrazu“.

I takto vypadá mé plánování času.

Ted' si představ, že si dáš následující předsevzetí:

Televize se beze mne dvě hodiny denně obejde.

Zkus si spočítat, kolik ti zrealizování tohoto předsevzetí ušetří času, které pak můžeš použít na práci v MLM.

Zkus si představit, kolik ti to vydělá peněz.

Proč bys neměl usilovat, abys měl čas?

???

To je jedna z věcí, kterou se hned nauč a začni to učit své spolupracovníky.

C o v š e n a p l á n u j e š ?

Určitě jedním z tvých cílů je stát se sponzorem mnoha spolupracovníků. A chceš být nejlepší. Jak to udělat?

???

Časem už mnoho spolupracovníků ve tvé síti ví, jak nabídnout svůj produkt, což je jistě výborné. Ale nyní jdeš dál. Ted' naplánuješ, jak to udělat, aby se o tvém obchodě dovědělo co nejvíce lidí. Proto potřebuješ zorganizovat co největší počet prodejních kontaktů. Také si naplánuješ vrácení se za klientem, který už něco od tebe odebral.

Naplánuješ si i to, že naučíš sebe a své lidi, že koho jsme už jednou přesvědčili, toho je třeba si hýčkat, neboť si můžeme poskytovat vzájemně výhodné služby. Pak také naplánuješ, jak to udělat, aby kontakty byly co nejúčinnější a také naplánuješ, jak toto vše naučíš své spolupracovníky.

MLM totiž není chytání nových klientů, ale hlavně dlouhodobý obchod.

V tabulce na straně 14 máš uvedeny činnosti, které provádí sponzor se svými spolupracovníky. Je zde přehledně uveden celý proces zaškolení nového spolupracovníka do systému MLM.

Zařazení	Úlohy	Priorita	Počet schůzek	Čas schůzek	Přímý spolupracovník: <i>Josef Novák</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
					ADRESA: <i>17. listopadu</i> <i>Brno</i>		Jiří	Milan	Marek	René	Bohuš	Ivo	Tomáš	Dušan	Jana
ZAČÁTEČNÍK	PROVÁDÍ SPONZOR – SPOLUPRAC. SE UČÍ	A	1	1h	Prodej	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		A	2	2h	Motivace	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
					Podmínky spolupráce	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
					Cíl	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
					Jmenný zoznam	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
					Pozvání	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
					Plánování času	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
		A	3	1h	1. KONTROLA	✓	✓	✓		✓			✓		
		A	4	1h	1. Schůzka	✓		✓					✓		
		A	5	1h	2. Schůzka	✓		✓					✓		
		B	6	1h	3. Schůzka	✓		✓					✓		
	PROVÁDÍ SPOLUPRAC. SPONZOR DOPLŇUJE	A	7	2h	2. KONTROLA	✓		✓					✓		
		A	8	1h	4. Schůzka	✓		✓							
		B	9	1h	5. Schůzka	✓		✓							
		A	10	1h	3. KONTROLA Zapojení do kruhu sponz. Samostatná práce (na budování šířky)	✓		✓							
POKROČILÝ	UČÍ SPONZOR SPOL. SE UČÍ	A	11	2h	1. Výuka	✓									
		A	12	2h	2. Výuka	✓									
		B	13	2h	3. Výuka	✓									
		A	14	2h	4. KONTROLA	✓									
	UČÍ SPOLUPRACOV. DOPLŇUJE SPONZOR	A	15	2h	4. Výuka	✓									
		B	16	2h	5. Výuka	✓									
		A	Σ 16	Σ 24h	Samostatná práce Vytvoření vlastních porad Předání tabulky spoluprac.	✓									
						✓									
						✓									
	A				Příp. ukončení spolupráce		✓							✓	

Z časového hlediska je plánování cílů:

Dlouhodobé – to jsou původně vlastně sny (1, 2, 5 let). Lidé dosahují žádoucích výsledků jen tehdy, když usilují o cíle považované zprvu za fantastické.

Střednědobé – čtvrt roku, půl roku, rok.

Krátkodobé – měsíc, týden, den.

V této knize nebudu psát o plánování dne a týdne z hlediska „rozvrhu hodin“, ale o plánování jednotlivých činností sponzora spojených se sponzorováním a vedením sítě.

Takže v následující částech se budeme zabývat činnostmi, které je nutno naplánovat a realizovat.

Plánování cílů a plánování činností sponzora

Plánovací proces probíhá v cyklech. Naplánuješ si svou činnost a pak podle plánu začneš pracovat (realizace). Velmi důležitá je následující zpětná kontrola. Po kontrole, kdy zjistíš, jak dodrжуješ původní plán, přijde oprava plánu krátkodobého na nejbližší příští období tak, aby se srovnal krátkodobý plán s dlouhodobějšími plány.

A opět plánuješ další krátkodobou činnost, samozřejmě ve vztahu k dlouhodobým a střednědobým plánům. To je znázorněno na obrázku: Kolečko plánování.

Vycházíme z cílů. Tím začneme. Naplánujeme si, čeho chceme dosáhnout, a pak si naplánujeme konkrétní jednotlivé činnosti, které povedou k těmto výsledkům.

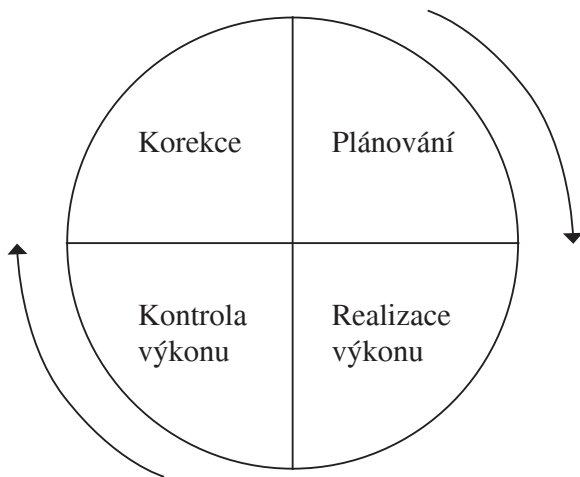
Každý snad už ví, že má mít vlastní cíl. Mnoho lidí si myslí, že to snad stačí. Ale to je velký omyl. Mít vylepený svůj cíl na zrcadle nebo na záchodě ještě neznamená úspěch.

K úspěchům vedou **činy**.

Pokud se nezvedneš z křesla a nezačneš konat, pak nemáš šanci.

Abys to měl jednodušší a věděl, jak konat, naplánuj si svou činnost a postupuj podle tabulky na straně 14.

Obr.: Kolečko plánování



Dovol mi nyní malou praktickou ukázkou společného plánování schůzky (činnosti) sponzora a spolupracovníka. Ukáží ti dva způsoby domlouvání (plánování) schůzky:

Špatně: „Jednou, až budeš chtít, naučím tě to. Zavolej mi někdy.“

Pokud dopustíš, aby ti někdo řekl, že ti zavolá, dosáhneš jen toho, že na tebe časem nejspíš zapomene a nezavolá. Proto ty sám stanov přesně i hodinu, kdy zavoláš. Ty, ne klient.

Mé účty za telefon jsou vysoké, ale přitom jsou mnohonásobně nižší než výdělky.

Dobře: „Dnes je čtvrtek, pro tebe mám vyhrazený čas ve středu a v pondělí v ... hod. Věnuji ti 2 hodiny. Zde je můj diář. Ukaž mi teď tvůj diář a spolu naplánujeme další postup a další schůzky.“

Mnohokrát jsem slyšel, že to, co chci udělat, udělat nejde. Že na to není čas. Zde je má odpověď:

„Teoreticky to udělat nejde, to je důvod, proč to dělám prakticky! Nikdy se nedívám, zda to jde udělat. Dělám to.“

Chci tu činnost vykonat?

???

Ano!

Tak to vykonám! Je mi jedno, jak se na to dívá pasivní většina.

Jakou úspěšnost dosledování po prodejním pohovoru si stanovíš při tvém prvním plánování? Kolik procent prodejních pohovorů bude úspěšných?

Na příští týden:

Pozveš	2 nebo	7 nebo	10 nebo	15 lidí.
Vyslechne si tě	2 nebo	5	5	5 lidí.
Vstoupí	1	1	1	1 člověk.

Podle toho si teď naplánuješ postup k cílům, na vrchol! Časem si změníš i procento úspěšnosti. To se bude zvyšovat, neboť se budeš stávat větším odborníkem.

Podívej se na kolečko plánování. Je tam i korekce. Plány nejsou neměnné, ale dají se vždy přizpůsobovat situaci. Ale pozor, aby sis alibisticky nedělal korektury směrem dolů. Uspokojení není nejlepší cesta směrem vzhůru.

Týdenní kontrola plánů činností

Seznámil jsem se s jednou dobře fungující dealerskou firmou.

Aby měli ve vedení přehled, kde obchodní cestující jezdí, scházejí se s nimi každé pondělí. Na schůzce dealeři předloží seznam lidí a firem, které mají v úmyslu ten týden navštívit a také denní plány.

Tyto plány cest nejsou určeny ke kontrole obchodních cestujících, i když k tomu mohou sloužit. Důležité je to, že můžeš se svými spolupracovníky naplánuvat, kam chceš během příštího týdne dojít. Zda tví spolupracovníci svůj plán dodrží nebo alibisticky řeknou to, co řekli kolegové nebo to, co naplánovali minule, to už záleží na jejich sebe-disciplíně a tvém příkladu.

V každém případě, i když někteří udávají fiktivní údaje, nezapomeň, že i špatné plánování je lepší, než žádné plánování. Jednou měsíčně se stejně dozvíš, jak své plány tví spolupracovníci plní. Tyto schůzky, které se svými spolupracovníky mívám a plánujeme si na nich naši další činnost na nejbližší týden či dva týdny, neslouží k jejich "buzeraci", ale k tomu, aby se naučili plánovitě jednat. Navíc tato schůzka slouží i k motivaci a předávající se na ní nové informace.