

RICH  DAD™

Autore
del Bestseller
*Padre Ricco
Padre Povero*

IL BUSINESS DEL 21° SECOLO

Robert T. Kiyosaki

con John Fleming e Kim Kiyosaki

GRIBAUDI

Di Robert T. Kiyosaki presso le nostre edizioni:

Padre ricco, padre povero
I quadranti del Cashflow
A scuola di business
Perché vogliamo che tu sia ricco (con D.J. Trump)
Prima di lasciare il tuo posto di lavoro
Guida per diventare ricchi
Aumenta il tuo QI finanziario
La cospirazione dei ricchi
Cashflow (gioco da tavolo)
Cashflow 202 (gioco da tavolo)
Fratello ricco, sorella ricca (con Emi Kiyosaki)
Ingiusto vantaggio
Guida agli investimenti
Il tocco di Mida (con D.J. Trump)
Smetti di lavorare giovane e ricco
Come ci siamo liberati del debito cattivo (audiolibro)
Risveglia il genio finanziario di tuo figlio
Chi ha spostato il mio denaro?
Seconda Chance

Nella stessa collana:

K. Kiyosaki, *È ora di agire!*
K. Kiyosaki, *Rich Woman*
M. Maloney, *Guida per investire nell'oro e nell'argento*
D.J. Trump, *Non arrenderti mai*
K. McElroy, *Real Estate, l'ABC degli investimenti immobiliari*
K. McElroy, *Guida avanzata agli investimenti immobiliari*
B. Singer, *Non devi essere un Pit Bull per aumentare il tuo reddito*
A. Tanner, *Cashflow con il mercato azionario*

Seguici su:

 Gribaudo Business & Self help

 @GriBusiness

www.gribaudo.it

Piero Gribaudo Editore srl
Via C. Baroni, 190
20142 Milano
Tel. 02-89302244 – Fax 02-89302376
e-mail: info@gribaudo.it

Robert T. Kiyosaki
con John Fleming e Kim Kiyosaki

IL BUSINESS DEL 21° SECOLO

Gribaudo

Proprietà letteraria riservata
© 2012 Piero Gribaudo Editore srl
20142 Milano – Via C. Baroni, 190

Titolo originale dell'opera:
The Business of the 21st Century
Copyright © 2010 by Robert T. Kiyosaki
This edition published by arrangement
with Rich Dad Operating Company, LLC

Traduzione di Gloria Romagnoli

ISBN 978-88-6366-078-4

Prima edizione: gennaio 2012
Seconda edizione: febbraio 2012
Terza edizione: giugno 2012
Quarta edizione: ottobre 2012
Quinta edizione: aprile 2013
Sesta edizione: novembre 2013
Settima edizione: settembre 2014
Ottava edizione: giugno 2015
Nona edizione: febbraio 2016

Fotocomposizione e stampa: Grafiche VD – Città di Castello (Pg)

Dedico questo libro, *Il business del 21° secolo*, a quei milioni di voi lettori che siete a un bivio nella vita – che siete colpiti dall'attuale crisi economica e vi sentite indifesi riguardo a ciò che potete fare per garantire il vostro futuro finanziario.

Voglio che sappiate che, nonostante ciò che possono sembrare, questi sono i tempi migliori per assumere il controllo del vostro futuro. Ho passato la vita a istruire le persone su come raggiungere la libertà finanziaria, e so che questo libro, come gli altri della serie *Rich Dad*, vi fornirà l'intuito necessario per creare – e sostenere – la ricchezza negli anni futuri.

Una volta che imparate la verità di come funziona il denaro, e venite a sapere delle opportunità di business a vostra disposizione nel 21° secolo, sarete in grado di iniziare a costruire la vita che desiderate.

Ringraziamenti

Vorrei ringraziare mia moglie, Kim, per il suo continuo amore e sostegno, come pure la mia famiglia di *Rich Dad* che mi ha aiutato a far arrivare il messaggio dell'istruzione finanziaria a milioni di persone in tutto il mondo.

Vorrei ringraziare anche John Fleming per il suo inestimabile intuito sul network marketing, e Stewart Johnson, Reed Bilbray e lo staff di VideoPlus per il loro aiuto nel mettere insieme questo libro.

Infine, vorrei ringraziare John David Mann e J.M. Emmert per avere portato in questo progetto la loro capacità e la loro passione.

Introduzione

L'economia è in pezzi; il tuo posto di lavoro è nei guai... se ancora ce l'hai. E sai cosa? Lo sto dicendo da anni.

Ci è voluto un crollo finanziario globale perché la maggior parte della gente mi desse ascolto. Ma questo libro non riguarda il come o il perché tutto sia andato a rotoli. Riguarda il motivo per cui questa cattiva notizia si rivela un'ottima notizia... se sai cosa farne.

Ho imparato il business da due persone: mio padre, che era un dipendente statale molto colto e con un posto importante, e il padre del mio migliore amico, che aveva abbandonato la scuola in terza media ed era un milionario che si era fatto da sé. Il mio vero padre soffrì di problemi finanziari per tutta la vita e morì lasciando pochissimo, nonostante i lunghi anni di duro lavoro; il padre del mio migliore amico divenne uno degli uomini più ricchi delle Hawaii.

Consideravo questi due uomini il "padre povero" e il "padre ricco". Ho amato e ammirato moltissimo il mio vero padre, e ho promesso solennemente che avrei aiutato più persone possibile a evitare di soffrire dei tipi di umiliazioni e insuccessi che hanno afflitto la sua strada.

Dopo essermene andato di casa, ebbi esperienze di ogni tipo. Prestai servizio nei Marines come elicotterista in Vietnam. Andai a lavorare per la Xerox, iniziando come il loro venditore peggiore e andandomene quattro anni dopo come il venditore migliore. Dopo aver lasciato la Xerox, ho creato varie imprese internazionali con fatturati multimilionari e sono stato in grado

di andare in pensione a 47 anni per dedicarmi alla mia passione: insegnare agli altri come costruire la ricchezza e vivere la vita che sognano di vivere, anziché accontentarsi della mediocrità e di un'ombrosa rassegnazione.

Nel 1997, ho scritto le mie esperienze in un piccolo libro. Devo avere trovato ascolto presso almeno alcuni lettori: *Padre ricco, padre povero* è balzato in cima alla lista dei bestseller del *New York Times* e ci è rimasto per più di quattro anni. È stato definito "il libro di business più venduto di tutti i tempi".

Da allora ho dato alle stampe un'intera serie di libri di *Rich Dad*, e sebbene ciascuno di essi abbia una focalizzazione leggermente diversa, tutti offrono esattamente lo stesso messaggio di quel primo libro, ed è il messaggio al cuore di questo libro che ora tieni in mano:

Assumi la responsabilità delle tue finanze... o abituati a ricevere ordini per il resto della vita. O sei un padrone del denaro o nei sei schiavo. È una tua scelta.

Nella mia vita ho avuto la fortuna incredibile di avere esperienze e mentori che mi hanno mostrato come costruire un'autentica ricchezza. Di conseguenza, sono riuscito ad abbandonare completamente qualunque bisogno di lavorare ancora. Fino ad allora ho lavorato per costruire il futuro della mia famiglia. Da allora in poi ho lavorato per contribuire a costruire il tuo futuro.

Negli ultimi dieci anni, ho dedicato la vita a trovare i modi più efficaci e concreti per aiutare le persone a trasformare la loro vita nel 21° secolo imparando come costruire una ricchezza autentica. Attraverso i nostri libri della serie *Rich Dad*, i miei soci e io abbiamo scritto a proposito dei molti tipi e delle molte forme diverse di impresa e investimento. Ma durante questi anni di ricerche intense, mi sono imbattuto in un modello di business in particolare che a mio avviso ha in serbo la promessa più grande perché il numero più ampio di persone assuma il controllo della propria vita finanziaria, del proprio futuro e del proprio destino.

Un'altra cosa. Quando dico ricchezza *autentica* non sto parlando solo del denaro. Il denaro fa parte di essa, ma non è tutto. La costruzione di un'autentica ricchezza riguarda tanto il costruttore quanto ciò che è costruito.

In questo libro ti mostrerò perché hai bisogno di costruire il tuo business, ed esattamente quale tipo di business. Ma non si tratta semplicemente di cambiare il tipo di business con cui stai lavorando; si tratta di cambiare te. Posso mostrarti come scoprire ciò di cui hai bisogno per far crescere il business perfetto per te, ma perché il tuo business cresca, dovrai crescere anche tu.

Benvenuto nel business del 21° secolo.

PRIMA PARTE

Assumi il controllo del tuo futuro

*Perché hai bisogno di avere
un business in proprio*

Le regole sono cambiate

Viviamo in tempi travagliati. Gli ultimi anni ci hanno portato una sfilata costante di paura e panico nei titoli dei giornali, nei consigli di amministrazione e attorno ai tavoli di cucina da una parte all'altra dell'America. La globalizzazione, l'acquisto di beni e servizi all'estero, i ridimensionamenti, i pignoramenti, i mutui subprime e i *credit default swaps*, gli schemi Ponzi, i fallimenti di Wall Street, la recessione... è solo una brutta notizia dopo l'altra.

Durante i primi mesi del 2009, i licenziamenti delle società statunitensi hanno raggiunto la cifra di circa 250.000 al mese. Mentre scrivo questo, alla fine del 2009, la disoccupazione è al 10,2% ed è ancora in aumento, e la sottoccupazione (dove il tuo posto di lavoro rimane, ma l'orario e lo stipendio vengono tagliati drasticamente) è ancora peggiore. Il declino dilagante di un'occupazione redditizia è un'epidemia devastante a cui pochi sono immuni. Dai dirigenti e i quadri intermedi agli impiegati della pubblica amministrazione e agli operai, dai banchieri ai commessi, tutti sono a rischio. Perfino il settore della sanità, considerato fino a poco tempo fa un'area sicura per i posti di lavoro, sta tagliando pezzi importanti della sua forza lavoro.

In un'inchiesta del 2009 di *USA Today*, il 60% degli americani intervistati ha detto di considerare la situazione economica odierna come la crisi più grossa di tutta la sua vita.

Nell'autunno del 2008, i portafogli per il pensionamento di molte persone hanno perso improvvisamente la metà del loro valore... o più. Gli immobili sono crollati. Quelli che la gente *riteneva* attivi solidi e affidabili si sono rivelati solidi come il vapore acqueo. La sicurezza del posto di lavoro è scomparsa, una cosa del passato. In un'inchiesta del 2009 di *USA Today*, il 60% degli americani intervistati ha detto di considerare la situazione economica odierna come la crisi più grossa di tutta la sua vita.

Naturalmente, sono tutte cose che sai già. Ma ecco quello che forse non sai: *niente di tutto questo è realmente una novità*. Certo, ci è voluta una grossa crisi economica perché la gente cominciasse a diventare consapevole del fatto che i suoi mezzi di sussistenza erano a rischio. Ma il tuo reddito non è divenuto un reddito a rischio dall'oggi al domani: è sempre stato a rischio.

La maggior parte della popolazione statunitense vive da anni sul precipizio, in bilico fra la solvibilità e la rovina, contando su una o due buste paga prossime per far fronte alle spese di ogni mese, di norma con solo un cuscinetto molto sottile di risparmi in contanti – o più spesso senza alcun cuscinetto. Quella busta paga si chiama “scambiare il tuo tempo con il denaro”, e, durante una recessione, è la fonte di reddito esistente *meno* affidabile. Perché? Perché quando il numero delle persone occupate comincia a calare, c'è meno reddito disponibile in circolazione per pagare il tuo tempo.

Te l'avevo detto

Non per essere uno di quelli che dicono “te l'avevo detto”, ma... *te l'avevo detto*.

Dico questo da anni: non esiste più un posto di lavoro sicuro e tranquillo. L'America societaria è un dinosauro del 20° secolo, che trema sull'orlo dell'estinzione, e l'unico modo perché tu abbia un futuro autenticamente sicuro è che tu assuma il controllo di tale futuro.

Ecco ciò che ho scritto nel 2001, in un libro intitolato *A scuola di business. Per chi vuole aiutare gli altri*¹:

A mio avviso, gli Stati Uniti e molte nazioni occidentali hanno all'orizzonte un disastro finanziario in arrivo, causato dall'incapacità del nostro sistema didattico di offrire un programma di istruzione finanziaria realistico agli studenti.

Quello stesso anno, in un'intervista per Nightingale-Conant, ho detto:

Se pensi che i fondi comuni saranno lì per te, se vuoi scommettere la tua vita sugli alti e bassi della borsa, stai scommettendo sul tuo pensionamento. Cosa succede se la borsa è al rialzo e poi crolla di nuovo quando hai 85 anni? Non hai alcun controllo. Non sto dicendo che i fondi comuni siano cattivi. Sto dicendo solamente che non sono sicuri e non sono intelligenti, e io non scommetterei il mio futuro finanziario su di essi.

Nella storia del mondo, mai prima d'ora tante persone hanno scommesso il loro pensionamento sulla borsa. Questo è folle. Pensi che la Previdenza Sociale sia lì per prendersi cura di te? Allora credi anche al Coniglietto Pasquale.

E in un'intervista concessa nel marzo 2005 ho detto questo:

Il punto di forza numero uno di un attivo cartaceo è la sua liquidità – e questo è anche il suo punto debole numero uno. Tutti noi sappiamo che ci sarà un altro crollo del mercato e saremo nuovamente spazzati via. Perché dovresti fare questo?

Quindi, cos'è appena successo? C'è stato un altro crollo del mercato e molte persone sono state spazzate via di nuovo. Perché? Perché le nostre abitudini e la nostra *forma mentis* ci hanno catturati.

Nel 1971 l'economia americana è uscita dal sistema aureo. Questo è avvenuto senza l'approvazione del Congresso, tra l'altro, ma la cosa importante è che è avvenuto. Perché questo

¹ Gribaudo, Milano 2007.

è significativo? Perché ha dato il via libera perché iniziassimo a stampare sempre più denaro, tanto quanto ne volevamo, senza che fosse legato ad alcun valore reale, effettivo e solido.

Questo allontanamento dalla realtà ha aperto le porte al più grande boom economico della storia. Nei 35 anni successivi il ceto medio americano è esploso. Mentre il dollaro era svalutato e il valore degli immobili e di altri attivi si gonfiava nei libri contabili, persone comuni sono divenute milionarie. Improvvisamente il credito era a disposizione di chiunque, in qualunque momento, ovunque, e le carte di credito hanno cominciato a spuntare come funghi dopo una pioggia primaverile. Per rimborsare tali carte di credito, gli americani hanno cominciato a usare le case come Bancomat, rifinanziando e prendendo in prestito, prendendo in prestito e rifinanziando.

Dopotutto, gli immobili aumentano sempre di valore, giusto?

Sbagliato. Entro il 2007 avevamo pompato tanta aria calda in questa mongolfiera finanziaria quanta ce ne poteva entrare – e la fantasticheria si è abbattuta di nuovo fino a terra. E non sono crollate solo Lehman Brothers e Bear Stearns. Milioni di persone hanno perso i piani 401(k), le pensioni e i posti di lavoro.

Il numero di persone che vivono ufficialmente sotto la soglia della povertà è in rapido aumento. Il numero di persone che lavorano oltre i 65 anni sta crescendo.

Negli anni Cinquanta, quando la General Motors era la società di capitali più potente d'America, la stampa ha preso una dichiarazione del presidente della General Motors e l'ha trasformata in uno slogan che si è sentito per decenni: "Come va la General Motors, così va la nazione". Be', gente, può darsi che questa non sia una buona notizia, perché nel 2009 il posto in cui è andata la General Motors è stata la bancarotta, e quella stessa estate lo Stato della California pagava i suoi conti con i *pagherò* anziché con i contanti.

In questo momento la percentuale di americani che è proprietaria della sua casa è in calo. I pignoramenti hanno raggiunto un massimo storico. Il numero di famiglie del ceto medio sta diminuendo. I conti di risparmio sono più piccoli, se esistono, e il debito delle famiglie è più grande. Il numero di persone che vivono ufficialmente sotto la soglia della povertà è in rapido aumento. Il numero di persone che lavorano oltre i 65 anni sta crescendo. Il numero di nuovi fallimenti sta andando alle stelle. E molti americani non hanno abbastanza per andare in pensione – non ci sono neanche vicini.

Tutte queste brutte notizie hanno attirato la tua attenzione? Certamente, e non sei il solo. Gli americani, dappertutto, hanno smesso infine di girarsi sul fianco e di premere il pulsante *Snooze* (pisolino). Fantastico! Ora sei consapevole di ciò che sta accadendo, e non è bello. Quindi diamo un'occhiata più in profondità e vediamo cosa significa realmente – e cosa puoi fare in proposito.

È un nuovo secolo

Quando ero ragazzo, i miei genitori mi hanno insegnato la medesima formula per il successo che probabilmente hai imparato: vai a scuola, studia molto, e prendi buoni voti in modo da poterti procurare un posto di lavoro sicuro e altamente remunerativo con le indennità – e il tuo posto di lavoro si prenderà cura di te.

Ma questo è un modo di pensare dell'era industriale, e noi non siamo più nell'era industriale. Il tuo posto di lavoro *non* si prenderà cura di te. Lo Stato *non* si prenderà cura di te. *Nessuno* si prenderà cura di te. È un nuovo secolo, e le regole sono cambiate.

I miei genitori credevano nella sicurezza del posto di lavoro, nelle pensioni societarie, nella Previdenza Sociale e in Medicare. Queste sono tutte idee logore e obsolete, anzi di un'epoca scomparsa. Oggi la sicurezza del posto di lavoro è una cosa ridicola, e l'idea stessa di un impiego per tutta la vita con

un'unica società – un ideale difeso così fieramente da IBM nel momento del suo apogeo – è anacronistico come una macchina da scrivere manuale.

Molti pensavano che i loro piani pensionistici 401(k) fossero sicuri. Ehi, erano garantiti da azioni di prim'ordine e fondi comuni, che cosa poteva andare male? È emerso che *tutto* poteva andare male. Il motivo per cui queste vacche, un tempo sacre, non diano più latte è che sono *tutte* obsolete: pensioni, sicurezza del posto di lavoro, sicurezza del pensionamento – è tutto un modo di pensare dell'era industriale. Ora siamo nell'era informatica, e dobbiamo usare un modo di pensare dell'era informatica.

Per fortuna, la gente sta cominciando ad ascoltare e a imparare. È un peccato che occorranza la sofferenza e l'avversità per far capire la lezione, ma almeno le lezioni *sono* comprese. Ogni volta che sperimentiamo una grossa crisi – il crollo delle aziende di commercio elettronico, la crisi economica successiva all'11 settembre, il panico finanziario del 2008 e la recessione del 2009 – più persone si rendono conto che le vecchie reti di sicurezza non reggeranno semplicemente più.

Il mito societario è finito. Se hai passato anni a salire sulla scala societaria, ti sei mai fermato per notare la veduta? Quale veduta, chiedi? Il didietro della persona davanti a te. Questo è ciò che arrivi ad aspettare con impazienza. Se questo è ciò che vuoi vedere per il resto della vita, allora questo libro probabilmente non fa per te. Ma se sei stufo e stanco di guardare il didietro di qualcun altro, allora continua a leggere.

Non farti ingannare di nuovo

Mentre scrivo questo, la disoccupazione è ancora in aumento. Quando *leggi* queste parole, chi lo sa? – la situazione può essere cambiata. Non farti ingannare. Quando l'occupazione e i prezzi degli immobili invertiranno la rotta, e il credito si allenterà di nuovo, come avverrà inevitabilmente, non essere indotto a provare subito quel solito senso di falsa sicurezza che ha cacciato te e il resto del mondo in questo pasticcio.

Nell'estate del 2008 i prezzi della benzina stavano salendo fino a oltre 4 dollari al gallone. Le vendite di SUV sono andate a picco come un sasso, e improvvisamente tutti si gettavano nella moda dell'auto piccola e ibrida. Ma guarda cos'è successo dopo. Entro il 2009 i prezzi della benzina erano calati di nuovo sotto i 2 dollari – e, lo giuro, la gente ha cominciato a comprare di nuovo i SUV!

Cosa?! Pensi *davvero* che i prezzi del carburante rimangano proprio bassi? Che ora i prezzi della benzina siano scesi una volta per tutte, e che quindi sia assolutamente sensato acquistare le auto che consumano molto carburante? Puoi essere davvero così miope? (Sto cercando di essere gentile qui. La parola che *stavo* per usare era "stupido").

Purtroppo, la risposta è sì. Non ci facciamo ingannare solo una volta; ci facciamo ingannare ripetutamente. Tutti noi siamo cresciuti sentendo la favola della cicala e della formica, ma la stragrande maggioranza di noi continua a vivere comunque con la vista di una cicala.

Non farti distrarre dai titoli di giornale. C'è sempre qualche voce idiota in giro che cerca di distogliere la tua attenzione dal serio business di costruire la tua vita. È solo rumore. Che si tratti di terrorismo, della recessione o degli ultimi scandali del ciclo elettorale, non ha nulla a che fare con ciò che devi fare oggi per costruire il tuo futuro.

Durante la Grande Depressione, ci furono persone che guadagnarono una fortuna. E durante i più grandi periodi di boom, come l'ultima impennata degli immobili degli anni Ottanta, ci sono stati milioni e milioni di individui che hanno trascurato di prendersi cura del loro futuro – che hanno ignorato tutto ciò di cui parlerò in questo libro – e hanno finito per trovarsi in difficoltà o al verde. La maggior parte di loro, in realtà, oggi è ancora in difficoltà o al verde.

Il problema non è l'economia. Il problema sei *tu*.

Sei arrabbiato con la corruzione nel mondo societario? Con Wall Street e le grosse banche che hanno permesso che questo accadesse? Con lo Stato perché non ha fatto abbastanza, o perché ha fatto troppo, o perché ha fatto troppe cose sbagliate

e non ha fatto abbastanza cose giuste? Sei arrabbiato con te stesso per non avere assunto il controllo prima?

La vita è dura. La domanda è: cosa hai intenzione di fare in proposito? Gemere e lamentarti non ti assicurerà un futuro. Né te lo assicurerai incolpando Wall Street, le grosse banche, l'America societaria o lo Stato.

Se vuoi un futuro solido, devi creartelo. Puoi prenderti cura del tuo futuro *solo* quando assumi il controllo della tua *fonte di reddito*. Hai bisogno del tuo business personale.

Il motivo di ottimismo

Il 13 luglio 2009 la rivista *TIME* ha pubblicato un articolo a pagina 2 intitolato “10 Questions for Robert Kiyosaki” (“10 domande per Robert Kiyosaki”). Una delle domande che mi sono state fatte è questa: “Ci sono opportunità per creare nuove società in questa economia turbolenta?”

“Stai scherzando?!” è stato il mio primo pensiero. Ecco come ho risposto:

Questo è il momento migliore. I periodi brutti sono quelli in cui emergono i veri imprenditori. Agli imprenditori in realtà non interessa se il mercato è al rialzo o al ribasso. Essi stanno creando prodotti migliori e processi migliori. Perciò quando qualcuno dice: “Oh, ci sono meno opportunità ora”, è perché è un perdente.

Hai sentito moltissime brutte notizie sull'economia. Sei pronto per una buona notizia? In realtà, la cattiva notizia è la buona notizia. Ti dirò la stessa cosa che ho detto alla rivista *TIME*: *Una recessione è il momento migliore per avviare il tuo business.* Quando l'economia rallenta, l'imprenditoria si infiamma come una stufa a legna fornita di combustibile in una fredda notte invernale.

D: Cos'hanno in comune gli imperi Microsoft e Disney, oltre al fatto di essere diventati entrambi dei business miliardari di enorme successo e fama?

R: Entrambi sono stati avviati durante una recessione.

In realtà, più della metà delle società che formano l'indice Dow Jones hanno avuto inizio durante una recessione.

Perché? Semplice: in periodi di incertezza economica, le *persone diventano creative*. Fuggono dalle loro aree di comodità e prendono l'iniziativa per contribuire a far quadrare il bilancio. È una questione di buona imprenditoria americana all'antica nella sua forma migliore. Quando il gioco si fa duro, i duri iniziano a giocare.

In primo luogo, il mercato per una nuova opportunità è maturo durante periodi economici difficili. Cinque anni fa, quando i prezzi delle case crescevano vertiginosamente e il credito era disponibile ovunque, nessuno aveva fame. Le persone avevano la pancia piena, si sentivano al sicuro e pochi cercavano qualche possibilità di reddito alternativa. I dipendenti non si preoccupavano della stabilità finanziaria dei datori di lavoro, né si preoccupavano che nel loro futuro potesse esserci la lettera di licenziamento.

Ma ora che i licenziamenti dilagano e tutti si preoccupano di cosa avrà in serbo il futuro, milioni di individui rivalutano sobriamente le loro finanze e si rendono conto che se vogliono avere un futuro sicuro su cui poter contare, dovranno tirare fuori un piano B. Oggi le persone desiderano più che mai guadagnare denaro extra, e a causa di questo sono più ricettive e più inclini ad aprire la mente nei confronti di nuove strade.

In realtà, questo era vero anche *prima* della recente catastrofe economica. Fin dagli anni Ottanta, e soprattutto a partire dalla fine del 20° secolo, si è sviluppata la spinta a controllare il nostro futuro economico. Ecco cosa ha detto la Camera di Commercio statunitense in un rapporto del 2007 intitolato *Lavoro, imprenditorialità e opportunità nell'America del 21° secolo*: “Milioni di americani stanno abbracciando l'imprenditorialità gestendo piccole imprese in proprio”.

Il 72% di tutti gli americani adulti preferisce lavorare in proprio anziché per un posto di lavoro, e il 67% pensa “regolarmente” o “costantemente” di lasciare il suo posto.

Ora, non sono un economista, ma conosco qualcuno che lo è: Paul Zane Pilzer.

Paul è un fenomeno, il vicepresidente più giovane che ci sia mai stato alla Citibank, e ha lasciato il mondo bancario per guadagnare milioni mettendosi in proprio. Alcuni suoi libri sono stati nelle classifiche dei bestseller del *New York Times*, ha predetto la crisi di Savings & Loan prima che accadesse, e ha prestato servizio come consulente economico in due amministrazioni presidenziali. È qualcuno che vale la pena ascoltare.

Paul parla di un cambiamento a 180° dei valori culturali attorno alla natura delle strade per fare carriera – con la struttura convenzionale della carriera del dipendente societario che cede il passo alla strada imprenditoriale.

“L’opinione tradizionale nella seconda metà del 20° secolo”, dice Paul, “consisteva nell’andare a scuola, ricevere una buona istruzione, e andare a lavorare per una grande società. L’idea di entrare in affari in proprio era considerata il più delle volte rischiosa. Ammirevole, magari, ma rischiosa... e forse un po’ pazzia. Oggi è totalmente all’inverso”.

Paul ha ragione. Il rapporto della Camera di Commercio statunitense che ho menzionato si riferisce anche a un sondaggio di opinione Gallup che rileva che il 61% degli americani dice che preferirebbe lavorare in proprio. Un altro sondaggio, stavolta dell’impresa di ricerche Decipher di Fresno, ha scoperto che il 72% di tutti gli americani adulti preferisce lavorare in proprio anziché per un posto di lavoro, e il 67% pensa “regolarmente” o “costantemente” di lasciare il suo posto.

E non si tratta semplicemente di *guadagnarsi* da vivere; si tratta anche della qualità di *come* viviamo. Le persone stanno diventando consapevoli del fatto che vogliono più controllo sulla loro vita. Vogliono essere più in relazione con le loro famiglie, avere il controllo del loro tempo, lavorare a domicilio, determinare il loro destino. In quello studio di Decipher, l’84% degli intervistati ha affermato che il lavoro li appassionerebbe maggiormente se fossero titolari del loro business. La ragione numero uno che hanno fornito per il fatto di voler lavorare in proprio? “Essere più appassionato della mia vita lavorativa”.

Ciò che sta accadendo è che il mito del 20° secolo della sicurezza del posto di lavoro – con la sua promessa che la strada per una vita lunga, felice e appagante sia quella di trovare un posto di lavoro lavorando per qualcun altro – sta crollando sotto i nostri occhi.

La mitologia dell’impiego

Le nostre condizioni economiche hanno fatto il lavaggio del cervello alla maggior parte di noi a tal punto che consideriamo normale l’impiego. Ma lungi dall’essere storicamente “normale”, l’intero concetto di fare il dipendente in realtà è un fenomeno abbastanza recente.

Durante l’era agraria, i più erano imprenditori. Sì, erano agricoltori che lavoravano le terre del re, ma non erano i dipendenti del re. Non ricevevano una busta paga dal re. In realtà, era l’opposto: l’agricoltore pagava al re una tassa per il diritto di usare la sua terra. Questi agricoltori in effetti si guadagnavano da vivere come titolari di piccole imprese. Erano macellai, fornai e fabbricanti di candelieri che trasmettevano il loro mestiere attraverso la stirpe familiare in quelli che ci sono stati tramandati come cognomi comuni: Smith (*smith*, fabbro), per il fabbro ferraio del villaggio; Baker (*baker*, fornaio), per i proprietari di un forno; Farmer (*farmer*, agricoltore), perché il business della loro famiglia era l’agricoltura; Taylor (*tailor*, sarto), tratto dalla professione del sarto; e Cooper (*cooper*, bottaio), l’antico termine per indicare il mestiere del fabbricante di botti.

Solo nell’era industriale una nuova domanda ha iniziato a crescere: la domanda di dipendenti. Come risposta, lo Stato si è assunto il compito dell’istruzione di massa, adottando il sistema prussiano, in base al quale ancora oggi è modellata la maggior parte dei sistemi scolastici occidentali nel mondo.

Ti sei mai chiesto da dov’è venuta l’idea del pensionamento a 65 anni? Te lo dirò io: da Otto von Bismarck, il primo ministro della Prussia, nel 1889. In effetti, il piano di Bismarck cominciava a funzionare a 70 anni, non a 65, ma ha poca importanza. Pro-

mettere ai propri anziani una pensione garantita dopo i 65 anni non era un grande rischio economico per il governo di Bismark: all'epoca l'aspettativa di vita del prussiano medio era di circa 45 anni. Oggi, così tanti individui vivono fino all'ottantina e alla novantina che la medesima promessa potrebbe far fallire il governo federale entro la prossima generazione.

Quando farai ricerche sulla filosofia dietro all'istruzione prussiana, scoprirai che la finalità era produrre soldati e dipendenti, persone che avrebbero eseguito gli ordini e avrebbero fatto ciò che veniva detto loro. Il sistema prussiano è per produrre in serie i dipendenti.

In America, negli anni Sessanta e Settanta, società come IBM hanno fatto dell'"impiego per tutta la vita" il sistema aureo della sicurezza del posto di lavoro. Ma l'occupazione presso IBM ha raggiunto l'apice nel 1985, e l'intero concetto della carriera societaria solida e affidabile è in declino da allora.

"Come va la General Motors, così va la nazione..."

Eccoci qui, mezzo secolo dopo, e le cose non stanno andando così bene per la General Motors. Questo significa che l'America è condannata? No, ma ecco cos'è condannato a sparire: il mito della sicurezza societaria e il piano quarantennale.

Febbre imprenditoriale

Non sto dicendo che l'impiego sia una brutta cosa. Sto dicendo che è soltanto un modo per generare reddito, e un modo estremamente limitato. Ciò che sta accadendo proprio ora è che le persone diventano consapevoli di questo fatto. Questi individui – incluso te – si stanno rendendo conto che l'unico modo mediante il quale avranno ciò che vogliono davvero nella vita consiste nel metter piede sulla strada dell'imprenditore.

E, a proposito, non sono l'unico che vede questo. Puoi aver sentito parlare oppure no di Muhammad Yunus, autore di *Banker to the Poor*¹, ma il comitato del Nobel a Oslo, in Nor-

vegia, ha sentito parlare di lui. Gli hanno assegnato il premio Nobel nel 2006 per il suo concetto del microcredito per gli imprenditori del terzo mondo. "Tutti gli individui sono imprenditori", dice Yunus, "ma molti non hanno l'opportunità di scoprirlo".

**La febbre imprenditoriale ha preso una grande velocità,
perché, quando l'economia rallenta,
l'attività imprenditoriale si infiamma.
In effetti, gli imprenditori prosperano in tempi di depressione.**

Ha detto questo *prima* che l'economia iniziasse a fare fiasco nel 2007 e nel 2008, e sulla scia di tutte le cattive notizie finanziarie sempre più persone cercano attivamente l'opportunità di fare esattamente ciò di cui parla il signor Yunus.

La febbre imprenditoriale ha preso una grande velocità, perché, quando l'economia rallenta, l'attività imprenditoriale si infiamma. In effetti, gli imprenditori *prosperano* in tempi di depressione. In periodi di incertezza, cerchiamo altri modi per generare reddito. Quando sappiamo di non poter fare affidamento sui datori di lavoro, cominciamo a contare su noi stessi. Cominciamo a pensare che forse è ora di fuggire dalle nostre aree di comodità e di diventare creativi per contribuire a far quadrare il bilancio.

Un'inchiesta della Federal Reserve statunitense mostra che il patrimonio netto del nucleo familiare medio per gli imprenditori è il quintuplo rispetto a quello dei dipendenti tradizionali. Questo significa che gli imprenditori hanno cinque volte più probabilità di uscire da questa tendenza depressionaria illesi e perfino più forti di prima, perché hanno creato *la loro forte economia personale*.

Un'inchiesta recente ha scoperto che la maggior parte degli elettori statunitensi considera l'imprenditorialità la chiave per risolvere l'attuale crisi economica. "La storia ha dimostrato ripetutamente che nuove società e l'imprenditoria sono il mo-

¹ Trad. it. *Il banchiere dei poveri*, Feltrinelli, Milano 2003.

do per sostenere un'economia vacillante", ha detto il direttore esecutivo dell'inchiesta.

Senza scherzi.

Forse quella "maggior parte degli elettori statunitensi" che dice di credere questo alzerà davvero le chiappe e *farà* qualcosa in proposito. È possibile, anche se non sto trattenendo il fiato. Ma proprio ora l'economia vacillante che mi interessa maggiormente vedere sostenuta dall'imprenditorialità è la *tua*.

Questi possono essere periodi economici difficili per la maggioranza, ma per alcuni imprenditori – quelli che hanno la mente abbastanza aperta per capire ciò che ho intenzione di spiegare nei prossimi capitoli – questi sono tempi carichi di potenziale economico. Non solo ora è il momento per avere il tuo business in proprio, ma, in effetti, non c'è mai stato un periodo migliore di quello odierno.

Come ho detto, quando il gioco si fa duro, i duri iniziano a giocare. E se questo è vero – e lo è – allora questo lascia solo due domande.

In primo luogo: sei disposto a essere duro?

E se la tua risposta è "sì", allora la domanda numero due è: il gioco si fa duro per fare *cosa*?

Non posso rispondere alla prima domanda per te, ma so *esattamente* come rispondere alla seconda domanda. La risposta a tale domanda è l'argomento di tutto questo libro.

CAPITOLO 3

Dove vivi?

Quindi lavori sodo da anni, mentre avanzi sulla scala. Forse sei ancora vicino al fondo della scala, o forse sei arrivato perfino vicino alla cima. Il punto in cui ti trovi sulla scala in realtà non ha importanza. Ciò che importa è la domanda che forse ti sei dimenticato di farti prima di investire tutto quel tempo e quello sforzo nella salita: dov'è piantata questa scala?

Come evidenzia Stephen R. Covey, non ha importanza quanto sali rapidamente o in alto sulla scala, se è appoggiata contro il muro sbagliato.

Lo scopo di questo capitolo è che tu smetta di salire per un minuto e veda dov'è piantata la tua scala. E, se non sei contento di dove si trova, che tu scopra dove potresti volerla trasferire.

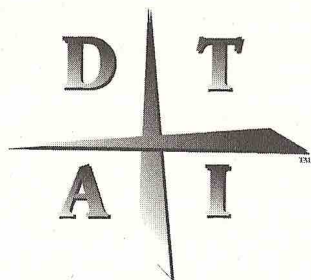
Come guadagni il denaro che guadagni?

La maggior parte della gente presume che la sua condizione finanziaria sia definita da quanto guadagna, dall'entità del suo patrimonio, o da una qualche combinazione di entrambe le cose. E non c'è alcun dubbio che questo ha una certa portata. La rivista *Forbes* definisce "ricca" una persona che guadagna oltre 1 milione di dollari all'anno (circa 83.333 dollari al mese, ovvero appena al di sotto di 20.000 dollari alla settimana), e "povera" una persona che guadagna meno di 25.000 dollari all'anno.

Ma ciò che è ancora più importante della quantità di denaro che guadagni è la *qualità* del denaro che guadagni. In altri termini, non solo quanto guadagni, ma come lo guadagni – da dove

proviene. In realtà ci sono *quattro fonti distinte* di cashflow. Ciascuna è piuttosto diversa dall'altra, e ognuna definisce e determina uno stile di vita molto diverso, a prescindere dalla somma di contante che guadagni.

Dopo aver pubblicato *Padre ricco, padre povero*, ho scritto un libro per spiegare questi quattro mondi diversi di reddito. Molte persone hanno detto che questo libro, *I Quadranti del Cashflow*², è il testo più importante che ho scritto, perché va dritto al cuore delle questioni cruciali in causa per le persone che sono pronte a effettuare veri cambiamenti nella vita.



I *Quadranti del Cashflow* rappresentano i metodi diversi mediante i quali si genera un reddito in contanti. Per esempio, un *dipendente* guadagna denaro avendo un posto di lavoro e lavorando per qualcun altro o per una società. Gli *autonomi* sono gli individui che guadagnano denaro lavorando in proprio, o come operatori solitari oppure attraverso una piccola impresa di loro proprietà. Un *titolare d'impresa* possiede una grande impresa (di solito con 500 dipendenti o più) che genera denaro. Gli *investitori* guadagnano denaro grazie a vari investimenti – in altri termini, denaro che genera più denaro.

D = Dipendente

A = Autonomo o titolare di piccola impresa

T = Titolare di grande impresa

I = Investitore

² Entrambi editi da Gribaudo.

In quale quadrante vivi? In altri termini, da quale quadrante ricevi la maggior parte del reddito con cui vivi?

Il quadrante D

La stragrande maggioranza di noi impara, vive, ama e lascia questa vita interamente all'interno del quadrante D. Il nostro sistema didattico e la nostra cultura ci addestrano, dalla culla alla tomba, su come vivere nel mondo del quadrante D.

La filosofia operativa per questo mondo è quella che il padre povero – il mio vero padre – mi ha insegnato, e che probabilmente hai imparato anche tu mentre crescevi: vai a scuola, studia molto e prendi buoni voti, e procurati un buon lavoro con le indennità in una grande società.

Il quadrante A

Spinti dal forte desiderio di più libertà e autodeterminazione, molti migrano dal quadrante D al quadrante A. Questo è il posto in cui la gente va per “mettersi in proprio” e perseguire il Sogno Americano.

Il quadrante A include una gamma enorme di potere di guadagno, dalla baby-sitter adolescente indipendente o dal giardiniere che sta appena iniziando la propria attività nella vita, fino ad arrivare all'avvocato altamente remunerato con uno studio privato, al consulente o al conferenziere.

Ma che tu stia guadagnando 8 dollari all'ora oppure 80.000 dollari all'anno, di solito il quadrante A è una trappola. Forse hai pensato che stavi “licenziando il tuo capo”, ma quello che è successo in realtà è che hai solo cambiato capo. Sei ancora un dipendente. L'unica differenza è che quando vuoi incolpare il tuo capo per i tuoi problemi, quel capo sei tu.

Il quadrante A può essere un posto difficile e ingrato in cui vivere. Tutti ti danno addosso lì. Lo Stato ti dà addosso – passi un'intera giornata alla settimana solo per gli adempimenti fi-

scali. I tuoi dipendenti ti danno addosso, i tuoi clienti ti danno addosso, e la tua famiglia ti dà addosso perché non ti prendi mai un periodo di riposo. Come puoi farlo? Se lo fai perdi terreno. Non hai periodi di riposo perché, se prendi periodi di riposo, il business non guadagna denaro.

In un modo molto reale, A significa "assoggettamento alla schiavitù". In realtà non possiedi il tuo business; il tuo business possiede te.

Il quadrante T

Il quadrante T è quello in cui va la gente per creare grandi imprese. La differenza fra un'impresa del quadrante A e un'impresa del quadrante T è che tu lavori per la tua impresa del quadrante A, ma la tua impresa del quadrante T lavora per te.

Ho molte imprese del quadrante T, inclusa l'impresa manifatturiera, l'impresa immobiliare, le società minerarie, e altre.

Coloro che vivono e lavorano nel quadrante T rendono se stessi a prova di recessione, perché controllano la fonte del loro reddito.

Il quadrante I

Questa non è fantascienza. Il padre ricco mi ha insegnato a vivere nel quadrante I giocando a Monopoli, e tutti noi sappiamo come funziona: quattro case verdi, un solo albergo rosso; quattro case verdi, un solo albergo rosso.

Cambiare posto di lavoro non significa cambiare quadrante

Ora permettimi di spiegarti perché è così importante capire questi quadranti diversi. Con che frequenza hai sentito qualcuno lamentarsi del proprio posto di lavoro, poi decidere di effettuare un cambiamento, solo per ritrovarsi alcuni anni dopo con le stesse vecchie lamentele?

Continuo a lavorare sempre più sodo, ma non sto facendo progressi.

Ogni volta che ottengo un aumento di stipendio, viene consumato dalle imposte e da spese più alte.

Preferirei fare [riempi lo spazio], ma non posso permettermi di tornare a scuola e imparare una professione completamente nuova in questa fase della vita.

Questo posto di lavoro fa schifo! Il mio capo fa schifo! La vita fa schifo! (eccetera)

Queste e decine di altre affermazioni analoghe denotano una persona che è intrappolata – intrappolata non in un certo posto di lavoro, ma in un intero quadrante. Il problema è che la maggior parte delle volte, quando le persone tirano fuori l'iniziativa per fare davvero un cambiamento nella loro vita, tutto ciò che fanno è cambiare posto di lavoro. Quello che devono fare è cambiare *quadrante*.

Fuggire da quelle strutture tipiche dei posti di lavoro e creare il tuo flusso di reddito ti mette nella migliore posizione per superare una tempesta economica, semplicemente perché non dipendi più da un capo o dall'economia per determinare il tuo reddito annuale. Ora sei tu a determinarlo.

Il lato sinistro – i quadranti D e A – è quello in cui vive la maggior parte della gente. È dove sei stato tirato su e addestrato a vivere. "Prendi buoni voti, così puoi procurarti un buon posto di lavoro", ci viene detto. Ma i tuoi voti non hanno importanza nel quadrante T. Il tuo banchiere non ti chiede di vedere la pagella; vuole vedere il tuo rendiconto annuale.

Fuggire da quelle strutture tipiche dei posti di lavoro e creare il tuo flusso di reddito ti mette nella migliore posizione per superare una tempesta economica, semplicemente perché non dipendi più da un capo o dall'economia per determinare il tuo reddito annuale. Ora sei tu a determinarlo.

Perlomeno l'80% della popolazione vive nel lato sinistro di questa illustrazione. Il quadrante D, in particolare, è il luogo in cui ci viene insegnato che troveremo tranquillità e sicurezza. D'altra parte, il lato destro – i quadranti T e I – è il luogo in cui risiede la libertà. Se vuoi vivere su quel lato, allora puoi realizzare questo. Ma se vuoi la sicurezza relativa del lato sinistro, allora forse ciò che ho da dire qui non fa per te. Questa è una decisione che solo tu puoi prendere.

In quale quadrante vivi?

In quale quadrante *vuoi* vivere?

I tuoi valori finanziari basilari

I quattro quadranti non sono solo quattro strutture di business diverse. Riguardano ancora di più quattro *strutture mentali* diverse. Il quadrante che scegli per trarne il tuo reddito primario ha meno a che fare con le circostanze esterne – la tua istruzione, la formazione, l'economia, quelle che sembrano essere le opportunità disponibili attorno a te – e ha molto più a che fare con ciò che tu sei nell'intimo: i tuoi punti di forza, i tuoi punti deboli e i tuoi interessi centrali.

Si tratta dei tuoi *valori finanziari basilari*. Sono queste differenze basilari che ci attirano o ci allontanano dai diversi quadranti.

È importante capire questo, perché significa che spostarsi dal quadrante D o A per passare al quadrante T non è semplice come compilare un modulo di cambiamento di indirizzo all'ufficio postale. Non solo cambi ciò che fai, ma, in un modo molto reale, cambia anche *chi sei*. O almeno *come pensi*.

Alcune persone possono amare il fatto di essere dipendenti, mentre altre lo odiano. Alcuni amano possedere società, ma non vogliono gestirle. Certe persone amano investire, mentre altre vedono solo il rischio di perdere denaro. Molti di noi sono un po' come ciascuno di questi personaggi. È importante anche osservare che puoi essere ricco o povero in tutti e quattro i quadranti. Ci sono individui che guadagnano milioni e individui che falliscono in ogni quadrante. Vivere in un dato quadrante non significa necessariamente in sé garantire il successo finanziario.

Puoi distinguere in quale quadrante vive la gente ascoltando le sue parole. Quando avevo 9 anni, cominciai a sedermi accanto al padre ricco quando faceva colloqui con qualcuno per un'eventuale assunzione. Grazie a questi colloqui imparai ad ascoltare per capire i valori basilari delle persone – valori che, diceva il padre ricco, venivano dalla loro anima.

Ecco alcune frasi chiave che emergono da ogni quadrante, insieme a un'istantanea dei valori basilari di ognuno.



I valori del quadrante D

“Sto cercando un posto di lavoro tranquillo e sicuro con un buono stipendio e ottime indennità”.

Per qualcuno che vive nel quadrante D, il valore basilare è la *sicurezza*.

Potresti essere il vicepresidente più remunerato di una società, eppure condividere ancora i medesimi valori basilari del portiere della società, che percepisce un decimo del tuo stipendio. Una persona nel quadrante D, che sia il portiere o il presidente, pensa o dice spesso parole come queste: “Sto cercando un posto di lavoro tranquillo e sicuro con le indennità”. Oppure: “Quanto guadagniamo per lo straordinario?” Oppure: “Quante vacanze retribuite abbiamo?”

Quando converso con qualcuno del quadrante D e parlo di quanto amo avviare le mie imprese, costui può dire: “Sì, ma non è rischioso?” Ciascuno di noi vede la vita a partire dai propri

valori basilari. Ciò che è entusiasmante per me è terrificante per qualcun altro. Per questo, quando sono in compagnia di persone che vivono nel quadrante D e A, di solito parlo del tempo, dello sport o dei programmi televisivi.

I valori del quadrante A

“Se vuoi che una cosa sia fatta bene, falla tu”.

Per le persone nel quadrante A, il valore basilare è l'*indipendenza*. Vogliono la libertà di fare ciò che vogliono. Quando una persona dice: “Lascero il mio posto di lavoro e mi metterò in proprio”, la strada imboccata è quella dal quadrante D al quadrante A.

Le persone che si trovano nel quadrante A sono titolari di piccole imprese, aziende a conduzione familiare, specialisti e consulenti. Per esempio, ho un amico che installa televisori a grande schermo, sistemi telefonici e sistemi di allarme nelle case dei ricchi. Ha tre dipendenti ed è contento di essere il capo di appena tre persone. È un A laborioso e intransigente. Le persone che lavorano su commissione, come gli agenti immobiliari e i broker di assicurazioni, sono nel quadrante A. Il quadrante A è pieno anche di professionisti, come medici, avvocati e commercialisti che non appartengono a grandi imprese sanitarie, legali o contabili.

Le persone che vivono nel quadrante A spesso sono molto orgogliose del lavoro delle loro mani o del loro cervello. Se avessero un motivo ricorrente, sarebbe: “Nessuno lo fa meglio di me” oppure “A modo mio”. Eppure, dietro la facciata dell'indipendenza, spesso troverai una mancanza di fiducia nel cuore dell'approccio al business di questa persona – il che significa anche il suo approccio alla vita, perché il modo in cui vediamo il nostro business tende a essere il modo in cui vediamo *tutto*.

Spesso un A viene pagato su commissione oppure in base alla quantità di tempo dedicata a un posto di lavoro. Per esempio, un A può dire parole come: “La mia provvigione è il 6% sul

prezzo totale di acquisto". Oppure "Chiedo 100 dollari all'ora". Oppure: "La mia tariffa è il costo più il 10%".

Ogni volta che incontro qualcuno del quadrante D o A che ha difficoltà a effettuare la transizione al quadrante T, di solito vedo una persona con grande abilità tecniche o manageriali, ma scarse capacità di leadership. Il padre ricco soleva dire: "Se sei il leader della squadra e sei anche la persona più intelligente della squadra, la tua squadra è nei guai". Le persone nel quadrante A spesso non lavorano troppo bene con le squadre; possono avere in qualche misura un problema di ego.

Per effettuare il salto dal quadrante A al quadrante T, ciò che occorre è un salto quantico non sul piano delle abilità tecniche, ma sul piano delle abilità di leadership. Come ho detto molte volte prima, nel mondo reale gli studenti da "ottimo" spesso vanno a lavorare per gli studenti da "mediocre" – e gli studenti da "buono" lavorano per lo Stato.

Se ti sei mai sentito dire: "Se vuoi che una cosa sia fatta bene, falla tu", oppure se tendi a pensare in questo modo, potrebbe essere un buon momento per esaminare in modo approfondito tale filosofia.

I valori del quadrante T

"Sto cercando le persone migliori per farle entrare nella mia squadra".

Per le persone nel quadrante T, il valore basilare è la *costruzione di ricchezza*.

Coloro che iniziano da zero e costruiscono grandi imprese del quadrante T spesso sono persone con una potente missione nella vita, persone che apprezzano una squadra straordinaria e un lavoro di squadra efficiente e vogliono servire più persone possibile e lavorare con più persone possibile.

Mentre una persona nel quadrante A vuole essere la migliore nel suo campo, una persona nel quadrante T vuole costruire una squadra formata da altre persone che siano le migliori nei loro campi. Henry Ford si circondava di persone più intelli-

genti di lui. Mentre sovente un uomo d'affari del quadrante A è la persona più intelligente o di maggior talento nella stanza, spesso ciò non è vero per quanto riguarda l'uomo d'affari del quadrante T.

Quando possiedi un'impresa del quadrante T, spesso avrai a che fare con persone che sono molto più intelligenti, più esperte e più capaci di te. Il padre ricco non aveva nessuna istruzione formale, ma l'ho osservato mentre aveva a che fare con banchieri, avvocati, commercialisti, consulenti di investimenti ed esperti, molti dei quali avevano lauree di livello superiore. Nel raccogliere denaro per le sue imprese, spesso aveva a che fare con persone che erano molto più ricche di lui. Se fosse vissuto in base al motto: "Se vuoi che una cosa sia fatta bene, falla tu", avrebbe finito per essere un completo fallito.

Sul piano del pagamento, una vera persona del quadrante T può lasciare il suo business ed essere ancora pagata. Nella maggior parte dei casi, se qualcuno nel quadrante A smette di lavorare, termina anche il reddito. Quindi, una domanda che forse dovresti porti ora è: "Se smetto di lavorare oggi, quanto reddito continua ad arrivare?" Se il tuo reddito cessa in sei mesi o meno, allora è probabile che tu sia nel quadrante D o A. Una persona nel quadrante T o I può smettere di lavorare per anni e il denaro continuerà ad arrivare.

I valori del quadrante I

"Qual è il mio rendimento dell'investimento?"

Ciò che le persone nel quadrante I apprezzano maggiormente è la *libertà finanziaria*. L'investitore ama l'idea che il suo denaro lavori per lui, invece di essere lui a lavorare per il denaro.

L'investitore investe in molte cose. Può investire in monete d'oro, immobili, imprese, o attivi cartacei come azioni, obbligazioni e fondi comuni.

Se il tuo reddito deriva da una società o dai piani pensionistici statali, invece che dalla tua conoscenza personale degli investimenti, allora quello è un reddito proveniente dal qua-

drante D. In altri termini, il tuo capo o l'impresa stanno ancora pagando il conto per i tuoi anni di lavoro.

Le parole che si possono sentire pronunciare da un investitore sono: "Ricevo un rendimento del 20% sui miei attivi", oppure: "Mostrami i dati finanziari della società", oppure: "Quanta manutenzione con tassazione differita c'è sulla proprietà immobiliare?"

Quadranti diversi, investitori diversi

Nel mondo di oggi, tutti noi abbiamo bisogno di essere investitori. Tuttavia, i nostri sistemi scolastici non ci insegnano molto sugli investimenti. Oh, so che alcune scuole insegnano a selezionare le azioni, ma per me questo non è investimento: è gioco d'azzardo.

Anni fa, il padre ricco mi fece notare che la maggior parte dei dipendenti investe in fondi comuni o in risparmi. Disse anche: "Il fatto che tu abbia successo in un quadrante, come il quadrante D, A o T, non significa che avrai successo nel quadrante I. Spesso i medici sono gli investitori peggiori".

Se vuoi arricchirti, *dovrai trasferirti*. Non hai bisogno di un nuovo posto di lavoro; hai bisogno di un *indirizzo nuovo*.

Il padre ricco mi fece anche notare che quadranti diversi investono in modi diversi. Per esempio, si potrebbe sentir dire da una persona nel quadrante A: "Non investo in immobili, perché non voglio riparare i bagni". Una persona nel quadrante T che affronta la stessa sfida nel campo degli investimenti potrebbe dire: "Voglio assumere una buona società di gestione di immobili perché ripari i bagni la sera". In altri termini, un investitore del quadrante A penserà di dover fare la manutenzione dell'immobile da solo, e un investitore del quadrante T assumerà un'altra società perché si occupi della manutenzione

per lui. Persone diverse, strutture mentali diverse; quadranti diversi, valori diversi.

Ormai probabilmente hai capito dove voglio arrivare con questo. Si riduce a una cosa piuttosto semplice: se vuoi arricchirti, *dovrai trasferirti*. Non hai bisogno di un nuovo posto di lavoro; hai bisogno di un *indirizzo nuovo*.

Se vuoi il controllo sulla tua vita e sul tuo destino, se vuoi la vera libertà – la libertà di avere tutti gli assi in mano, stabilire il tuo programma, passare il tempo con i tuoi familiari e con te stesso, fare le cose che ami fare – se vuoi vivere la vita che sei stato destinato a vivere – senza esclusione di colpi, una vita di passione ed entusiasmo e appagamento – in breve, se vuoi *essere ricco e vivere da ricco*, allora è ora di fare le valigie e trasferirti.

È ora di lasciare il lato sinistro del diagramma e passare ai quadranti T e I.

La mentalità di un imprenditore

Dopo aver terminato il college, mi iscrissi a una facoltà di economia tradizionale per conseguire un master in economia aziendale in modo da poter essere un imprenditore formato e istruito. Ci rimasi nove mesi prima di abbandonare gli studi. Inutile a dirsi, non conseguì il master quando me ne andai.

Oggi le facoltà di economia spesso mi invitano a parlare ai loro studenti nei corsi sull'imprenditorialità. Probabilmente non ho bisogno di sottolineare che talvolta lo trovo ironico.

Domande comuni che mi vengono fatte da questi studenti sono: "Come trovo gli investitori?" e "Come raccolgo il capitale?" Capisco le domande, perché mi hanno ossessionato quando ho lasciato la sicurezza di un posto tradizionale e sono diventato un imprenditore. Non avevo soldi e nessuno voleva investire con me. Le grosse imprese specializzate nel *venture capital* (capitale di rischio) non bussavano alla mia porta.

Cosa dico quindi a questi studenti delle facoltà di economia? Dico loro: "Lo fate semplicemente. Lo fate perché *dovete* farlo. Se non lo fate, non siete più in affari".

**Non devi raccogliere il capitale per creare il tuo business,
perché questo è già stato fatto per te.
Ma devi costruire il tuo business!**

"Oggi, anche se ho abbastanza denaro, tutto ciò che faccio è raccogliere capitale. Per un imprenditore, questo è il

compito numero uno. Raccogliamo capitale da tre gruppi di persone: clienti, investitori e dipendenti. Il vostro compito come imprenditore è convincere i vostri clienti ad acquistare i vostri prodotti. Se riuscite a convincere i clienti a darvi i soldi acquistando i vostri prodotti, i vostri investitori vi daranno molto denaro. E se avete dei dipendenti, il vostro compito è persuaderli a produrre e a farvi guadagnare almeno il decuplo del denaro che pagate loro. Se non riuscite a persuadere i dipendenti a produrre almeno 10 volte di più di quanto li pagate, non siete più in affari, e se non siete più in affari, non avete bisogno di raccogliere altro denaro".

Questa *non* è la risposta che la maggior parte degli studenti dei master in economia aziendale sta cercando. I più cercano la formula magica, la ricetta segreta, il piano aziendale rapido per raggiungere la ricchezza. Questa non sembra essere neppure la risposta che i loro docenti sperano che fornisca, perché li vedo stare sulle spine quando dico queste cose. Perché? Perché sebbene *insegnino* l'imprenditorialità, perlopiù non sono imprenditori, per questo hanno un posto fisso come insegnanti con una busta paga fissa e sperano di ottenere il posto di ruolo.

Il concetto di fondo non è che devi raccogliere il denaro. In realtà, nel modello di business di cui ti parlerò in questo libro, *non* devi raccogliere il capitale per creare il tuo business, perché questo è già stato fatto per te. Ma devi costruire il tuo business!

Il concetto di fondo è che ciò che definisce un imprenditore è questo: *Tu fai accadere le cose*. Esci dalla fila dei sedili dei passeggeri, vai verso la parte anteriore dell'autobus e ti metti al volante della tua vita.

Cosa occorre per essere un imprenditore?

Gli imprenditori sono le persone più ricche sulla terra. Conosciamo i nomi degli imprenditori famosi: Richard Branson e Donald Trump, Oprah Winfrey e Steve Jobs, Rupert Murdoch e Ted Turner. Ma la maggior parte degli imprenditori ricchi sono

persone di cui tu e io non sentiremo mai parlare, perché non ottengono l'attenzione mediatica; vivono solo tranquillamente una vita ricca.

Spesso sento discutere su questa domanda: "Si nasce imprenditori o lo si può diventare?" Alcuni pensano che occorra una persona speciale o una certa magia per fare l'imprenditore. Per me fare l'imprenditore non è una cosa così sensazionale; lo fai e basta.

Permettimi di farti un esempio. C'è un'adolescente nel mio quartiere che ha un buon giro di baby-sitting e ingaggia le sue compagne di scuola media perché lavorino per lei. È un'imprenditrice. Un altro ragazzo ha un business come tuttofare dopo la scuola. È un imprenditore. La maggior parte dei ragazzi non ha alcuna paura, mentre la paura è tutto ciò che *ha* la maggior parte degli adulti.

**Occorre coraggio per scoprire,
sviluppare e donare il tuo genio al mondo.**

Oggi, ci sono milioni di individui che sognano di lasciare il posto di lavoro e di diventare imprenditori, gestendo un'impresa in proprio. Il problema è che per la maggior parte della gente questo sogno è solamente un sogno. Quindi la domanda è: perché tanti non cercano di realizzare il loro sogno di diventare imprenditori?

Ho un amico che è un *hair stylist* brillante. Quando si tratta di rendere belle le donne, è un genio. Parla da anni dell'apertura di un suo salone. Ha grossi progetti, ma purtroppo rimane ancora in piccolo, gestisce un'unica poltroncina in un grosso salone, ed è costantemente in lite con il titolare.

Un altro amico ha una moglie che si è stancata di fare l'assistente di volo. Due anni fa ha lasciato il posto ed è andata a scuola per diventare *hair stylist*. Un mese fa ha fatto una splendida inaugurazione per il suo salone. È un ambiente spettacolare e lei ha attirato alcuni degli *hair stylist* migliori perché lavorino lì.

Quando il primo amico ha saputo del suo salone, ha detto: "Come può aprire un salone? Non ha talento. Non è dotata. Non si è formata a New York come me. E inoltre, non ha nessuna esperienza. Le do un anno di tempo e fallirà".

Forse fallirà: le statistiche mostrano che il 90% di tutte le imprese falliscono nei primi cinque anni. D'altra parte, forse non fallirà. Il punto è che lei lo sta facendo. Ha capito l'impatto del coraggio nel modellare la nostra vita. *Occorre coraggio per scoprire, sviluppare e donare il tuo genio al mondo.*

L'80% dei vincitori della lotteria statunitense che vincono oltre 3 milioni di dollari l'uno sono falliti nel giro di tre anni. Perché? Perché il denaro da solo non ti arricchisce. Questi individui possono aggiungere dei numeri ai loro conti correnti, ma i semplici numeri non li arricchiscono, perché essi non cambiano il loro modo di pensare.

La tua mente è *infinita*. Sono i tuoi dubbi che sono limitanti. Ayin Rand, l'autore di *Atlas Shrugged*¹, ha detto: "La ricchezza è il prodotto della capacità dell'uomo di pensare". Quindi se sei pronto a cambiare la tua vita, ti introdurrò in un ambiente che permetterà alla tua mente di pensare – e che permetterà a te di arricchirti.

Cosa vuoi fare da grande?

Quando ero ragazzo, spesso il mio vero padre mi diceva di andare a scuola e di prendere bei voti in modo da potermi procurare un lavoro tranquillo e sicuro. Mi stava programmando per il quadrante D. Mia madre mi esortava a prendere in considerazione la possibilità di diventare un medico o un avvocato. "In questo modo avrai sempre una professione a cui fare ricorso". Mi stava programmando per il quadrante A. Il padre ricco mi diceva che se volevo diventare ricco da grande, avrei dovuto diventare un titolare d'impresa e un investitore. Mi stava programmando per i quadranti T e I.

¹ Trad. it. *L'Atlantide. La rivolta di Atlante*, Corbaccio, Milano 2007.

Quando tornai dal Vietnam, dovetti decidere quale consiglio fossi disposto ad ascoltare. Tu hai davanti la medesima scelta.

Un motivo per cui dovresti crearti il tuo business è recuperare la tua dignità.

Non sottovalutare l'importanza di questa ragione. Il mondo è pieno di bulli e di persone meschine, e che esse siano il tuo capo, il tuo manager, il tuo vicino, o perfino il tuo amico, non dovresti più permettere loro di comandarti a bacchetta. Dovresti assumere il controllo della tua vita. Dovresti avere il coraggio di infischiarvene quando altre persone ti tiranneggiano; dovresti avere la libertà di pensare e agire per conto tuo.

Una mente da Maserati

Ora poniamo di nuovo quella domanda: *Dove vivi?* Ora puoi comprendere cosa significa passare da un quadrante del cashflow a un altro. Non è solo una struttura diversa. È un approccio diverso alla vita.

Sì, si tratta del business, ma nello stesso tempo in realtà non si tratta del business – questa è solo la forma esterna. Mettere un allevatore di cavalli dietro al volante di una Maserati non ne fa un pilota di auto da corsa. Egli ha bisogno delle abilità, del training e, quel che più conta, della *mentalità* di un pilota di auto da corsa.

Lo stesso dicasi della tua vita finanziaria. Devi adottare la *forma mentis* di un imprenditore. Tale *forma mentis* si riduce a questo: un imprenditore decide autonomamente.

**Uno degli aspetti positivi del *business del 21° secolo*
è che tutto il lavoro di base del business è già stato fatto per te.**

Tu fai accadere le cose, il che significa che non ti metti a incolpare *nessuno* o *niente* al di fuori di te stesso.

Ciò non significa che tu debba fare tutto da solo completamente, come ho fatto con le mie imprese. No, uno degli aspetti

positivi del *business del 21° secolo* è che tutto il lavoro di base del business è già stato fatto per te – e tu riesci ad avere dei leader esperti impegnati in vista del tuo successo perché ti guidino.

Ma non ti sbagliare: se accadrà per te, tu sarai colui che lo fa accadere. E perché *ciò* accada, devi avere la *forma mentis* di un imprenditore. Se non ce l'hai, allora a prescindere da com'è buono il business o da come sono straordinari i tuoi maestri, il business farà fatica a ottenere risultati.

Il modello di business che esploreremo nella seconda parte di questo libro è una Maserati, ma tu sei quello che sta dietro al volante. Innanzitutto, *si tratta di te*. Sei pronto a prendere il volante? Hai ciò che occorre?

È ora di assumere il controllo!

Era il 1985 e mia moglie Kim e io eravamo senzatetto. Eravamo disoccupati e ci rimanevano pochissimi soldi e risparmi; le nostre carte di credito erano esaurite e vivevamo in una vecchia Toyota marrone con i sedili reclinabili che ci servivano da letti. Dopo aver dormito in auto per una settimana, alla fine la dura realtà di chi eravamo, di ciò che stavamo facendo e di dove eravamo diretti cominciava a essere recepita.

Quando un'amica si rese conto della nostra situazione disperata, ci offrì una stanza nel suo seminterrato. Quando amici e familiari vennero a sapere della nostra brutta situazione, la prima domanda era sempre: "Perché non vi procurate semplicemente un posto di lavoro?" Dapprima cercavamo di spiegarlo, ma abbiamo fatto fatica a chiarire le nostre ragioni ai nostri inquisitori benintenzionati. Quando parli con qualcuno che dà importanza al fatto di avere un posto di lavoro, è difficile spiegare perché tu potresti non volere un posto di lavoro.

Di tanto in tanto guadagnavamo qualche dollaro facendo lavoretti qua e là. Ma lo facevamo solo per avere cibo in pancia e metano in casa – voglio dire, benzina nell'auto.

Devo ammettere che durante momenti di profondo dubbio personale, l'idea di un posto tranquillo e sicuro con una busta paga era attraente. Ma poiché ciò che stavamo cercando non era la sicurezza del posto di lavoro, abbiamo continuato ad andare avanti, vivendo giorno per giorno sull'orlo dell'abisso finanziario. Sapevamo che avremmo potuto sempre trovare un

posto altamente remunerato e tranquillo e sicuro, eravamo entrambi laureati, con buone capacità lavorative e una solida etica lavorativa. Ma non stavamo mirando alla sicurezza del posto di lavoro, miravamo alla libertà finanziaria.

Nel 1989 eravamo milionari.

Spesso sento dire: "Occorre denaro per guadagnare denaro". Questa è una fesseria! Il nostro viaggio da senzatetto a milionari in quattro anni, per giungere poi all'autentica libertà finanziaria in altri cinque anni, *non* ha richiesto denaro. Non *avevamo* denaro quando abbiamo cominciato – in realtà, eravamo indebitati – e nessuno ci ha dato neanche nulla lungo la strada.

Non occorre nemmeno una buona istruzione formale. Un'istruzione universitaria è importante per le professioni tradizionali, ma non per persone che pensano a costruire ricchezza.

Se non occorre denaro per guadagnare denaro, e non occorre un'istruzione formale per imparare come diventare finanziariamente liberi, allora cosa occorre? Occorre un sogno, molta determinazione, la disponibilità a imparare rapidamente, e una comprensione di qual è il settore dei quadranti del cashflow in cui stai operando.

Il lavoro duro non ti arricchirà

C'è questa strana idea nella nostra cultura che dice: "Se lavori davvero sodo, starai bene". Che mucchio di frottole! E quel che è più tragico in proposito è che la maggior parte degli individui ha subito un lavaggio del cervello destinato a farglielo credere, e loro ci credono davvero, anche se siamo tutti circondati da tonnellate di prove del contrario.

Quali prove? Guardati semplicemente attorno. Conosci qualcuno che ha lavorato davvero sodo per tutta la vita, solo per finire col vivere una vita che tentenna appena al di sopra – o appena al di sotto – dell'umiliazione e del crepacuore denominati "livello di sussistenza"?

Certo che li conosci. Tutti noi li conosciamo. Il mondo è pieno di individui che lavorano sodo e sicuramente *non* stanno bene. E forse la parte peggiore in proposito è che molti di questi sventurati giungono alla conclusione che è stata colpa loro, che è stato un loro fallimento personale. Hanno fatto tutte le cose giuste, giusto? Ma non ha funzionato comunque. Forse non hanno tentato abbastanza energicamente, oppure non hanno avuto i colpi di fortuna. Forse non erano semplicemente tagliati per il successo.

Sciocchezze. Il problema è che il mito del lavoro duro è soltanto questo: un mito.

Ora, non fraintendermi. Non sto dicendo che costruire ricchezza e libertà finanziaria non richieda lavoro duro; lo richiede, e molto. Spero che tu non sia abbastanza ingenuo da credere agli idioti che ti diranno che possono mostrarti una strada per la ricchezza che sia facile, veloce, o indolore. Perché se lo sei, conosco un ponte che puoi comprare a un prezzo davvero basso – e un intero sistema di mutui subprime e *credit default swaps* che potrebbero proprio fare al caso tuo.

No, occorre lavoro duro, va bene. La domanda è: lavoro duro facendo cosa?

Mi sembra già di sentire quello che stai pensando: “Facendo cosa?!” “Guadagnando soldi, naturalmente!” Ma, calma, perché ecco la dura e fredda verità che si cela dietro al triste errore del modo di pensare della nostra cultura:

Lavorare sodo per guadagnare denaro non creerà mai la ricchezza.

Le persone che lavorano in vista di un reddito lavorano sempre più sodo, solo per essere tassate sempre di più. Dimenticati di lavorare sodo per guadagnare denaro: tutto ciò che farai è spenderlo, e allora dovrai lavorare sodo daccapo.

Potresti chiedere: “Va bene, allora cosa faccio?” *Assumi* il controllo.

Assumere il controllo di cosa? Dopotutto, non *puoi* controllare la maggior parte delle cose nella vita, a prescindere da come ci provi energicamente. Non puoi controllare il mercato.

Non puoi controllare i dipendenti. Non puoi controllare l'economia. Cosa *puoi* controllare? Puoi controllare la fonte del tuo reddito.

Il problema

La costruzione di un business è il modo in cui la maggior parte degli individui molto ricchi sono divenuti ricchi. Bill Gates ha costruito Microsoft; Michael Dell ha creato Dell Computers nella stanza della casa dello studente. Eppure, storicamente, ci sono state pochissime persone che sono vissute davvero nel quadrante T. Il quadrante T è il luogo migliore per cominciare a generare la ricchezza autentica, ma nello stesso tempo ci sono alcune barriere d'ingresso che hanno tenuto fuori la maggior parte della gente.

In primo luogo, la maggior parte della gente non ha il contante che occorre per avviare il proprio business. Oggi costa in media 5 milioni di dollari avviare il tuo business. E, in secondo luogo, costruire il tuo business da zero rimane il modo più rischioso di tutti per diventare ricco. Il tasso di fallimento delle nuove imprese equivale al 90% circa nei primi cinque anni – e se la tua nuova iniziativa imprenditoriale fallisce, indovina chi ha appena perso i 5 milioni di dollari? Nei miei primi anni di fondazione di imprese, sono fallito due volte e, sebbene non sia mai giunto alla bancarotta (e non ho mai ricevuto salvataggi statali!), mi è costato milioni di dollari.

Di solito quando avvii il tuo business devi accertarti che l'affitto, i servizi pubblici e il resto dei tuoi costi generali siano pagati, che i tuoi dipendenti siano pagati, e i tuoi fornitori siano pagati, altrimenti non sei più in affari. Quindi indovina chi non viene pagato? Tu. Nel corso dell'avviamento di una nuova impresa – e sto parlando qui di un'impresa di successo – puoi stare facilmente da cinque a dieci anni senza ricevere una busta paga.

Ricordi che Kim e io abbiamo dormito nella Toyota malconcia? Non è stato divertente. Avremmo potuto accettare posti

di lavoro che ci avrebbero fornito immediatamente un tetto sulla testa, ma per quanto fosse avvilente (e credimi, lo era), abbiamo preferito la mancanza di una casa all'impiego, perché credevamo nel nostro sogno di essere titolari d'impresa e di vivere nel quadrante T.

La maggior parte della gente non ha la resistenza mentale, emotiva, fisica o finanziaria per fronteggiare queste condizioni. Può essere insostenibile, e di solito lo è.

E per quanto riguarda un'affiliazione commerciale?

Un'affiliazione (*franchise*) toglie una grande parte del rischio. Con un'affiliazione affermata come McDonald's o Subway, le tue probabilità di successo migliorano in misura significativa, e molto del lavoro di base è fatto per te. Ma hai sempre il problema numero uno: devi tirare fuori il contante. Il costo per acquistare una delle affiliazioni commerciali più conosciute può oscillare da 100.000 dollari a 1,5 milioni di dollari o anche più, e questo è solo per i diritti dell'affiliazione. Poi ci sono le rate mensili alla sede centrale per il training, la pubblicità e il sostegno.

E anche tutto questo sostegno non garantisce comunque una grande ricchezza. Molte volte una persona deve continuare a pagare denaro all'affiliante o alla sede centrale, anche quando la sua affiliazione personale sta perdendo denaro. Anche se sei uno di coloro che hanno successo con un'affiliazione, è assai probabile che comunque non guadagni denaro personalmente nei primi anni. E un'affiliazione su tre alla fine fallisce.

Quando il padre povero aveva 50 anni, ebbe la temerarietà di candidarsi come governatore delle Hawaii – e si dà il caso che il governatore in carica contro il quale era in lizza fosse il suo capo. Non solo perse le elezioni, ma il suo capo lo licenziò e gli disse che non avrebbe lavorato mai più nelle Hawaii. Lui prese tutti i suoi risparmi e li usò per acquistare un'affiliazione in voga, che era reclamizzata come un'affiliazione “che non perde mai”.

L'affiliazione che non poteva perdere perse, e perse anche mio padre. In effetti, perse tutto.

In teoria un'affiliazione è un'idea fantastica, ma in realtà è un gioco d'azzardo – ed è un gioco in cui devi pagare una fortuna solo per avvicinarti timidamente al tavolo e giocare.

Il potere del reddito da investimento

Hai mai usato uno di quei rubinetti a molla che alcuni bagni di locali pubblici installano per risparmiare l'acqua? Quando apri l'acqua, devi premere il rubinetto, perché quando lo lasci andare, si chiude di nuovo.

La fonte di reddito della maggior parte della gente funziona proprio come quel rubinetto: fai scorrere un po' di denaro, e quando lasci andare si richiude. Non puoi mai costruire la libertà in questo modo. Ciò di cui hai bisogno è un rubinetto di denaro che puoi lasciar andare una volta che l'hai aperto, *perché rimane aperto da solo*.

Non si tratta solo di avere un reddito oggi, domani o la settimana prossima; si tratta di assicurare il tuo reddito in perpetuo. Questo è *reddito da investimento*, detto anche *reddito residuale*: reddito che continua ad arrivare, ripetutamente, molto tempo dopo che hai finito di investire lo sforzo e il capitale che sono occorsi per creare la fonte del reddito.

Passare nel quadrante T è un forte passo in tale direzione, ma non tutte le imprese creeranno un reddito da investimento. Se possiedi un ristorante, guadagni reddito solo quando prepari e vendi un pasto. Se il tuo business ripara i condizionatori dell'aria, percepisci un reddito solo quando offri tale servizio. Perfino i medici e gli avvocati con stipendi elevati guadagnano denaro solo quando vedono pazienti o clienti. Se nessun paziente o cliente richiede la loro conoscenza e i loro servizi in una settimana specifica, il rubinetto del reddito si chiude di nuovo e non arrivano soldi quella settimana.

La maggior parte della gente ha bisogno di un mezzo per creare reddito da investimento. Sapendo questo, Donald Trump

e io abbiamo lavorato insieme per valutare i molti tipi di strutture di business che possono creare reddito da investimento, e abbiamo pubblicato i nostri risultati in un libro, *Perché vogliamo che tu sia ricco*¹.

E, a proposito, questo non è solo il titolo di un libro. Vogliamo davvero che tu sia ricco. La ricchezza non è un gioco a somma zero. Se tu diventi ricco, non porti via nulla a me, o a Donald, o a chiunque altro. Viviamo in un mondo sorprendente e abbondante, e ci sono energia, materiale, ingegno, creatività e ambizione molto più che sufficienti per permettere a *ogni essere umano* sul pianeta di essere ricco.

Cosa abbiamo scoperto quindi? Abbiamo scoperto che un modello di business si distingueva dal resto. Questo modello di business specifico crea reddito da investimento, ma richiede un investimento in contanti relativamente scarso per partire. Ha spese generali bassissime, e può essere gestito a orario ridotto in modo flessibile finché non genera abbastanza cashflow per permettere all'imprenditore di effettuare la transizione lasciando il suo attuale lavoro a tempo pieno.

Questo modello di business si chiama *network marketing*, ed è l'argomento della parte restante di questo libro.

SECONDA PARTE

**Un solo business: Otto attivi
per la costruzione di ricchezza**

*Otto ragioni per cui il network marketing
può assicurarti un futuro*

¹ Gribaudo, Milano 2007.

I miei anni nel business

Devo iniziare qui con una totale trasparenza: non sono mai stato *davvero* “nel” business del network marketing. Non sono un distributore né un titolare di una società di network marketing, non ho alcun interesse finanziario in nessuna società di network marketing, e non promuovo alcuna società specifica. Ma sono *nel* business da anni come paladino e sostenitore del business del network marketing nel suo insieme, e in questo capitolo voglio dirti perché.

Mi sono imbattuto per la prima volta nel network marketing nel 1975, quando un amico mi ha invitato a una presentazione su una nuova opportunità di business. Poiché ho l'abitudine di indagare sulle opportunità di business e di investimento, ho accettato di andarci, pur pensando che fosse un po' strano che una riunione si svolgesse in un'abitazione privata anziché in un ufficio.

Ho ascoltato per tre ore mentre lui parlava dell'importanza di costruire un business in proprio anziché lavorare in un posto di lavoro. Concordavo con la maggior parte dei concetti che ha messo in evidenza. Alla fine della serata l'amico mi ha chiesto cosa pensassi di ciò che avevo sentito. “È interessante”, ho risposto, “ma non fa per me”.

Ero già impegnato a fondo nella costruzione di un'impresa. Perché dovevo aver bisogno di costruire un business con altre persone? E inoltre, *era network marketing*. In realtà non avevo alcuna idea di cosa significasse, ma pensavo di sapere cosa significasse, ed ero sicuro che non avesse alcuna utilità per me.

Subito dopo la mia prima riunione di network marketing, l'impresa con i portafogli sportivi che avevo avviato con due amici andò a gonfie vele. I miei due anni di duro lavoro iniziarono a dare un buon risultato. Successo, fama e fortuna sembravano riversarsi sui miei due soci e su di me. Ci eravamo impegnati a essere tutti milionari entro i 30 anni, e attraverso il nostro duro lavoro e il nostro sacrificio avevamo raggiunto il nostro obiettivo (ed erano gli anni Settanta, quando i milioni di dollari valevano davvero qualcosa). La nostra società e i nostri prodotti comparivano su riviste come *Surfer*, *Runner's World* e *Gentleman's Quarterly*. Eravamo la nuova impresa sulla cresta dell'onda nel mondo degli articoli sportivi e gli affari affluivano da tutto il mondo. Ero incondizionatamente un individuo di successo.

Non pensai più al network marketing – almeno, non nel decennio successivo.

L'apertura della mente

Negli anni successivi la mia mente iniziò ad aprirsi. Quell'impresa di enorme successo fallì alcuni anni dopo la fondazione. Fu un'esperienza umiliante, ma anche molto positiva, perché mi aveva costretto a guardare più da vicino il mondo attorno a me e a pormi delle domande. Una quantità maggiore delle cose che il padre ricco mi aveva insegnato ha iniziato a fare presa su di me e la mia prospettiva è cresciuta. Ben presto avevo costruito un'altra impresa di successo, e poi un'altra, e poi un'altra – e a differenza di quella prima impresa, queste sono sopravvissute.

Ho cominciato a capire che, sebbene il successo personale sia appagante, è molto più appagante quando puoi aiutare molte altre persone a creare anche il loro successo.

Durante quegli anni, mi ha attirato fortemente anche l'idea di non arricchirmi solo a livello personale, ma di trovare ugual-

mente dei modi per aiutare gli altri ad arricchirsi. Ho cominciato a capire che, sebbene il successo personale sia appagante, è molto più appagante quando puoi aiutare molte altre persone a creare anche il loro successo.

Nei quindici anni successivi ho continuato a sentire cose negative sul network marketing, perlopiù da persone che conoscevo. Alla fine ho deciso di indagare da solo.

All'inizio degli anni Novanta mi imbattei in un amico di nome Bill che era un multimilionario in pensione. Cominciammo a parlare e, guarda un po', Bill mi disse che era impegnato a costruire un business di network marketing!

Bill è un tipo molto acuto e molto assennato. Sapevo che aveva appena portato a termine progetti di immobili commerciali del valore di oltre 1 miliardo di dollari. Gli chiesi perché diamine si dedicasse al network marketing.

Mi disse: "Le persone mi chiedono da anni suggerimenti su investimenti immobiliari. Vogliono sapere se possono investire con me. Ma non possono, perché i più non hanno i 50.000 o 100.000 dollari necessari per arrivare al mio livello di investimenti immobiliari.

"In realtà, molti di loro non hanno nemmeno soldi. Alcuni sono a due buste paga dal fallimento. Quindi cercano questi affari convenienti e senza anticipo in contanti che spesso sono pessimi investimenti. Nel network marketing, posso davvero aiutare le persone a guadagnare il denaro di cui hanno bisogno per fare investimenti seri. Più persone aiuto a fare questo, più investitori ho!"

Aggiunse: "Inoltre, mi piace davvero lavorare con gente che è desiderosa di imparare e crescere. È una scocciatura lavorare con gente che pensa di sapere già tutto, e spesso è ciò che finisce per accadere nei miei affari immobiliari. Le persone con cui lavoro nel network marketing sono autenticamente entusiaste delle idee nuove".

Dopo qualche altro minuto di conversazione mi dovetti precipitare all'aeroporto, ma nei mesi successivi continuammo il nostro dialogo e, mentre lo facevamo, crebbe la mia stima per il network marketing e per ciò che rappresentava.

Nel 1994 cominciai sul serio a fare ricerche sul settore. Andavo a ogni presentazione di cui venivo a conoscenza e ascoltavo attentamente tutto ciò che sentivo. Ho studiato la letteratura di una società dopo l'altra, ho guardato la loro storia e le ho esaminate con attenzione, con la normale diligenza con cui avrei preso in esame qualunque iniziativa commerciale nella quale pensavo di investire. Mi sono persino associato ad alcune società, se mi piaceva ciò che vedevo, solo per poter imparare di più su di esse e vedere com'era l'esperienza dall'interno.

Alla fine cominciai a incontrare alcuni leader di queste aziende, e con sbalordimento scoprii che erano alcuni degli individui più intelligenti, gentili, onesti, virtuosi, spirituali e professionali che io avessi mai incontrato in tutti i miei anni di business. Una volta superati i miei pregiudizi e incontrate le persone che stimavo e con cui simpatizzavo, vidi che avevo scoperto il cuore del settore – e fui sbalordito da ciò che avevo trovato.

Quando mi ero imbattuto per la prima volta in questo concetto durante la prima riunione sull'opportunità di business, nel 1975, la mia mente era chiusa ermeticamente all'idea. Ora, circa vent'anni dopo, la mia visione era completamente cambiata.

Talvolta le persone mi chiedono: "Perché raccomandi il network marketing alla gente come modo per costruire la ricchezza, quando tu non ti sei arricchito in quel modo personalmente?"

In realtà, è perché non ho acquisito la mia fortuna attraverso il network marketing che posso essere un po' più obiettivo sul settore. Sono giunto ad apprezzare questo business da *outsider*, e solo dopo che avevo già costruito la mia ricchezza e creato la mia libertà finanziaria.

Malgrado ciò, se dovessi rifare tutto da capo oggi e iniziare da zero, anziché costruire un'impresa di vecchio stampo inizierei la mia vita professionale costruendo un business di network marketing.

Cos'è quindi esattamente il network marketing?

Ho detto che in realtà non mi sono mai impegnato nel network marketing come partecipante, ma conosco qualcuno che lo ha fatto e l'ho invitato a lavorare con me in queste pagine per condividere alcune sue idee.

Il mio amico Joe Fleming ha iniziato la sua vita professionale come architetto (tempo fa ha lavorato per il leggendario Mies van der Rohe), e questa è una delle ragioni per cui ammiro il suo approccio al network marketing: egli porta in questo business quella stessa passione per la progettazione pratica e per la costruzione funzionale. È un uomo, in altri termini, che apprezza l'importanza di costruire strutture che durino.

John porta in queste pagine i suoi quasi quarant'anni di esperienza nel network marketing. Ha posseduto e gestito una sua società e ha occupato molte diverse posizioni dirigenziali in altre, incluso un posto quindicennale in una delle aziende più grandi e più stimate del settore come vicepresidente regionale e poi vicepresidente della strategia di vendita, del training e dello sviluppo. Si è impegnato anche attivamente nei vari gruppi di categoria del settore; nel 1997 la Direct Selling Education Foundation ha conferito a John la sua onorificenza più alta, il suo Circle of Honor Award. Oggi, John lavora come editore e caporedattore di *Direct Selling News*, un'apprezzata pubblicazione di categoria che è utile ai dirigenti nel campo della vendita diretta e del network marketing.

Robert: John, per quei lettori che forse non lo sanno già, cos'è esattamente il network marketing e cosa lo fa funzionare?

John: Il network marketing esiste in varie forme a partire dalla metà del secolo scorso. L'idea basilare è tanto semplice quanto geniale: anziché spendere tonnellate di denaro per ogni genere di agenzie professionali e canali di marketing al fine di promuovere prodotti e servizi, perché non pagare le persone che li amano maggiormente in modo che ne parlino semplicemente agli altri?

È esattamente ciò che fa una società di network marketing: paga una porzione di ogni dollaro ricevuto in seguito a una vendita

restituendola al proprio gruppo di rappresentanti indipendenti, i quali normalmente sono anche i consumatori più impegnati ed entusiasti dei prodotti.

Robert: Fammi fare l'avvocato del diavolo per un istante. Come può funzionare questo realmente? Voglio dire, un gruppo di individui comuni che non sono distributori esperti può davvero competere e generare un livello serio di vendite?

John: In realtà, è proprio questo il bello. Come sa ogni professionista del marketing, produttore di Hollywood e gigante societario, la forma di promozione più potente nel mondo è il passaparola personale. Per questo gli spot pubblicitari televisivi spendono milioni per ingaggiare attori affinché parlino proprio come tua madre, il tuo coniuge, il tuo migliore amico o i tuoi figli: imitano il passaparola personale.

Nel network marketing, usiamo la cosa vera. Il potere reale del modello – quello che tu, Robert, chiami *leva* – è che come rappresentante non ti vengono pagate provvigioni solo sui prodotti usati dai clienti che tu procuri alla società, ma spesso sui prodotti acquistati dalle persone che *questi nuovi clienti* procurano alla società, in modo diretto e indiretto – provvigioni che possono davvero sommarsi.

Quindi, funziona? Conosci la risposta a questa domanda: oggi la vendita diretta/network marketing ha un fatturato di ben oltre 110 miliardi di dollari di vendite annuali globalmente, il che ne fa un blocco economico all'incirca della dimensione della Nuova Zelanda, del Pakistan o delle Filippine (spesso descrivo questo modello di business usando sia l'espressione "vendita diretta" sia "network marketing", perché oggi la maggior parte delle società di vendita diretta utilizza una focalizzazione da network marketing. Tuttavia, ai fini di questo libro userò semplicemente "network marketing" nei miei riferimenti).

Un motivo per cui il fatturato complessivo del network marketing continua a crescere è che è un vero business "vincere-vincere". La società ottiene un livello sbalorditivo di penetrazione nel mercato e una presa di coscienza dei clienti che sarebbero molto difficili e molto costosi da ottenere con un marketing tradizionale. E il rappresentante indipendente ha l'opportunità di creare un cashflow cospicuo.

Come? Sfruttando il potere del passaparola – delle relazioni da persona a persona – per costruire un network considerevole che rappresenta la linea di prodotti e/o servizi della società.

Robert, tu dici che un'impresa del quadrante T ha almeno 500 dipendenti. Nel network marketing non assumi dipendenti, sponsorizzi individui che sono tutti rappresentanti indipendenti. Ma vale la stessa dinamica finanziaria: quando il tuo network di rappresentanti indipendenti cresce fino a raggiungere le 300, 400 o 500 persone, hai un'organizzazione seria che frutta un reddito residuale cospicuo.

Ciò che dicono gli altri sul network marketing

Come dice John, il modello è potente perché *funziona* – e non siamo neanche gli unici a dirlo.

Tom Peters, il leggendario esperto di management e autore del bestseller *In Search of Excellence*¹, descrive il network marketing come “il primo mutamento veramente rivoluzionario nel marketing a partire dall'avvento del marketing ‘moderno’ alla Procter and Gamble e alla Harvard Business School oltre cinquant'anni fa”.

Si è scritto a proposito del successo emergente del network marketing in riviste come *Forbes*, *Fortune*, *Newsweek*, *TIME*, *U.S. News & World Report*, *USA Today*, *The New York Times* e *The Wall Street Journal*. Quindici anni fa, non avresti potuto convincere nemmeno una di queste riviste a parlare di questo business. Ora, guarda cosa ha detto un numero recente di *Fortune* circa il network marketing:

Oggi, il network marketing è riconosciuto da molti esperti e rinomata gente d'affari come uno dei modelli di business che crescono più rapidamente nel mondo.

¹ Trad. it. *Alla ricerca dell'eccellenza*, Sperling & Kupfer, Milano 2005.

“Il sogno di un investitore... il segreto mantenuto meglio nel mondo degli affari... un settore con una crescita annuale costante, cashflow sani, un alto rendimento del capitale investito, e prospettive a lungo termine di espansione globale”.

Warren Buffett e Richard Branson non potrebbero essere più diversi. Buffett guida un pickup e vive a Omaha; Branson vola su aerei della sua compagnia aerea e vive nella sua isola nelle Isole Vergini Britanniche. Ma hanno tre cose in comune. Entrambi sono miliardari. Entrambi sono uomini estremamente concreti. Ed entrambi sono stati titolari di società di network marketing.

Questo ti dice qualcosa?

Citigroup, Jockey, L'Oréal, Mars, Remington e Unilever: indovina cos'hanno tutte in comune? Tutte hanno messo la punta del piede nell'acqua del network marketing... in certi casi fino alle anche.

Oggi, il network marketing è riconosciuto da molti esperti e rinomata gente d'affari come uno dei modelli di business che crescono più rapidamente nel mondo.*

Non si tratta di reddito... si tratta di attivi che generano reddito

Non c'è da stupirsi se tanti non comprendono il valore del network marketing: molti di coloro che vi si impegnano non afferrano pienamente il valore di ciò che hanno in mano.

Quando la gente va ad ascoltare presentazioni di network marketing, spesso la domanda principale è: "Se mi associo a questo business, quanto reddito posso percepire qui?" E non sei sorpreso di ascoltare persone che promuovono il loro business di network marketing, spesso è esattamente ciò di cui le sentirai parlare: quanto puoi guadagnare su base mensile.

Le persone vogliono sapere quanto possono guadagnare ogni mese perché pensano come individui che vivono nel quadrante D o A. Stanno pensando di integrare o sostituire il loro reddito attuale da quadrante D o da quadrante A.

Ma il valore reale del network marketing non risiede qui.

Il problema del guadagno di reddito è che si tratta di un processo incredibilmente limitato e lineare. Se lavori un'ora guadagni un dollaro; se lavori due ore, guadagni due dollari. Dipende da te, il che significa che non puoi mai fermarti. Come ho detto prima, è una trappola. La maggior parte della gente istintivamente lo avverte, ma presume che il modo per uscire dalla trappola sia percepire più reddito. Ma il fatto di percepire un reddito maggiore non cambia il fatto basilare dell'essere legato al tuo reddito. In realtà, spesso percepire più reddito serve solo a stringere maggiormente il cappio.

I quadranti T e I non riguardano il fatto di percepire più reddito; riguardano il fatto di possedere attivi che *generano* reddito.

La verità sulla tua casa

Le cose che la maggior parte della gente considera attivi non sono affatto attivi; in realtà sono passivi.

Ciò che definisce se qualcosa è un attivo o un passivo è il cashflow, non una qualche astrazione di valore. In altri termini, sta generando denaro che va nelle tue tasche, oppure ti sta tirando fuori il denaro dalle tasche? Tutto ti farà guadagnare denaro oppure ti costerà denaro. Se non ti fa guadagnare denaro, non è un attivo, è un passivo.

Ormai la gente usa da anni la casa come un Bancomat, prendendo in prestito soldi su di essa per sgraffignare contante da poter usare per rimborsare le carte di credito, andare in vacanza, comprare quel SUV, qualsiasi cosa. Forse lo hai fatto anche tu. Se lo hai fatto, il motivo per cui l'hai fatto è che hai creduto alle informazioni convenzionali secondo cui la tua casa era un attivo, e non ciò che è realmente: una carta di credito con targhetta e un vialetto di accesso.

Lascia che ti spieghi cos'è un attivo.

Molti sono così confusi in proposito da esitare a dare una definizione. Corrono al dizionario e scoprono che un attivo è qualcosa che "ha qualche valore". Be', forse il problema è quella parola ingannevole, *valore*. Lascia che ti chieda:

Qual è il valore della tua casa?

Prima che tu risponda, permettimi di porti la medesima domanda in modo diverso:

Quanto reddito ti procura la tua casa, un mese dopo l'altro?

È probabile che la tua risposta sia: "Be', nessun reddito – in realtà ci spendo sopra un bel po' di denaro ogni mese, per la manutenzione, le riparazioni e così via".

Esattamente. Questo è il motivo per cui *la tua casa non è un attivo; è un passivo*.

"Ma aspetta un minuto", dici, "La mia casa vale 200.000 dollari!"

Oh, davvero? Quando? Quando la vendi, in un qualche momento teorico in futuro? Ma allora dove vivresti? Prenderesti il ricavo della tua vendita e compreresti un'altra casa in cui vivere? Naturalmente. Quindi dov'è il valore, il reddito discrezionale effettivo che puoi tenere in mano e usare per comprare qualunque cosa ti piaccia o per investire in qualunque cosa ti piaccia? Non c'è: non c'è affatto. *La tua casa non è un attivo; è una buca nel terreno in cui versi soldi.*

Come distinguere il tuo attivo da una buca nel terreno

Dimenticati per un istante la definizione del dizionario. Parliamo del mondo reale. Un attivo è qualcosa che lavora per te, in modo che tu non debba lavorare per il resto della vita. Il padre povero diceva sempre: "Lavora per un posto di lavoro". Il padre ricco diceva: "Costruisci attivi".

La cosa potente quando si vive nel quadrante T è che quando costruisci un business, stai costruendo un attivo.

Nel nostro business di Rich Dad, abbiamo uffici in tutto il mondo. Che io lavori, dorma o giochi a golf, gli assegni arrivano. Questo è reddito da investimento: reddito residuale. Anche se non sono disposto a lavorare sodo per un posto di lavoro, sono disposto a lavorare davvero sodo per costruire un attivo, semplicemente perché penso come una persona ricca, non come una persona della classe lavoratrice.

Poiché possedere un business è possedere un attivo, quando costruisci un business di network marketing, non stai solo imparando abilità cruciali per la vita, stai anche costruendo un attivo autentico per te stesso. In un posto di lavoro, percepisci un reddito. Nel network marketing, anziché percepire un reddito, costruisci un attivo – il tuo business – e *l'attivo genera reddito*.

Investo solo in cose che mi fanno guadagnare denaro. Se mi fa guadagnare denaro, è un attivo; se mi toglie denaro, è un passivo. Ho due Porsche. Sono passivi. Li possiedo senza vincoli né ipoteche, ma non mi stanno mettendo denaro in tasca; mi stanno togliendo denaro dalle tasche. Non è fantascienza.

Per persone che capiscono questo, l'attivo numero uno di solito è un business, e l'attivo numero due in genere è un immobile. E anche con gli immobili, devi capire la differenza fra cashflow e capital gain. Molte persone non capiscono questa distinzione. Quando investono, investono per il capital gain. Diranno: "La mia casa è salita di valore. La mia auto è salita di valore". Questo è capital gain, non cashflow.

La finalità del possesso di un immobile è tenerlo come attivo, non venderlo per realizzare un profitto. Se compri un immobile a 100.000 dollari e poi lo vendi a 200.000 dollari, questo non è un attivo; hai solo generato un capital gain di 100.000 dollari. Hai dovuto sparare all'attivo per ottenere quel denaro. Hai ucciso l'attivo. È come vendere la tua mucca in cambio di soldi. Preferisco possedere la mucca e vendere il latte.

Questo è il problema più grosso quando si ha un posto di lavoro: un posto di lavoro non è un attivo. Non puoi venderlo su eBay; non puoi affittarlo; non puoi ottenere dividendi grazie ad esso. Perché passare decenni, gli anni migliori della vita, a darci sotto per costruire qualcosa che non è un attivo? O, per esprimere il concetto in modo più preciso, per costruire l'attivo *di qualcun altro*, ma non il tuo?

Perché, non ti sbagliare: quando lavori in un posto di lavoro, stai costruendo un attivo – semplicemente non è il *tuo* attivo.

Ci è stata inculcata questa idea secondo cui c'è una qualche sorta di valore intrinseco nel fatto di avere un buon posto di lavoro, ma non c'è assolutamente alcun valore in esso: zero. E per aggiungere la beffa al danno, il reddito derivante dal tuo posto di lavoro è tassato poi a un'aliquota più elevata rispetto a qualunque altra forma di reddito. A proposito del mazzo di carte truccato contro di te! Eppure questo è il prezzo che alcuni sono disposti a pagare per la "tranquillità e sicurezza" del quadrante D.

Il network marketing non riguarda il fatto di vendere prodotti o percepire un reddito!

Il più grosso malinteso generale sul network marketing è che è un business di *vendita*. Ma vendere significa semplicemente percepire più reddito. Il problema è che, se cessi l'attività, cessa il reddito.

Un venditore ha un posto di lavoro. Se lavori dietro la cassa di un supermercato, sei nel quadrante D; se sei in proprio, nella vendita di assicurazioni, case o gioielli, sei nel quadrante A. Ma in entrambi i casi hai un posto di lavoro e il tuo lavoro è vendere.

Questo non costruirà la tua ricchezza, né la tua libertà.

Ciò di cui hai bisogno non è un altro posto di lavoro; hai bisogno di un *altro indirizzo*, un indirizzo nel quadrante T.

John: Robert, è esattamente così. La gente spesso crede che avere successo in questo business significhi essere "bravissimo nella vendita". Ma il punto essenziale del network marketing non è diventare bravissimo a vendere il tuo prodotto o servizio specifico, perché, a prescindere da quanto puoi essere bravo nel farlo – e, siamo sinceri, se sei come la maggior parte della gente, non pensi di *essere* molto bravo, puoi percepire solo una certa quantità di reddito vendendo.

Dopotutto, c'è un numero limitato di ore in una giornata, giusto?

Nel network marketing, il punto essenziale non è *vendere un prodotto*, ma *costruire un network*, un esercito di persone che rappresentano tutte quel medesimo prodotto o servizio da condividere con altri.

L'obiettivo non è che tu o un qualunque altro individuo vendiate molti prodotti; l'obiettivo è che *molti individui* siano i propri clienti migliori, che vendano e forniscano un servizio a un numero ragionevole di clienti, e reclutino molte altre persone mostrando loro come fare la stessa cosa.

Ed ecco il motivo per cui hai bisogno di costruire quell'esercito di rappresentanti indipendenti: una volta che lo fai, sai

cosa avrai? Un attivo che genera reddito per te – reddito *da investimento*.

Nel capitolo 13 chiederò a John di spiegare in modo più completo perché il network marketing non riguarda il fatto di vendere o di essere un venditore, e spero che farai davvero molta attenzione, perché questo è un punto chiave – un punto che la maggior parte della gente non capisce. Per ora, ecco il chiodo-chiave che voglio piantare a fondo: *il network marketing non riguarda il fatto di percepire più reddito; riguarda il fatto di costruire un attivo*.

In realtà, si tratta di costruire *otto* attivi, contemporaneamente. E nei prossimi capitoli esamineremo ciascuno di essi uno dopo l'altro.

Attivo # 1: Un'istruzione sul business del mondo reale

Ho una confessione da fare: sono un lettore lento. Leggo parecchio, ma è solo che leggo molto lentamente, e spesso devo leggere un libro due o tre volte prima di capire davvero ciò che sto leggendo. Perdipiù, sono anche uno scrittore molto mediocre; in effetti, sono stato bocciato due volte in inglese alle superiori.

Quindi, vuoi sapere qualcosa di ironico? Questo studente da "mediocre", che è stato respinto ai corsi di inglese a scuola e che ancora oggi non è un ottimo scrittore, ha avuto sette libri nella classifica dei bestseller del *New York Times*.

Il concetto che voglio evidenziare? I buoni voti non sono tutto.

Non fraintendermi: non sto criticando l'istruzione. Credo nell'istruzione; in effetti, ci credo con passione. È solo che l'istruzione in cui credo maggiormente è l'istruzione che ti insegna davvero ciò che hai bisogno di imparare per avere successo nella vita.

Quando raccomando alla gente di costruire il proprio business di network marketing, il motivo numero uno che fornisco sempre non riguarda i molti prodotti eccellenti, capaci di cambiare persino la vita, che potresti rappresentare. E non è per il denaro che puoi guadagnare o per la libertà finanziaria che puoi creare.

Sì, i prodotti spesso sono eccellenti. E, sì, attribuisco moltissimo valore alla loro capacità di fornirti una vera strada per costruire la ricchezza. Ma questi non sono i benefici più

importanti da acquisire grazie all'esperienza. Il valore numero uno che ottieni dall'esperienza è *un'istruzione sul business del mondo reale*.

Tre tipi di istruzione

Se vuoi avere successo finanziariamente, ci sono tre tipi diversi di istruzione di cui hai bisogno: istruzione scolastica, professionale e finanziaria.

L'istruzione scolastica ti insegna a leggere, a scrivere e a usare la matematica. È un'istruzione molto importante, soprattutto nel mondo di oggi. Personalmente, non andavo bene con questo livello di istruzione. Come ho detto, sono stato uno studente da "mediocre" per la maggior parte della vita, semplicemente perché non mi interessava ciò che mi veniva insegnato.

L'istruzione professionale ti insegna a lavorare per il denaro. In altri termini, ti prepara per la vita nei quadranti D e A. Durante la mia giovinezza, i ragazzi intelligenti proseguivano gli studi per diventare medici, avvocati e commercialisti. Altri andavano in scuole professionali che insegnavano loro a diventare assistenti sanitari, idraulici, muratori, elettricisti e meccanici.

Non eccellevo neanche in questi campi. Poiché non andavo bene nell'istruzione scolastica, non fui incoraggiato a diventare un medico, un avvocato o un commercialista. Divenni invece un ufficiale marittimo e poi un elicotterista, volando per il Corpo dei Marines in Vietnam. A 23 anni avevo due professioni, una come ufficiale marittimo e l'altra come pilota, ma non ho usato davvero nessuna di esse per guadagnare denaro.

L'istruzione finanziaria è dove impari a *far lavorare il denaro per te* anziché dover *lavorare per il denaro*. Potresti pensare di procurarti un'istruzione finanziaria in una facoltà di economia, ma nel complesso non è ciò che accade. In genere le facoltà di economia prendono i ragazzi più intelligenti e li formano per fare i dirigenti aziendali per i ricchi. In altri termini, formano i loro studenti per tutta la vita nel gradino più alto del quadrante D – ma è ancora il quadrante D.

Dopo essere tornato dal Vietnam, presi in considerazione l'eventualità di riprendere gli studi per conseguire un master in economia aziendale, ma il padre ricco mi convinse a non farlo. Disse: "Se consegui un master in economia in una facoltà tradizionale, sarai formato a fare il dipendente dei ricchi. Se vuoi essere ricco personalmente, non hai bisogno di più istruzione scolastica, hai bisogno di un'istruzione finanziaria del mondo reale".

Le abilità importanti

Fare l'imprenditore e costruire un'impresa del quadrante T non è facile. In effetti, credo che costruire un'impresa del quadrante T sia una delle sfide più difficili che una persona possa affrontare. Il motivo per cui ci sono tanti individui nei quadranti D e A è che questi quadranti sono meno impegnativi del quadrante T. Se fosse facile, tutti lo farebbero.

Se intendi avere successo nel business, ci sono abilità tecniche che devi imparare e che probabilmente non hai appreso a scuola.

Per esempio, la capacità di organizzarti e di stabilire la tua agenda personale.

Questo è più complesso di quanto possa sembrare. Le persone che entrano nell'arena del network marketing talvolta sperimentano una sorta di shock culturale, perché sono abituate a sentirsi dire ciò che devono fare. Puoi lavorare molto, molto sodo nel quadrante D, e tuttavia puoi non avere assolutamente alcuna esperienza nel definire obiettivi, nell'organizzare un piano d'azione, nello stabilire la tua agenda, nel gestire il tempo, e nell'eseguire una sequenza chiara di azioni produttive.

È scioccante vedere quanti individui non abbiano queste abilità basilari. Scioccante, ma non sorprendente. Dopotutto, nel quadrante D in realtà non ne hai bisogno. Ma se stai entrando nel quadrante T, non sono un *optional*. Sono importanti quanto abilità come saper gestire un libretto di assegni, scrivere un piano di finanziamento e leggere un rendiconto annuale.

I vantaggi fiscali – e le lezioni che impartiscono

Le persone che sono nuove del network marketing spesso si sorprendono di scoprire i grandi vantaggi fiscali che derivano da un business a domicilio.

La maggior parte degli individui ha perlomeno un'idea vaga che i ricchi godano di ogni genere di agevolazioni fiscali che essa non possiede; ma avendo vissuto l'intera vita all'interno del quadrante D, in genere non ha un concetto chiaro di quali siano tali vantaggi e di come funzionino realmente. Quindi, spesso le persone sono scioccate quando si rendono conto che anche loro possono godere di questi stessi vantaggi fiscali e mettersi quantità cospicue di denaro in tasca fin dal primo giorno del nuovo business.

Con i recenti cambiamenti delle politiche fiscali e maggiori programmi assicurativi fatti su misura per le piccole imprese e per i lavoratori autonomi, è più facile di quanto lo sia mai stato prima creare il tuo pacchetto personale di benefici che eguaglia e perfino supera qualunque cosa ti potrebbe venire offerta da una grossa società ordinaria. Avviando il suo business di network marketing nel tempo libero e mantenendo il posto di lavoro consueto, cominci ad acquisire i vantaggi fiscali dei ricchi. Una persona con un business part-time può ricevere più detrazioni fiscali dei dipendenti.



ufficio a
domicilio

automobile, benzina,
chilometraggio

computer
domestico

Internet e
telecomunicazioni

viaggi, cene,
alberghi

uso di prodotti
personali

Questi sopra sono solo alcuni esempi delle cose per cui già spendi del denaro e che possono diventare detrazioni fiscali lecite una volta che avvii il tuo business di network marketing a domicilio. Nota: questo elenco viene riportato qui solo a fini illustrativi; per avere una consulenza fiscale sulla tua situazione personale, dovresti consultare il tuo fiscalista.

Per esempio, puoi essere in grado di detrarre le spese per l'auto, per la benzina, per alcuni pasti e per le spese di rappresentanza. Ovviamente, devi fare una verifica con un commercialista iscritto all'albo (CPA) per conoscere le norme esatte sulla tua situazione. E quando lo farai, scoprirai che *anche il costo di quella visita è detraibile!* In altri termini, lo Stato ti concederà un'agevolazione fiscale per il costo della consulenza professionale su come pagare meno imposte allo Stato.

**Uno degli aspetti positivi del network marketing
è che toglie il velo del mistero e inizia a mostrarti
la vita nel quadrante T.**

Il concetto che voglio evidenziare esaminando tutto questo non è solo farti conoscere questa leva economica cospicua che arriva all'inizio del tuo nuovo business grazie ai risparmi fiscali. Oltre a questo, volevo farti capire l'importanza di questo punto essenziale: la maggior parte della gente non ha la più pallida idea di cosa significhi stare nel quadrante T!

La maggior parte degli individui è scioccata quando viene a sapere dei vantaggi fiscali a disposizione qui, perché per la stragrande maggioranza della gente il quadrante T è simile al continente perduto di Atlantide. Uno degli aspetti positivi del network marketing è che toglie il velo del mistero e inizia a mostrarti la vita nel quadrante T.

Benvenuto nella tua istruzione sul business del mondo reale.

Abilità esistenziali

Quando si tratta di creare il successo nel business, non è semplicemente questione di abilità tecniche. Sono ancora più importanti le abilità esistenziali occorrenti per negoziare con successo nel quadrante T. La chiave per un successo a lungo termine nella vita è costituita dalla tua istruzione e dalle tue

abilità, dalle tue esperienze di vita, e soprattutto, dal tuo carattere personale.

Per esempio, ho dovuto imparare a vincere le mie insicurezze, la mia timidezza e la paura del rifiuto. Un'altra abilità relativa allo sviluppo personale che ho dovuto imparare è stata quella di riprendermi dopo essere fallito, e continuare ad andare avanti. Questi sono i tratti personali che una persona deve sviluppare se vuole avere successo in un business del quadrante T, che sia un'attività di network marketing, un'affiliazione commerciale o una nuova impresa.

Se non impari queste cose a scuola, e non le impari nel posto di lavoro, e non ti sono state insegnate in famiglia mentre crescevi, dove le imparerai? Dove diamine troverai un'impresa che investirà il tempo nella tua istruzione e nel tuo sviluppo personale, oltre ad aiutarti a costruire realmente il tuo business?

Nel network marketing, ecco dove.

John: È interessante, Robert, che tu menzioni sempre l'istruzione sul business come il beneficio numero uno che vedi nel business, e penso che tale concetto abbia molto valore. Attraverso la loro esperienza nel network marketing, spesso le persone imparano abilità e sviluppano aspetti di sé che altrimenti avrebbero potuto non imparare mai.

Il network marketing insegna alla gente come superare le paure, comunicare, capire la psicologia di altri individui che dicono di "no", e come conservare la perseveranza di fronte al rifiuto e ad altre sfide del mondo reale.

Ecco alcune delle abilità cruciali fornite dall'istruzione del mondo reale impartita dal network marketing:

- Un atteggiamento di successo
- Vestirsi in vista del successo
- Superare le paure personali, i dubbi e la mancanza di fiducia in se stesso
- Superare la paura del rifiuto
- Abilità di comunicazione
- Abilità relazionali
- Abilità di gestione del tempo
- Abilità nel campo della contabilità
- Definizione concreta degli obiettivi

- Abilità di gestione del denaro
- Abilità di investimento

Le buone società di network marketing forniscono un solido programma di formazione in tutte queste aree. E sono d'accordo: questo tipo di istruzione è assolutamente impagabile.

In effetti, faresti fatica a trovare da qualunque altra parte una situazione in cui potresti pagare molti soldi per acquisire tutta questa formazione – per non parlare di una situazione dove *ti pagano* per imparare.

Nel network marketing abbiamo un'espressione comune secondo cui è un business "dove guadagni mentre impari". È un detto straordinario, perché sottolinea questo punto chiave sul business: impari a svolgere questa attività *facendola*, non stando seduto in una classe per anni ad ascoltare qualcuno che ti parla di come farla.

**Il network marketing è una scuola di business
del mondo reale per persone che vogliono imparare
le abilità del mondo reale di un imprenditore,
anziché le abilità di un dipendente.**

Nel network marketing, il training è più di una teoria: è esperienziale. E che tu raggiunga o no il vertice del programma specifico in cui sei, oppure che tu guadagni molto denaro o non lo guadagni, il training in sé ha un valore enorme per il resto della tua vita. In effetti molti si ritrovano in altre imprese dove hanno molto successo grazie alla formazione aziendale e all'esperienza che hanno ricevuto prima nella loro esperienza di network marketing.

E questo è il punto reale qui, e il motivo più grosso per cui raccomando questo business alla gente da un decennio. Quando ti associ a una buona società di network marketing, non ti danno solamente una pista su cui correre, ma ti sostengono

anche nello sviluppo delle abilità e delle qualità che ti occorrono per avere successo.

Il network marketing è una scuola di business del mondo reale per persone che vogliono imparare le abilità del mondo reale di un imprenditore, anziché le abilità di un dipendente.

Attivo # 2: Una strada redditizia di sviluppo personale

So quello che probabilmente stai dicendo. “Kiyosaki, ti sei rammollito?! Cosa sono tutti questi discorsi sentimentali su ‘una strada di sviluppo personale’? Non ho bisogno di un gruppo di incontri; ho bisogno di sbarcare il lunario. Voglio costruire ricchezza, non cantare ‘Kumbaya!’”

Calma. Non mi sono rammollito con te: sono solo realistico. Arricchirsi non riguarda il fatto di mettere una monetina fortunata da 50 centesimi nella *slot machine* giusta. E non stai esaminando semplicemente un nuovo modo per percepire un reddito aggiuntivo. Stai effettuando davvero un cambiamento nei tuoi valori basilari. Non si tratta solo di cambiare ciò che fai; in un senso molto reale, si tratta di cambiare chi sei.

Il mio amico Donald Trump ha un patrimonio di miliardi di dollari oggi, ma c'è stato un periodo in cui ha perso tutto durante un crollo immobiliare. Parla dell'esperienza di avere debiti per 9,2 miliardi di dollari: “Oltrepassavo un mendicante per strada e mi rendevo conto che aveva un patrimonio di 9,2 miliardi di dollari più di me!” Eppure, ben presto Donald è stato di nuovo al top. Perché? A causa di ciò che egli è – o, più precisamente, di ciò che era diventato.

Ho avuto un'esperienza simile. A trent'anni ero milionario. Due anni dopo, la mia società era fallita. Perdere un'impresa non è stata un'esperienza gradevole, ma è stata un'istruzione straordinaria, ho imparato molto in quegli anni – molto sul business, ma ancora di più su me stesso.

Dopo il crack, il padre ricco mi ha detto: “Il denaro e il successo ti rendono arrogante e stupido. Ora, con un po' di povertà

e umiltà alle spalle, puoi diventare di nuovo uno studente”. Aveva ragione. Le lezioni che ho imparato grazie all'esperienza si sono rivelate impagabili col passare del tempo. Costruire e poi perdere un business a livello mondiale mi ha fornito un'istruzione del mondo reale che in definitiva mi ha reso ricco. Quel che è ancora più importante, è stata un'istruzione che mi ha dato la libertà. E le cose più importanti che ho imparato nel corso di tale istruzione non riguardavano il business o il denaro – riguardavano *me*.

Permettimi di fare a John una domanda in proposito, e se la sua risposta è quella che prevedo, vedrai ciò che intendo dire.

Robert: John, ovviamente non tutti quelli che entrano nel network marketing hanno lo stesso livello di successo. Nella tua esperienza, qual è la prima ragione per cui alcuni non raggiungono il livello di successo che speravano nel network marketing?

John: La definizione di successo è diversa per ogni persona. Ciò che può essere importante per una persona può non esserlo per un'altra. Alcuni si accontentano di integrare il livello attuale di reddito, mentre altri cercano davvero un'opportunità di business che possa essere trasformante, in termini di potenziale di reddito e di obiettivi connessi con lo stile di vita. Devi definire l'insuccesso in un senso molto ampio. Essere in grado di guadagnare 1.000 dollari al mese può essere considerato un insuccesso per la persona che stava cercando di costruire un business significativo, ma un grande successo per la madre il cui obiettivo era integrare in modo significativo il reddito familiare.

Indipendentemente dall'obiettivo, sappiamo che chi persevera nel network marketing tende solo ad andare sempre meglio. In realtà, l'unico modo in cui a mio avviso la gente fallisce è abbandonare. Ma occorre esaminare quanto ho appena detto in modo più dettagliato perché sia del tutto preciso. La questione non è semplicemente se uno abbandona la società – cioè, rinuncia alla sua posizione di distributore e dichiara formalmente: “Sono fuori”. La questione qui non è quella di abbandonare il business; si tratta di *abbandonare te stesso*.

È esattamente quello che pensavo. Ciò rimanda a quanto ho detto all'inizio di questo libro: non si tratta solo di cambiare il

tipo di business con cui lavori; si tratta anche di cambiare *te*. Posso mostrarti il business perfetto, ma perché il tuo business cresca, anche tu dovrai crescere.

Il vincitore in te – e il perdente in te

Ci sono due termini per ciò che John ha appena descritto. Uno è *rinunciatario*; l'altro è *perdente*.

Ognuno di noi ha un vincitore e un perdente dentro di sé. Ciò include anche me: c'è un vincente in me e un perdente in me, e spesso sono in competizione per lo "spazio televisivo". Il motivo per cui la maggior parte delle persone "tira avanti appena" anziché avere realmente successo nella vita è che permette al perdente dentro di sé di dominare. Io non lo faccio. Insisto perché il vincente la spunti.

Come sai quando il perdente si fa sentire? "Oh, non posso permettermelo". "Oh, questo è troppo rischioso". Oppure: "E se fallisco?" Il vincente è disposto ad affrontare il rischio, ma il perdente pensa solo alla tranquillità e alla sicurezza.

È ironico. Il perdente ciancia e si lagna della tranquillità e della sicurezza – e finisce per essere bloccato in una carriera e in una vita che non sono mai davvero tranquilli o sicuri. Cosa c'è di sicuro nel fatto di lavorare in un posto di lavoro da 40 ore alla settimana per una società che probabilmente ti licenzierà nel giro di qualche anno? Oppure di infilare i tuoi scarsi risparmi in un piano 401(k) che viene prosciugato da un fondo comune che fa fiasco, oppure in un fondo gestito da un consulente finanziario che si rivela un altro Bernie Madoff?

Dentro ognuno di noi c'è il vincente e il perdente, la persona ricca e la persona povera, la persona che fa attività fisica e quella che sta seduta sul divano. Questa è la battaglia. Il motivo per cui hai bisogno di associarti a una società di network marketing è che sosterrà la persona ricca dentro di te perché prenda posizione senza aver paura delle conseguenze. I tuoi amici perdenti vogliono che tu rimanga sul divano, vogliono che tu vada sul sicuro e lavori le tue quaranta ore, perché se lo farai allora non

li sfiderai a fare qualcosa di diverso. Il tuo sponsor del network marketing non lo farà. La tua squadra di network marketing vuole vederti eccellere, andare al di là di ciò che sei abituato a fare, andare al di là della tua storia e diventare l'individuo più eccezionale e straordinario che puoi essere, anziché rimanere un individuo ordinario.

È facile dire: "Non posso permettermi questo", oppure: "È troppo costoso", oppure: "Voglio solo le mie indennità; non voglio dover lavorare così sodo o correre quei rischi". Questo è il modo di parlare del perdente.

E non dovresti dispiacerti per questo. Tutti noi ne abbiamo uno. Ne ho uno in me, e molte volte ha il sopravvento – almeno per breve tempo. Ogni mattina, faccio questa scelta: chi si alza stamani, il me ricco o il me povero? Il vincente o il perdente? Questa è la nostra battaglia.

In effetti, ognuno di noi ha un intero cast di personaggi dentro di sé, un'intera gamma di chi potremmo essere potenzialmente. Io volevo la persona che fosse felicemente sposata, che desse un contributo al pianeta, e che fosse spiritualmente incline alla libertà.

Ogni volta che permettiamo alle nostre paure, ai nostri dubbi e alla nostra scarsa autostima di vincere, il perdente emerge e ha il predominio. Imparare a condividere la tua visione e a raccontare una storia potente e persuasiva significa imparare come ignorare il perdente dentro di te e permettere al vincente di venire in superficie. Imparare come raccontare una storia potente significa imparare come presentarti come il vincitore che sei.

La maggior parte delle persone non ha la capacità di continuare ad andare avanti, di fronteggiare la delusione e di non perdere mai di vista la visione di dove stanno andando. Non sono state semplicemente formate in tale abilità. Ma questo è di importanza cruciale. Questa è la vera abilità di qualcuno che ha padroneggiato il quadrante T. Questo è pensare come un imprenditore – e questa è la qualità più importante che puoi imparare dalla costruzione del tuo business di network marketing.

Mi ci sono voluti due anni interi, quando sono andato a lavorare per la Xerox Corporation, per iniziare a ottenere il mio potere e permettere al vincitore dentro di me di emergere. Alla fine di quei due anni ero sull'orlo del licenziamento, ma fortunatamente per me a quel punto la mia fiducia in me stesso infine ha cominciato a crescere. Le mie vendite sono migliorate e nel giro di altri due anni ero costantemente il numero uno o il numero due nel mio ufficio.

Il network marketing ti dà l'opportunità di stare davanti alle tue paure, di affrontarle, vincerle e tirare fuori il vincitore che vive dentro di te.

Aumentare la mia autostima era più importante che aumentare la busta paga. Ricostruire la mia fiducia in me stesso e la mia autostima è stato impagabile. E mi ha aiutato a guadagnare milioni di dollari. Per questo, sarò sempre grato alla Xerox Corporation e allo staff che mi ha insegnato come vincere le mie angosce, i miei dubbi e le mie paure. Oggi, raccomando fortemente il network marketing perché il settore offre la medesima opportunità di rafforzare e ricostruire la tua fiducia in te stesso che la Xerox Corporation mi ha offerto.

Il network marketing ti dà l'opportunità di stare davanti alle tue paure, di affrontarle, vincerle e tirare fuori il vincitore che vive dentro di te.

E non ti sbagliare – il semplice fatto che ti associ a una società di network marketing e cominci a costruire il tuo business non significa che ti sei lasciato dietro il perdente. Occorreranno anni per costruire la tua libertà autentica. Parliamo molto di libertà in questo paese. Ma non *hai* davvero la libertà finché non hai la libertà *finanziaria*. Occorre tempo per crearla.

Sono nato con nulla, e ho guadagnato e perso la mia fortuna diverse volte lungo il cammino, quindi so cosa si prova a perdere tutto: è facile, in quei periodi difficili, che il perdente prenda il sopravvento. Ci saranno momenti in cui ti sentirai messo

alla prova; quando i tuoi amici ti dicono: "Te l'avevo detto" e i tuoi familiari ti sussurrano: "Non pensi che sarebbe meglio se investissi semplicemente più energia nel tuo piccolo posto di lavoro e mollassi quella faccenda del network?"

Te lo prometto, ci saranno momenti in cui sarà così allettante permettere al perdente di mandare avanti la baracca. Non farlo.

Vinci!

La scuola di volo

Tutti i bruchi fanno i bozzoli prima di diventare farfalle. La scuola di volo è stata il mio bozzolo. Vi entrai come laureato del college e ne uscii come pilota pronto ad andare in Vietnam.

Se fossi andato a una scuola di volo civile, dubito che sarei stato pronto per la guerra, pur essendo un pilota. Ciò che dovevamo imparare come piloti dell'esercito è molto diverso da ciò che devono imparare i piloti civili. Le abilità sono diverse, l'intensità del training è diversa, e la realtà di dover andare in guerra alla fine del training rende diverse le cose.

Mi occorsero quasi due anni per terminare la scuola di volo di base in Florida. Ricevetti il brevetto di pilota e fui trasferito nel training di volo avanzato a Camp Pendleton, in California. Lì il training aumentò di intensità: a Camp Pendleton eravamo addestrati a combattere più che a volare.

Dopo aver terminato la scuola di volo ed essere divenuti piloti, avevamo un anno per prepararci ad andare in Vietnam. Volavamo continuamente, spesso in condizioni che ci mettevano alla prova sul piano mentale, emotivo, fisico e spirituale.

Dopo aver trascorso otto mesi nel programma a Camp Pendleton, qualcosa cambiò dentro di me. Durante un volo di esercitazione divenni infine un pilota che era pronto ad andare in guerra. Fino a quel punto volavo mentalmente, emotivamente e fisicamente. Alcune persone lo definiscono "volare meccanicamente". In quella missione di training, cambiai spiritualmente. La missione fu così intensa e spaventosa che a un tratto tutti i

miei dubbi e le mie paure furono costretti a togliersi di mezzo e il mio spirito umano ebbe il sopravvento. Volare era divenuto parte di me. Mi sentii in pace e a casa dentro il velivolo. Il velivolo faceva parte di me. Ero pronto ad andare in Vietnam.

Non è che non avessi alcuna paura. Avevo ancora le stesse paure riguardo al fatto di andare in guerra – la paura di morire o, peggio ancora, di restare disabile. La differenza era che ora ero pronto ad andare in guerra. La mia fiducia in me stesso era più grande delle paure.

Il mio processo per diventare un uomo d'affari e un investitore è stato all'incirca lo stesso processo che ho vissuto per diventare un pilota pronto ad andare in battaglia. Ho dovuto fallire due volte negli affari prima di trovare improvvisamente quella qualità che spesso viene definita *spirito imprenditoriale*. Questo è lo spirito che mi mantiene sul lato T e I del diagramma del cashflow, a prescindere da come diventa difficile la situazione. Rimango sul lato T e I anziché arretrare di nuovo verso la sicurezza e la comodità del lato D e A.

Direi che mi ci sono voluti quindici anni per acquisire la sicurezza per sentirmi a mio agio nel quadrante T. Tu sei più fortunato di me: non hai bisogno di dedicare tanto tempo o di vivere i fallimenti e le lotte che ho vissuto. Puoi ottenere lo stesso tipo di istruzione in grado di cambiare la vita proprio qui, nella tua scuola di volo personale: il network marketing

In che modo le mie abilità di business mi hanno cambiato la vita

Ora che ho parlato della mia formazione militare e di come ho imparato a volare in condizioni di combattimento nelle giungle del Vietnam, voglio raccontarti un'altra storia sull'affinamento del carattere – questa volta non sul campo di battaglia, ma nel campo dell'amore.

Se non avessi vissuto la mia forma intensa di istruzione per imparare le abilità del business del mondo reale, dubito che sarei stato abbastanza fortunato da sposare la donna dei miei sogni. Ma ho fatto la prima cosa – e ho fatto la seconda.

Quando ho incontrato Kim per la prima volta, ho pensato che fosse la donna più bella del mondo. Ero senza parole e completamente atterrito all'idea di andare a parlare con lei. Tuttavia, il mio training nel business mi aveva insegnato a superare la paura dell'insuccesso e del rifiuto – e quel training stava per dare un buon risultato, alla grande. Anziché nascondermi in fondo alla stanza e fissarla da lontano, che è esattamente ciò che avrei fatto anni prima, sono andato audacemente verso di lei e le ho detto: "Salve".

Kim si è voltata e mi ha lanciato il suo sorriso bellissimo – e io mi sono innamorato. Usciva proprio dai miei sogni. Ma quando le ho chiesto di uscire, lei ha detto: "No".

Il Robert Kiyosaki di prima avrebbe potuto sgattaiolare via e ammettere la sconfitta. Ma ero stato temprato dal mio training nel business: ho chiamato a raccolta il coraggio e gliel'ho chiesto di nuovo. Di nuovo lei ha risposto: "No". Ora la mia fiducia in me stesso era ammaccata e il mio ego maschile era indebolito, ma le ho chiesto di nuovo di uscire – e la sua risposta è stata nuovamente: "No".

Questo è andato avanti per sei mesi. Ogni volta che lei diceva: "No", mi nascondevo per curare il mio ego ferito. Soffrivo interiormente. Se non avessi imparato a superare le mie insicurezze, non avrei mai potuto continuare a chiedere per sei mesi – ma l'ho fatto. E infine, un giorno, lei ha detto: "Sì". Siamo insieme da allora.

Racconto questa storia non solo perché è una storia incoraggiante di come Robert e Kim abbiano vissuto il corteggiamento, la racconto perché fa comprendere un concetto cruciale: questo non riguarda solo il business e il denaro. Stiamo parlando della tua *vita*. Il modo in cui guadagni il tuo denaro e costruisci la tua carriera è il modo in cui guadagni il tuo destino e costruisci il tuo retaggio.

Attivo # 3: *Una cerchia di amici che condividono i tuoi sogni e i tuoi valori*

Può essere duro sentirselo dire, ma se vuoi creare un'economia diversa nella tua vita, può darsi che tu abbia bisogno di procurarti dei nuovi amici più di quanto tu abbia bisogno di procurarti un nuovo posto di lavoro. Perché? Perché anche se ti vogliono bene, e anche se non intendono farlo, gli amici che frequenti ora potrebbero frenarti.

Forse hai sentito dire che il tuo reddito tende a essere all'incirca uguale al reddito medio dei tuoi cinque amici più intimi. E senza alcun dubbio hai sentito il detto: "Il simile ama il simile". Questo è valido anche per i ricchi, per i poveri e per i membri del ceto medio. In altri termini, i ricchi creano contatti sociali con i ricchi, i poveri creano contatti sociali con altri poveri, e il ceto medio frequenta il ceto medio.

Il padre ricco diceva spesso: "Se vuoi diventare ricco, devi fare amicizia con quelli che sono ricchi o che possono aiutarti a diventare ricco".

Molti passano la vita a frequentare e a fare amicizie con persone che le frenano finanziariamente. In un business di network marketing, frequenti individui che sono lì per aiutarti ad arricchirti. Chiediti questo: "Le persone con cui passo il tempo sono dedite al mio arricchimento? Oppure a loro interessa di più che continui a lavorare sodo?"

A 15 anni capii che volevo diventare finanziariamente libero, e che un modo per farlo consisteva nell'imparare a creare contatti sociali con persone che potessero aiutarmi a diventare finanziariamente libero. Decisi che avrei cercato l'amicizia di

amici interessati come me a diventare ricchi, anziché a diventare dipendenti fedeli che lavorano per i ricchi.

Quello fu un momento di cambiamento per la mia vita. Non fu una decisione facile, perché a 15 anni dovevo fare molta attenzione alle persone con cui passavo il tempo e ai maestri che avrei ascoltato. Se stai prendendo in considerazione l'idea di creare il tuo business, devi essere acutamente consapevole delle persone con cui passi il tempo e di chi sono i tuoi maestri. È una considerazione cruciale.

Quando lasciai la Xerox, la cosa più difficile era che dovevo abbandonare alcune amicizie. La maggior parte dei miei amici e familiari erano nel quadrante D, e avevano valori diversi rispetto a me. Tenevano in gran conto la sicurezza e una busta paga fissa, e io tenevo in gran conto la libertà e l'indipendenza finanziaria. Questo rese la mia decisione un'esperienza travagliata, ma era una decisione necessaria da prendere se intendevo crescere.

Può darsi che tu sperimenti qualcosa di simile nel network marketing. Puoi scoprire che ci sono amici o familiari che non capiscono o non apprezzano la tua decisione di informarti sul network marketing, o che possono addirittura cercare attivamente di scoraggiarti. Può darsi che tu abbia amici che dicono che sei pazzo, che sei un credulone, oppure che stai facendo un errore enorme. Puoi perfino perdere degli amici. Esito a scrivere questa frase, perché sembra dura. Ma è dura. È la realtà.

E fai attenzione, questo non ha nulla a che fare con il network marketing in sé. Quello che sta davvero accadendo qui è che tu stai facendo un cambiamento sismico nella tua vita – da una vita vissuta nel quadrante D o A a una vita vissuta nel quadrante T. *Non* si tratta semplicemente di accettare un posto di lavoro diverso; è più come trasferirsi in un paese diverso, cambiare la tua religione o cambiare partito politico.

Il network marketing non solo insegna tantissimo sul business, ma procura anche un mondo di amici completamente nuovo – amici che stanno andando nella stessa direzione in cui vai tu e che condividono i medesimi valori basilari che hai tu.

Il poeta inglese John Donne scrisse: "Nessun uomo è un'isola, completo in se stesso; ogni uomo è un pezzo del continente, una parte del tutto". Disse questo molto tempo fa, nel 1623, ed è mille volte più vero nel mondo incredibilmente interconnesso di oggi. Non puoi arricchirti nell'isolamento; sei bravo solo come la comunità di persone che frequenti, con cui parli, con cui lavori e con cui giochi.

John: Questo è vero dappertutto nella vita, ma è particolarmente vero e particolarmente pertinente nel network marketing, perché quando costruisci un business di network marketing, in effetti costruisci attorno a te una comunità di amici potente e nuova di zecca, amici che stanno imparando gli stessi tipi di valori e le stesse abilità sul business del mondo reale che impari tu.

Questo è anche uno dei grandi vantaggi di un business di network marketing: anziché essere circondato da persone che competono con te per la prossima promozione, qui il tuo business è pieno di persone che sono impegnate proprio come te verso il tuo successo come lo sei tu, perché il tuo successo è ciò che assicura il loro successo. È probabile che alcune di loro diventino i tuoi nuovi migliori amici. In effetti, secondo la Direct Selling Association (DSA), un numero significativo di persone che si associano a società di network marketing e persistono con esse considerano *il social network a cui appartengono* una priorità ancora più alta del reddito che percepiscono.

Ecco la cosa più importante: il network marketing non solo insegna tantissimo sul business, ma procura anche un mondo di amici completamente nuovo – amici che stanno andando nella stessa direzione in cui vai tu e che condividono i medesimi valori basilari che hai tu.

A mio avviso, il tipo di amicizia di cui sta parlando John è tanto impagabile quanto il miglior training sul business.

Oggi ho amici in tutti e quattro i quadranti, ma i miei amici di base – quelli che frequento davvero, quelli il cui tempo insieme significa maggiormente per me – sono nei quadranti T e I.

E, a proposito, quegli amici che ho lasciato indietro alla Xerox? Oggi sono ancora dei grandi amici. Saranno *sempre* grandi amici, perché sono stati presenti per me in una fase di transizione della mia vita. Ma per me era ora di andare avanti. Se è ora che tu vada avanti e se il quadrante T ti sta chiamando, può darsi che tu voglia associarti a un'impresa di network marketing e cominciare a incontrare nuovi amici.

CAPITOLO 12

Attivo # 4: *Il potere del tuo network personale*

Una delle prime cose che mi hanno incuriosito riguardo a questo modello di business quando ho cominciato a esaminarlo a fondo in modo serio negli anni Novanta è stato il semplice fatto che usava la parola *network* (rete). Ricordo che per il padre ricco questo termine era davvero importante.

Thomas Edison era uno degli eroi del padre ricco. La gente oggi spesso ritiene Edison l'inventore della lampadina, ma questo non è vero. Edison non ha inventato la lampadina; ciò che ha fatto è stato migliorarla e perfezionarla. Quel che è ancora più importante, ha capito come trasformarla in un business.

Dopo aver abbandonato la scuola (perché i suoi insegnanti pensavano che non fosse abbastanza intelligente per avere successo lì), Edison accettò un lavoro vendendo caramelle e riviste sui treni. Ben presto cominciò a stampare un giornale e nel giro di un anno aveva ingaggiato una squadra di ragazzi per vendere le caramelle insieme al suo giornale. Si era trasformato da dipendente in titolare d'impresa.

**Il potere non è nel prodotto; il potere è nel network.
Se vuoi diventare ricco, la migliore strategia è trovare un modo
per costruire un network forte, vitale e in crescita.**

Il giovane Edison non si diede pace nel vendere giornali e imparò come inviare e ricevere il codice Morse in modo da

trovare un posto come telegrafista. Ben presto era uno dei migliori telegrafisti in circolazione – e lì apprese il segreto che lo avrebbe reso milionario. Come telegrafista vide ciò che aveva trasformato l'invenzione del telegrafo in un tale successo: era il sistema di linee, pali, persone specializzate e stazioni ripetitrici. Era il potere di un network.

Sebbene Edison sia famoso per avere armeggiato con la lampadina e avere perfezionato il filamento che l'ha resa funzionale, il suo vero colpo di genio fu la creazione di una società che metteva insieme le linee elettriche che permisero alla lampadina di penetrare nella società. La società fondata da Edison lo avrebbe reso multimilionario. Si chiamava General Electric.

Ciò che rese l'impresa di Edison così rivoluzionaria non fu la lampadina in sé, bensì il sistema di linee elettriche e stazioni ripetitrici che fornivano di energia elettrica la lampadina. Fu il *network*.

Il padre ricco mi diceva: "Le persone più ricche del mondo costruiscono network. Tutti gli altri cercano lavoro".

Dai magnati dei trasporti marittimi e dai baroni delle ferrovie a Sam Walton, Bill Gates e Jeff Bezos, le grandi fortune del mondo sono state fatte da coloro che hanno capito come costruire dei network. Sam Walton non ha fabbricato merci per la gente; ha costruito la rete di distribuzione che consegna le merci. Bill Gates non ha costruito computer; ha costruito il sistema operativo in funzione su tali computer. Jeff Bezos non si è dedicato alla pubblicazione di libri; ha creato il network *online* Amazon che consegna tali libri.

Il potere non è nel prodotto; il potere è nel network. Se vuoi diventare ricco, la migliore strategia è trovare un modo per costruire un network forte, vitale e in crescita.

Naturalmente, non siamo tutti dei Thomas Edison, Sam Walton o Bill Gates e non lo saremo mai. Sì, ci saranno gruppetti di pionieri straordinariamente creativi in ogni generazione che creano nuovi network multimiliardari da zero, come hanno fatto questi uomini, ma non è un'ambizione ragionevole per decine di migliaia di persone, e tanto meno di milioni.

Per questo il network marketing è così geniale. Le società che formano il settore del network marketing offrono ora a

milioni di persone proprio come te l'opportunità di costruire il proprio network anziché passare la vita a lavorare per il network di qualcun altro.

La legge di Metcalfe

Si attribuisce a Robert Metcalfe, il fondatore di 3Com e uno dei creatori di Ethernet, il merito di avere creato un'equazione che definisce il valore dei network:

$$V = N^2$$

In altri termini, il valore economico di un network equivale al numero degli utenti del network al quadrato.

Esprimendo la legge di Metcalfe in termini più semplici, significa che man mano che aggiungi utenti, il suo valore aumenta in modo geometrico.

Pensa a una rete di telefoni. Se hai solo un telefono, quell'unico telefono non ha alcun valore economico reale (se sei l'unico con un telefono, chi chiameresti?). Nel momento in cui aggiungi un telefono, secondo la legge di Metcalfe, il valore economico del network telefonico è al quadrato. Il valore economico del network passerebbe da zero a due al quadrato, ovvero quattro. Aggiungi un terzo telefono, e il valore economico del network ora è nove. In altri termini, il valore economico di un network aumenta in modo esponenziale, non in modo numerico.

I network giungono nel mondo del business

Il modello di business classico dell'era industriale funzionava in modo molto simile a un impero. Era controllato da un forte "governo" centrale che manteneva la sua identità fortemente centralizzata a prescindere da come si ingrandiva.

Negli anni Cinquanta emerse un nuovo tipo di impresa, che manteneva la sua coerenza non tramite il controllo di tutte

le sue parti con un unico ufficio centrale, ma usando invece il modello di un network. Questa idea fu così rivoluzionaria che molti la criticarono, e il Congresso statunitense stava quasi per dichiararla illegale e non lo fece per 11 voti. Ma sopravvisse ai suoi primi anni, e oggi gli va attribuito il 3% delle vendite al dettaglio americane, e prospera in tutto il mondo. Alcuni dei suoi marchi più famosi includono Ace Hardware, Subway e, naturalmente, il più famoso di tutti, McDonald's.

Questo modello di business radicale si chiama *affiliazione commerciale* (*franchise*).

Un'affiliazione è un tipo di network commerciale in cui molteplici titolari d'impresa lavorano tutti per mezzo dello stesso modello. In un senso molto pragmatico, potresti dire che tutti condividono i medesimi valori.

Ma il *franchising* è stato solo un passo nel processo dello sviluppo dei network nel mondo degli affari. Sarà John a raccontarti cos'è successo dopo.

John: Robert ha ragione. Non si tratta solo di pagare una provvigione in modo diverso, o di addossare la responsabilità del marketing su una parte diversa. È davvero un modo completamente diverso di guardare al business – un modo che riflette un'economia dell'era informatica attraverso il networking, anziché un'economia dell'era industriale attraverso la pubblicità di massa centralizzata. Dopo il *franchising*, il passo successivo nello sviluppo di imprese collegate attraverso un network cominciò negli anni Sessanta e si sviluppò davvero negli anni Settanta e negli anni Ottanta. Anziché essere un network di imprese legate da un'affiliazione commerciale, questo modello costruì se stesso attraverso un network di *privati* legati da un'affiliazione commerciale. In un certo senso potresti chiamarla un'"affiliazione personale".

Come il modello di affiliazione originario, anche questo nuovo tipo di business fu criticato molto; eppure, nonostante i suoi critici, è sopravvissuto e ha prosperato.

Quel modello è chiamato network marketing.

Robert: E, a proposito, la verità sul *franchising* è che come titolare di un'affiliazione fai parte di un network – ma non possiedi il network; possiedi solo la tua impresa specifica. Come network marketer, invece...

John: Come network marketer, non solo costruisci il network, ma in realtà possiedi il tuo network personale. E come hai detto tu, Robert, questo ti fornisce un'enorme leva finanziaria.

In altri termini, come network marketer, riesci a sfruttare personalmente il potere della Legge di Metcalfe.

Come? Questo non avviene semplicemente affiliandosi a una società di network marketing. È come avere un telefono quando sei l'unico con un telefono. Per sfruttare il potere della Legge di Metcalfe, devi far crescere il network duplicando te stesso in qualcun altro proprio come te: un partner. Nel momento in cui siete in due, il valore economico del tuo network è *al quadrato*. Quando siete in tre, il valore economico del tuo network passa da quattro a nove. Quando i due individui che tu hai inserito sviluppano a loro volta altre due persone ciascuno, il valore economico del tuo network comincia a sembrare un razzo che decolla per la luna. Stai lavorando in modo aritmetico, ma il tuo valore economico cresce in maniera esponenziale.

In parole semplici, la Legge di Metcalfe significa che un network funziona come una leva: ti permette di *avere un effetto di leva* sul tuo tempo e sul tuo sforzo.

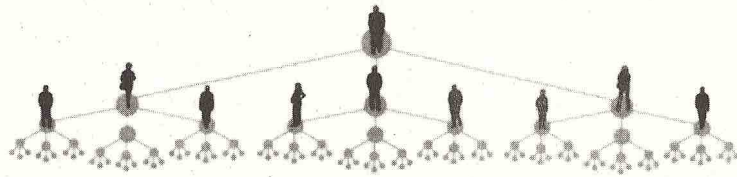
Archimede, l'ingegnere dell'antica Grecia a cui si attribuisce il merito di avere scoperto il principio della leva, dichiarò: "Datemi un punto d'appoggio e solleverò il mondo". Per dimostrare il potere praticamente illimitato della leva, mise su un sistema elaborato di corde e pulegge, e collegò questa vasta matrice di corde a un'intera flotta di navi da guerra greche. Quando tutto fu pronto e la folla che lo guardava si fece silenziosa, Archimede afferrò quest'unica asta di legno e tirò con tutta la sua forza – e l'intera flotta di navi cominciò a muoversi nell'acqua!

Questo è il potere di un network.

Attraverso quella matrice di corde, Archimede poté realizzare un'impresa che normalmente avrebbe richiesto la forza combinata di diverse migliaia di rematori. E cos'era esattamente quella matrice di corde? Un *network*.

Questa è la forza fenomenale che fa diffondere i pettegolezzi: una persona li racconta a tre persone, ognuna delle quali

li racconta a tre persone, ognuna delle quali li racconta a tre persone, e ben presto tutti in città li conoscono. Questo è il modo in cui si diffondono le tendenze della moda. E questa è la strategia di fondo di un business di network marketing: sfruttare il potere della Legge di Metcalfe per duplicare i tuoi sforzi attraverso un network di persone.



Il network marketing è uno dei modelli aziendali che crescono più rapidamente nel mondo oggi, eppure la maggior parte della gente non riesce ancora a vederlo. Perché no? Può darsi che le persone vedano il prodotto – i prodotti per la cura della casa o per il benessere, oppure i servizi di telecomunicazioni, i servizi finanziari o legali – ma non si rendono conto che in realtà quello non è il business. Il vero business non è il prodotto, ma i network attraverso i quali il prodotto viaggia – non la lampadina di Edison, ma la sua rete elettrica.

Le persone non afferrano ancora il valore del network marketing perché è invisibile: è *virtuale*, non materiale. Non puoi vederlo con gli occhi perché c'è pochissimo da vedere. È un autentico modello di business dell'era informatica: per afferrarne il valore, non basta che tu apra gli occhi; devi aprire la mente. Non ci sono archi d'oro, né sirene verdi che ti fanno cenno perché tu entri nel loro luogo di business. Il business del network marketing è esploso in tutto il mondo, eppure le masse spesso non lo vedono ancora.

Imprese come la General Motors e la General Electric sono imprese dell'era industriale. Le affiliazioni commerciali – McDonald's, Subway, The UPS Store, Ace Hardware, e il resto – sono imprese di transizione che sono nate per fare da ponte nel passaggio dall'era industriale all'era informatica. Le imprese

di network marketing sono autentiche imprese dell'era informatica, perché non hanno a che fare con terreno e materiali, fabbriche e dipendenti, ma con informazioni allo stato puro.

Come network marketer, potresti pensare che il tuo compito sia dimostrare e vendere un prodotto. Non lo è. Il tuo compito è comunicare informazioni, raccontare una storia straordinaria e costruire un network.

Attivo # 5: *Un business duplicabile e totalmente scalabile*

Ecco una verità cruciale sul network marketing che può sorprenderti: non è un business per coloro che sono dotati nella vendita. Ti ho promesso alcuni capitoli fa che John avrebbe detto di più in proposito, e ora è il momento.

Robert: John, concorderesti che le persone di maggior successo nel network marketing non sono necessariamente i migliori venditori nati?

John: Non solo concorderesti completamente, ma in effetti direi che, in un certo senso, è vero il *contrario*. Perché un “venditore nato” abbia successo nel network marketing, spesso la prima cosa che deve fare è *dimenticare tutto ciò che sa sulla vendita*.

Molti dei network marketer di maggior successo che io abbia mai visto sono stati istruttori, mamme, pastori, insegnanti – persone a cui piace davvero raccontare storie e aiutare gli altri. Il network marketing riguarda la condivisione di informazioni e storie personali, e non la vendita aggressiva, riguarda anche il fatto di *preoccuparsi* del successo di coloro che coinvolgi nel business.

Il che è una cosa buona, peraltro, perché comunque solo un individuo su venti è un venditore nato.

La chiave per il successo nella vendita è ciò che tu riesci a fare.

La chiave per il successo nel network marketing è ciò che tu riesci a *duplicare*.

Robert: Talvolta, quando dico che questo business non riguarda la vendita, ottengo una reazione scettica. “Sì, ma in qualche modo non stai cavillando? Voglio dire, che tu la chiami *vendita* o *condi-*

visione di informazioni, non si tratta pressappoco di una questione semantica?”

John: No, non è una questione semantica, e non stai cavillando. Ed è questo fattore della duplicazione che ti mostra davvero in modo marcato l'enorme differenza fra vendite e network marketing. Ecco cosa direi a quella persona:

“Se sei un venditore superstar, sbalorditivo ed eccezionalmente competente, allora puoi andare benissimo nella vendita – ed è probabile che tu vada malissimo nel network marketing”.

Perché? Perché sebbene tu possa vendere molti prodotti, *la maggior parte della gente nel tuo network non sarà in grado di duplicare ciò che fai*. Di conseguenza, il tuo network non può crescere, e muore di morte prematura.

Robert: Perché tu l'hai soffocato nella culla.

John: Esatto, e l'ho visto accadere molte volte. Osservo spesso persone di talento e creative che iniziano nel network marketing e sbattono contro questo muro di mattoni, perché pensano che il modo per avere successo sia usare il loro ingegno, il loro talento e le loro abilità eccezionali per essere strabilianti. Ma non si tratta di ciò che tu riesci a fare; si tratta di ciò che tu riesci a fare e poi di ciò che anche *gli altri* riescono a fare.

Ho anche visto società che commettono l'errore di riconoscere in modo eccessivo i livelli elevati di vendite personali, anziché porre maggiormente l'accento sul fatto di mostrare a tutti come duplicare i propri sforzi nella performance altrui. La chiave magica qui è l'abilità di duplicare, non lo è la capacità di essere un venditore eccellente. Quando le società di network marketing non chiariscono questo, intaccano la loro capacità di sviluppare continuamente e fornire energia al motore della loro crescita: le persone che duplicano se stesse.

Robert: Questo è affascinante, perché quando parli di persone che cercano di essere intraprendenti, sai di cosa si tratta? Questo è il modo di pensare di un individuo nel quadrante A – non nel quadrante T. Quando vivi nel quadrante A, allora, senza esitazione, sii brillante e creativo e unico! Ma nel quadrante T? È la rovina.

Henry Ford non ha creato un impero, né ha cambiato la faccia del pianeta costruendo un modello di impresa attorno alle abilità e ai talenti eccezionali dei suoi operai.

Ora, avrebbe *potuto* assumere artigiani per fabbricare a mano le auto. Sarebbero state auto sbalorditive – e forse ne avrebbe vendute alcune centinaia. Invece ha progettato un modello in cui persone comuni potevano investire il loro tempo e sforzo e produrre in serie milioni di auto.

Ford pensava come una persona che viveva proprio nel quadrante T.

John: Non avrei pensato a esprimere il concetto in questo modo, ma è esattamente così. E se vuoi avere successo nel network marketing, questo è il modo in cui *tu* devi pensare.

Di nuovo, ciò che dà al tuo business di network marketing il suo potere reale non è ciò che tu riesci a fare; è ciò che riesci a *duplicare*. In altri termini, hai bisogno di costruire il tuo business in un modo che praticamente chiunque altro può copiare prontamente. Perché? Perché il fatto che altri copino ciò che fai è esattamente ciò che vuoi che accada – ciò che *hai bisogno* di far accadere. Questo è ciò che crea il tuo successo.

Torneremo a questa discussione della duplicazione fra un istante, ma prima voglio parlare un po' di quel termine *scalabile*.

Strumenti di informazione per una scalabilità infinita

Un altro modo per dire ciò di cui sta parlando John, quando dice che il segreto è la duplicazione, è questo: il potere del tuo business è nella sua *scalabilità*. Un business che è *scalabile* significa semplicemente un business che può operare su qualunque scala.

Questo è spesso il problema del tipo “o la va o la spacca” con gli imprenditori. Il mondo è pieno di aspiranti imprenditori che creano imprese che sono meravigliose, finché operano su una scala così piccola che loro possano controllare personalmente ogni aspetto del business. Ma ci sono pochissimi imprenditori che comprendono come progettare il loro minuscolo modello

di business in modo che possa essere moltiplicato e riprodotto molte volte *senza la loro partecipazione diretta*.

Questo è il segreto della genialità di Ray Kroc nel creare il fenomeno McDonald's. Non ha cercato un gruppo di persone d'élite di ristoratori particolarmente di talento con un'expertise di alto livello per gestire le sue numerose imprese. Invece, *ha progettato l'expertise proprio all'interno dell'impresa*.

Questo è esattamente ciò che hanno fatto le società di network marketing intelligenti. Anziché cercare di reclutare solo i conferenzieri, i presentatori e i venditori più altamente specializzati, hanno progettato la presentazione nel sistema stesso, sotto forma di *strumenti informativi* – e, come spiega John, questo non è accaduto dall'oggi al domani.

John: Nel periodo iniziale del network marketing, coloro che vi si associavano hanno affrontato una sfida difficile: anche se è vero che chiunque può imparare a fare una presentazione, non è vero che chiunque sia in grado di offrire una presentazione *efficace*. Ciò significa che, sebbene in teoria “chiunque” potesse avere successo in questo business, spesso non era così nella realtà.

Nel periodo iniziale, in effetti il business faceva affidamento su persone con capacità straordinarie di effettuare presentazioni, e una parte importante dell'apprendimento del business consisteva nell'imparare a fare una presentazione straordinaria. Ma proprio come accade con le vendite, pochissimi diventeranno davvero esperti nell'offrire una presentazione professionale e ineccepibile. Perciò questo imponeva un serio limite alla capacità del business di crescere.

Robert: E a quel punto si sono inseriti in questo quadro gli strumenti per la presentazione.

John: Esatto. Anni fa, le persone cercavano di fare questo con opuscoli e libri sulla vendita, e avevano un certo grado di successo. Anche se forse l'individuo nella media non riesce a essere un presentatore straordinario, riesce comunque a illustrare a un cliente potenziale un opuscolo o un catalogo. Ma gli opuscoli e i libretti non sono semplicemente abbastanza attraenti da catturare l'interesse di qualcuno nel modo in cui riesce a catturarlo

un'ottima presentazione dal vivo da parte di un presentatore dinamico.

Nel corso degli ultimi decenni, tuttavia, c'è stato un cambiamento sismico nella tecnologia della presentazione. L'esplosione della tecnologia digitale ha livellato il campo di gioco. Strumenti digitali – CD, DVD e media *online* – hanno reso possibile ora ricreare quella qualità dinamica e attraente di una presentazione dal vivo.

Trovo interessante che tu stia intitolando questo libro *Il business del 21° secolo*, Robert, perché pur essendo in circolazione da decenni, in un modo molto reale questo modello di business ora sta entrando nel suo vero potenziale, e ora stiamo parlando proprio di una delle ragioni per cui avviene.

Oggi, quando inizi il tuo business di network marketing, non *devi* diventare esperto. In realtà, cercare di esserlo in effetti può lavorare contro di te, perché, di nuovo, questa è un'abilità altamente specializzata, e quindi non è molto duplicabile.

Anziché cercare di esercitarti a diventare un conferenziere e un presentatore esperto, usi semplicemente gli strumenti di business forniti dalla tua società perché *facciano le presentazioni per te*.

Inoltre, questi strumenti di business sono estremamente a portata di tasca, sia perché è nell'interesse delle società *renderli* accessibili, sia perché la tecnologia ora lo ha reso possibile.

CD e DVD a basso costo di alta qualità e presentazioni *online* – che spesso includono audio e video in streaming di alta qualità – hanno reso possibile il sogno di un'impresa di network marketing realmente democratica e *totalmente scalabile*, creando un modello di business che ha permesso a milioni di individui di accedervi e di eccellere.

Ti rendi conto di cosa significa questo? Significa che mentre costruisci il tuo business di network marketing, stai costruendo un attivo totalmente scalabile. Detto in parole povere, significa che puoi far crescere un business in base alla grandezza che desideri.

Prima di proseguire, tuttavia, devo fare l'avvocato del diavolo un'altra volta.

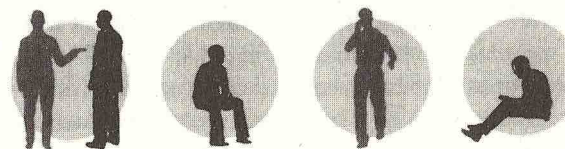
Robert: John, devo farti la domanda che ho sentito porre dagli scettici quando sentono questo concetto della duplicabilità:

“Quindi, se non devi essere davvero un venditore eccellente, e non devi essere un conferenziere o un presentatore esperto, allora cosa fai? Perché la società ha bisogno di te?”

John: Tu crei il network. Per questo è chiamato network marketing, e per questo la società ha bisogno di te – e per questo ti paga.

Come network marketer, il tuo mansionario, per così dire, è metterti in relazione con le persone, invitarle a sperimentare i prodotti che ti entusiasmano e a dare un'occhiata alle informazioni che hai, e poi effettuare il follow-up con loro. Poi, una volta che hanno deciso di entrare a far parte con te del business, condividi con loro il tuo entusiasmo, le tue esperienze, e le aiuti a imparare a fare ciò che tu hai imparato a fare. Qui, di nuovo, ci sono strumenti digitali che possono toglierti dalle spalle un'enorme quantità del peso e dell'expertise del training.

Il tuo compito è costruire relazioni, fare conversazioni, esplorare possibilità, conoscere persone, e aiutarle a capire di cosa tratta questo business.



invita → presenta → effettua il follow-up → forma

Quindi ci sono parti di questo business che uno strumento può fare meglio di te: si tratta della presentazione e, in qualche misura, del training. E ci sono parti che puoi fare soltanto tu, e questa è la parte delle relazioni umane.

Ecco l'idea di fondo: nel network marketing, *tu sei il messaggero, non il messaggio*.

È finita l'epoca in cui portavi in giro un pacco pesante di prodotti da provare, installando un intero negozio al dettaglio in soggiorno, o dovendo memorizzare lunghe liste di caratteristiche dei prodotti e statistiche finanziarie. *Questo è il 21° secolo*. Nel network marketing di oggi, gli strumenti fanno tutto

questo. Il tuo compito è metterti in relazione con le persone e invitarle.

E, a proposito, questo non significa che tu non debba essere abile. Devi esserlo assolutamente. Devi sviluppare le abilità che abbiamo esaminato come parte integrante dell'Attivo # 1: la capacità di avere fiducia in te stesso, di resistere al rifiuto, di comunicare, di essere un grande narratore di storie, di avere cura delle persone, addestrarle, e tutto il resto.

Ma queste sono capacità a disposizione di chiunque. Se hai mai contribuito a creare una lega di calcio, un gruppo dell'associazione genitori-insegnanti, oppure un club di scacchi, se hai partecipato a una campagna politica o a un consiglio ecclesiale, se hai mai lavorato come istruttore nel campionato juniores o se hai creato una tua banda musicale, allora sai com'è costruire un network.

Non hai bisogno di venditori altamente specializzati per duplicare ciò che fai. Hai bisogno di individui che siano disposti a imparare il business di base e le abilità di comunicazione e a trasformarsi personalmente in imprenditori capaci di autodefinizione e costruttori di squadra.

Pochissimi sono realmente abili nella vendita. Ma quasi tutti possono diventare abili nel networking, nel coaching e nel *team-building*. Questo significa che hai un business prontamente duplicabile e totalmente scalabile. Una volta che lo hai fatto crescere fino a 5 persone e poi fino a 50, hai padroneggiato le abilità basilari occorrenti per farlo crescere fino a 500, 5.000 individui e oltre.

Questo ci porta alla *leadership*.

Attivo # 6: *Abilità di leadership impareggiabili*

Quando ho iniziato a fare ricerche sul mondo del network marketing, sono andato a molte riunioni ed eventi dove ho sentito parlare decine di persone di fronte a stanze piene di gente nello sforzo di ispirare gli altri a trovare la loro grandezza personale.

Mentre ascoltavo questi individui che raccontavano la loro storia, ovvero che avevano iniziato con nulla e alla fine erano divenuti ricchi al di là di ogni possibile immaginazione, mi sono reso conto che questo business faceva per queste persone esattamente ciò che il padre ricco mi aveva detto di fare: non stava semplicemente insegnando loro i principi del business; li stava plasmando perché fossero leader.

Anche se pareva che parlassero molto di denaro, in realtà ispiravano gli altri a uscire dal guscio, ad andare al di là della paura e a cercare di realizzare i loro sogni. Fare questo richiedeva abilità di leadership da parte del conferenziere. Il motivo per cui occorre la leadership è che sebbene molti ripetano le stesse parole e frasi abusate sui *sogni, più tempo con la famiglia, e libertà*, poche persone ispirano abbastanza fiducia per indurre gli altri a seguire quelle parole e quelle frasi.

Non si tratta di memorizzare e ripetere le parole giuste; si tratta di sviluppare la capacità di parlare direttamente allo spirito degli altri. Questa è una qualità che va al di là delle parole. Questa è leadership autentica.

**La leadership è la forza che riunisce tutto.
La leadership è ciò che costruisce grandi imprese.**

Potresti pensare che le abilità di leadership siano incluse come parte integrante nell'Attivo # 1, "Un'istruzione sul business del mondo reale", oppure nell'Attivo # 2, "Una strada redditizia di sviluppo personale". Questo è ragionevole; potresti addurre argomentazioni a favore di entrambi gli attivi. Ma la verità è che avere la capacità di guidare è una serie di abilità così preziosa, così potente e così rara da essere autenticamente un attivo in sé e da meritare un capitolo a parte.

Tutte le altre abilità di business sono ingredienti importanti. La leadership è la forza che riunisce tutto. La leadership è ciò che costruisce grandi imprese.

Parlare direttamente allo spirito

Sono cresciuto negli anni Cinquanta e Sessanta, e John F. Kennedy è stato uno dei più grandi oratori che io abbia mai ascoltato. Quando nel maggio 1961 disse alla nazione che avremmo mandato un uomo sulla luna *entro la fine del decennio*, i nostri scienziati in realtà non avevano la più pallida idea di come avremmo potuto realizzare una cosa simile. Era più che ambizioso; era assurdo. Eppure lo abbiamo fatto. Anche se JFK è stato ucciso meno di tre anni dopo, quando rimanevano ancora tre quarti del decennio, la sua leadership è stata così affascinante e così potente che la sua visione è perdurata dopo la morte. Nonostante il suo assassinio, nonostante la catastrofe del Vietnam, nonostante il fatto che la nazione fosse scossa da tumulti e divisioni e che l'onere presidenziale passasse dal vicepresidente di JFK al suo ex rivale Richard Nixon nel 1968, cosa abbiamo fatto?

Abbiamo mandato un uomo sulla luna nel 1969 – certamente, *entro la fine del decennio*.

Questa è leadership: il potere di far accadere le cose attraverso la pura e semplice forza della visione che condividi. I leader autentici possono spostare le montagne.

In Vietnam, scoprii che i grandi leader non erano solo persone inflessibili che gridavano e urlavano oppure infliggevano maltrattamenti fisici. Nella foga della battaglia scoprii che i leader grandi e coraggiosi spesso erano silenziosi, eppure quando parlavano, parlavano alla nostra anima e al nostro spirito.

**Il denaro non va al business con i migliori prodotti o servizi.
Il denaro scorre verso il business con i leader migliori.**

Tutti i grandi leader sono stati dei maestri nella narrazione di storie, e sono stati capaci di comunicare la visione in modo così vivido che anche gli altri la vedevano. Guarda Gesù Cristo, Buddha, Madre Teresa, Gandhi, Maometto. Sono stati tutti grandi leader, il che significa che sono stati grandi narratori.

Il denaro non va al business con i migliori prodotti o servizi. Il denaro scorre verso il business con i leader migliori. Un'impresa che ha dimenticato come raccontare la sua storia personale ben presto *non è più* in affari, anche se ha tonnellate di scorte. Quando trovo un business che fatica finanziariamente, spesso è perché il leader di quell'impresa non riesce a comunicare la visione della società – non riesce a raccontare la storia. Può essere intelligente, ma è un comunicatore mediocre.

Le abilità di leadership che devi sviluppare per il quadrante T sono molto diverse dalle abilità di management necessarie il più delle volte per i quadranti D e A. Non fraintendermi: le abilità di management sono importanti, ma c'è una grande differenza fra le abilità di management e le abilità di leadership. I manager non sono necessariamente leader, e i leader non sono necessariamente manager.

Incontro molte persone nel quadrante A, gli specialisti o i titolari di piccole imprese, che vorrebbero ampliare il loro business, ma non ci riescono, per una sola ragione: mancano loro le

abilità di leadership. Nessuno vuole seguirli. I loro dipendenti non si fidano di loro, non sono ispirati da loro. Ho incontrato molti quadri intermedi che non riescono a salire nella scala societaria, perché non riescono a comunicare con gli altri. Il mondo è pieno di persone solitarie che a quanto pare non riescono a trovare l'uomo o la donna dei loro sogni, semplicemente perché non riescono a comunicare quanto siano persone buone.

La comunicazione influisce su ogni aspetto della vita – e questa è l'abilità numero uno insegnata dal network marketing.

I leader del network marketing talvolta si definiscono "narratori altamente remunerati". In effetti, sono fra i narratori *più* altamente remunerati, e c'è una semplice ragione per questo: sono fra i narratori migliori.

Quando ho cominciato a frequentare i training sul business del network marketing, ho incontrato persone di grande successo, titolari d'impresa del mondo reale che avevano avviato le loro aziende da zero. Molti erano maestri straordinari perché insegnavano a partire dall'esperienza e non dalla teoria. Assistendo a molti seminari sul business, spesso mi sono ritrovato a fare un cenno d'assenso col capo sentendo i loro discorsi schietti su ciò che occorre per sopravvivere per le strade del mondo reale del business.

Dopo i seminari, spesso parlavo con gli istruttori. Mi sbalordiva quanto denaro guadagnavano, non solo grazie alle loro imprese, ma anche ai loro investimenti. Parecchi guadagnavano assai di più di molti direttori generali al vertice nell'America societaria.

Tuttavia, c'era qualcos'altro in questi istruttori che mi colpiva ancora di più. Sebbene fossero ricchi e certamente non *dovessero* guidare quegli eventi, avevano la passione di insegnare e aiutare i loro simili.

Ho cominciato a capire che un business del network marketing si basa sui leader che tirano su le persone, mentre un business tradizionale societario o statale si basa sulla promozione di alcuni individui solamente, mantenendo le masse dei dipendenti soddisfatti di una busta paga fissa. Questi istruttori nel mondo

del network marketing *non* dicevano: "Se non rendi, perdi il posto di lavoro". Invece dicevano: "Permettimi di aiutarti ad andare sempre meglio. Finché vorrai imparare, sarò qui per insegnarti. Siamo nella stessa squadra".

Un tipo molto speciale di leader

Molte persone hanno qualità di leadership dentro di sé, ma queste qualità non vengono mai tirate fuori. Non ne hanno mai l'opportunità. Il padre ricco capiva questo. Un motivo per cui mi incoraggiò a entrare nel Corpo dei Marines e poi a andare in Vietnam era che avrebbe sviluppato le mie abilità di leadership.

Ma non devi entrare nei Marines per avere la possibilità di far fiorire il leader dentro di te. Puoi avere tale possibilità attraverso il network marketing. E il vero aspetto positivo di un programma di leadership del network marketing non è semplicemente il fatto che sviluppa la leadership, ma il *tipo* specifico di leadership che tira fuori.

Il network marketing tende a sviluppare il tipo di leader che influenza gli altri essendo un insegnante straordinario, il quale insegna agli altri a realizzare il sogno della propria vita insegnando agli altri a cercare di realizzare i loro sogni.

L'esercito sviluppa un tipo di leader che ispira gli uomini e le donne a difendere il loro paese. Il mondo del business sviluppa un tipo di leader che costruisce squadre che sconfiggono la concorrenza. Il network marketing tende a sviluppare il tipo di leader che influenza gli altri essendo un insegnante straordinario, il quale insegna agli altri a realizzare il sogno della propria vita insegnando agli altri a cercare di realizzare i *loro* sogni.

Anziché sconfiggere il nemico o sconfiggere la concorrenza, la maggior parte dei leader del network marketing ispira sem-

plicemente e insegna agli altri a trovare la generosità finanziaria offerta da questo mondo senza danneggiare gli altri.

L'opportunità di sviluppare la capacità di guidare è un valore singolarmente insito nel network marketing. Certo, potresti imparare la leadership in qualunque altro campo. Dall'esercito allo Stato alla vita societaria, ogni sfera della vita produce leader, ma non molti. La leadership autentica è estremamente rara – tranne nel network marketing.

John ha una prospettiva interessante sul motivo per cui ciò avviene.

John: Ciò che è eccezionale riguardo al network marketing è che unisce strettamente un'ampia struttura di retribuzione a un gruppo di persone formato al 100% da volontari.

Non troverai un singolo distributore del network marketing che timbra il cartellino o che *debba* presentarsi al lavoro. Come rappresentanti indipendenti, nessuno è assunto o licenziato – tutti sono lì volontariamente. Nessuno può dirti cosa fare; nessuno può darti ordini.

Allora perché funziona? Qual è il motore che fa funzionare la macchina? La risposta giunge in un'unica parola: la leadership.

E la leadership che sviluppi nel tuo business di network marketing comparirà in ogni altra sfera della tua vita.

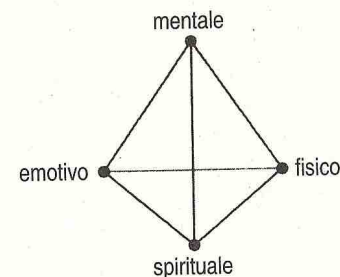
I quattro elementi della leadership

Le scuole tradizionali ti formano a essere un bravo dipendente. Si focalizzano su una sola cosa: la tua abilità mentale. Se riesci a risolvere equazioni e ad andare bene nei test, allora sei considerato abbastanza intelligente da gestire una società.

Questo è ridicolo.

Oggi sono un imprenditore di successo grazie al training che ho ricevuto nei Marines. Le scuole militari ti preparano a essere un grande leader focalizzandosi non solo sulla tua mente, ma anche sulle tue capacità emotive, fisiche e spirituali. Ti insegnano come agire quando sei sottoposto a una pressione estrema.

Ho avuto l'acume di pilotare un elicottero in Vietnam, ma non ce l'avrei mai fatta a tornare a casa senza lo sviluppo della mia spiritualità. Se questa non fosse stata forte, allora si sarebbe insediata la paura (emozione), e molto probabilmente sarei congelato (fisicamente) ai comandi dell'elicottero da battaglia. Il fatto che questi quattro elementi – mentale, emotivo, fisico e spirituale – lavorassero in armonia mi ha aiutato a portare a termine le mie missioni.



Questo mi ha anche dotato della conoscenza e della comprensione che occorrono per essere un bravo leader nel mondo del business, perché questi sono esattamente gli stessi quattro elementi della leadership necessari per avere successo nel business: mente, spirito, corpo, emozioni.

Se non riesci a controllare questi quattro aspetti di te stesso, allora fallirai. E se non sei in grado di contribuire a sviluppare questi quattro elementi nei tuoi dipendenti, e facendo ciò ad aiutarli a diventare leader efficaci, allora fallirai. È così semplice.

Ecco un'altra cosa che le scuole militari ti insegnano: essere in prima linea significa non badare se ti apprezzano o se non ti apprezzano. Naturalmente, tutti noi *vogliamo* essere apprezzati – ma per essere un grande leader devi stabilire confini, monitorare il comportamento del tuo staff, e adottare azioni correttive quando è necessario. Talvolta rimprovererai aspramente le persone. Sì, accadrà – non c'è alcun modo per evitare questo. Ma ecco cosa accadrà inoltre: creerai la migliore squadra possibile, una squadra che capisce ciò che ti aspetti, e ciò che tollererai e non tollererai.

Attivo # 7: *Un meccanismo per la creazione di una ricchezza autentica*

Thomas Jefferson e John Adams, due dei tre creatori della Dichiarazione di Indipendenza, sono stati grandi amici per tutta la vita, sebbene la loro amicizia non fosse priva di differenze, anche enormi. Erano l'opposto sul piano del temperamento, e a un certo punto divennero grandi rivali politici, diametralmente antitetici su molte questioni. Per anni, il nostro secondo e terzo presidente si rifiutarono di parlarsi. Ma nei loro ultimi anni si riconciliarono e la loro lunga corrispondenza è uno dei grandi tesori della letteratura americana.

Morirono lo stesso giorno, il 4 luglio 1826, cinquant'anni dopo il giorno della firma della Dichiarazione di Indipendenza di cui erano stati coautori insieme a Benjamin Franklin.

C'è un altro fatto curioso su questi due uomini: il loro rapporto con la ricchezza.

**La ricchezza non è la stessa cosa del denaro.
La ricchezza non si misura mediante la dimensione del reddito.
La ricchezza si misura in base al tempo.**

Jefferson era il classico proprietario terriero aristocratico della Virginia, e possedeva una tenuta che comprendeva migliaia di acri. Adams era un avvocato del Massachusetts proveniente

da una famiglia di agricoltori abbastanza povera, e visse la sua lunga vita senza avere mai molto in fatto di ricchezza. Eppure, il giorno della loro morte, Adams aveva un patrimonio di circa 100.000 dollari – e la tenuta di Jefferson aveva un *debito* di circa 100.000 dollari.

Jefferson aveva denaro e proprietà immobiliari, ma queste gli scivolarono via dalle dita. Adams non ebbe mai molto *denaro*, ma pur vivendo semplicemente aveva una solida comprensione su come costruire la ricchezza.

Una delle ragioni centrali per cui sto scrivendo questo libro è accertarmi che tu comprenda la differenza cruciale fra denaro e ricchezza. Perché chi vince milioni di dollari alla lotteria ordinarmente finisce per essere al verde nel giro di tre anni dalla vincita dei suoi milioni? Perché pur avendo avuto un guadagno inaspettato di *denaro*, non aveva alcun concetto di *ricchezza*.

La ricchezza non è la stessa cosa del denaro. La ricchezza non si misura in base alla dimensione del reddito. La ricchezza si misura in base al tempo. Se tutto ciò che ho a mio nome sono 1.000 dollari (combinando i risparmi e il conto corrente bancario), e le mie spese vive sono di 100 dollari al giorno, allora la mia ricchezza equivale a 10 giorni. La ricchezza è la capacità di sopravvivere un certo numero di giorni in futuro. Chiediti: "Se smettessi di lavorare oggi, quanto potrei sopravvivere finanziariamente?" La tua risposta è uguale alla tua ricchezza in questo momento.

In effetti, approfondiamo questa definizione. La ricchezza si misura in base alla *ricchezza della tua esperienza di vita oggi, più il numero di giorni futuri* in cui hai la capacità di continuare a vivere a questo livello di esperienza.

Un motivo per cui i ricchi si arricchiscono è che i ricchi lavorano per un tipo di denaro diverso. Non lavorano per generare un reddito – lavorano per costruire la ricchezza. C'è una grande differenza fra le due cose.

Uno dei valori più profondi di un business di network marketing – ed è un valore che la stragrande maggioranza della gente che esamina questo business non afferra affatto – è che è un motore di creazione di ricchezza personale.

La mia semplice strada in quattro passi per la libertà finanziaria

Kim e io siamo stati in grado di andare in pensione presto nella vita senza un posto di lavoro, senza l'aiuto statale, e senza alcun *trading* di azioni o fondi comuni. Perché nessun *trading* di azioni o fondi comuni? Perché credevamo che fossero investimenti molto rischiosi. A mio avviso, i fondi comuni sono alcuni degli investimenti più rischiosi di tutti.

Kim e io abbiamo usato un semplice piano in quattro passi per andare in pensione giovani e ricchi. Ci sono voluti nove anni, dal 1985 al 1994, iniziando con nulla e andando in pensione finanziariamente liberi – senza neanche una quota di titoli o fondi comuni. Si procede così:

- 1) Costruisci un business
- 2) Reinvesti nel tuo business
- 3) Investi in immobili
- 4) Lascia che i tuoi attivi comprino i beni di lusso

Esaminiamo come funziona questa sequenza.

1) *Costruisci un business*

Costruire un business ti permette di generare molto denaro. Inoltre, le leggi fiscali degli Stati Uniti sono molto favorevoli alle persone che percepiscono il reddito nel quadrante T e puniscono le persone che guadagnano il denaro nel quadrante D.

Un business è come un bambino: richiede tempo per crescere. Sebbene possa richiedere meno tempo, e possa certamente richiederne di più, far decollare un business di solito richiede circa cinque anni.

2) *Reinvesti nel tuo business*

La chiave di questo processo è che non cerchi di usare il tuo business come una fonte di reddito con cui guadagnarti da vivere. Molti network marketer all'inizio commettono questo errore. Non appena cominciano a vedere un flusso di reddito

svilupparsi dal nuovo business, usano questo nuovo reddito per espandere le spese vive: comprano una seconda auto, comprano una casa più grande, fanno vacanze costose, e così via.

Perché fanno questo? Non è perché siano degli idioti: ho visto individui molto intelligenti e ben informati seguire questo schema. Lo fanno per un'unica ragione: stanno ancora vivendo, respirando e pensando nel quadrante D. Se vuoi ricostruire la ricchezza, devi togliere la tua testa dal lato sinistro di quel diagramma e cominciare a pensare in termini di *T* e *I*.

In primo luogo, mantieni il posto di lavoro durante la giornata. Il tuo obiettivo non è sostituire il posto di lavoro con il business – ciò significa semplicemente trattare il business come il tuo nuovo posto di lavoro. Non costruirai mai la ricchezza in tal modo. Invece, una volta che il nuovo business guadagna un po' di denaro, vai direttamente al Passo 2: reinvesti il nuovo reddito in quel business al fine di farlo crescere ulteriormente.

“Ma io non voglio mantenere il mio lavoro durante la giornata – odio lavorare lì! Non è questo il punto essenziale? Voglio smettere di lavorare come dipendente!”

Il motivo per cui tante persone non raggiungono una grande ricchezza in nessun business è semplicemente che non reinvestono continuamente nel business.

D'accordo, vuoi uscire dal quadrante D e lasciare quel posto di lavoro. Forse odi il tuo posto di lavoro. O forse sei come molti professionisti che ho incontrato e che in realtà amano ciò che fanno, ma non amano il fatto di *dovere* continuare a farlo per quaranta, cinquanta o sessanta ore alla settimana. Qualunque sia la ragione, ecco la cruda verità: se sottrai tutto il reddito al nuovo business per bruciarlo in spese vive mensili, allora non stai costruendo un business; ti stai solo costruendo un altro posto di lavoro.

Un vero titolare d'impresa non smette mai di investire e reinvestire per costruire il business. Il motivo per cui tanti non

riescono a raggiungere una grande ricchezza in nessun business è semplicemente che non reinvestono continuamente nel business.

Quindi, come funziona questo nel network marketing?

John: Un business tradizionale potrebbe reinvestire costruendo un nuovo magazzino, spendendo denaro per la pubblicità nazionale, sviluppando nuove linee di prodotti, o acquistando nuovi canali di distribuzione. Ma come network marketer, non hai queste spese: la società di network marketing fa questi tipi di investimenti per te.

Come reinvesti *realmente* nel business, allora? Ci sono certamente posti dove puoi investire un po' di denaro saggiamente: nella tua formazione e istruzione, nei viaggi per sostenere il tuo network in crescita in altre città, negli strumenti promozionali ed educativi e nelle risorse per contribuire ad alimentare il business.

In linea di massima, tuttavia, il network marketing è un business il cui investimento principale di capitale non è il tuo denaro, bensì il tuo *tempo e sforzo*.

Il che significa che la parte migliore del tuo reddito da networking diventa disponibile per te affinché alimenti il serio processo di costruire la tua ricchezza. Ma, nota, ho detto "costruire la tua ricchezza", non "sperperare la tua ricchezza"!

Non fare l'errore che ho visto fare dalle persone, che iniziano a spendere ogni dollaro di ogni nuovo assegno di provvigioni per un'auto più grande, una casa più grande, uno stile di vita più grande. Non abusare del tuo nuovo reddito riversandolo in buche più grosse nel terreno.

Trattalo con il rispetto che merita. Investilo.

3) *Investi in immobili*

Quando il reddito del business continua a crescere, cominci a usare quel reddito supplementare per comprare immobili.

Noterai che non ci sono fondi comuni, portafogli di titoli o altri attivi cartacei in questo piano. Ciò avviene perché, pur essendo gli attivi più facili da costruire (tutto ciò che devi fare è comprarli), negoziare azioni e fondi comuni è rischioso, i

profitti realizzati sono tassati all'aliquota dei capital gains, e gli investimenti richiedono un'istruzione finanziaria per diminuire il rischio. L'idea qui è usare il tuo nuovo reddito supplementare per costruire un attivo che genera reddito. Ci sono molti tipi di attivi che possono generare reddito, ma quello che raccomandando più spesso qui è costituito dagli immobili, per due ragioni principali.

In primo luogo, le leggi fiscali sono scritte a favore dei titolari d'impresa che investono in immobili.

In secondo luogo, il tuo banchiere ama prestarti denaro per gli immobili. Prova a chiedere al banchiere un mutuo trentennale al tasso del 6,5% per acquistare fondi comuni o azioni. Ti butterà fuori dalla banca a forza di risate.

Spesso la gente mi chiede: "Come posso comprare immobili quando guadagno appena abbastanza denaro per pagare l'affitto?" Buona domanda; non puoi. Cioè, non puoi finché non hai i contanti extra. Per questo tale passo viene *dopo* aver costruito il business e dopo avere investito nella sua crescita continuata: così hai i contanti extra.

Ma permettimi di spiegare cosa intendo dire quando affermo "Investi in immobili", perché molti fraintendono completamente in che modo gli immobili funzionano come attivo. La maggior parte della gente pensa che il concetto essenziale nel campo degli immobili sia acquistare una proprietà a un prezzo e poi venderla (o rapidamente, dopo qualche migliona frettolosa, o in un momento successivo) a un prezzo più alto. Sbagliato. Questo significa solo acquistare una mucca e poi venderla sotto forma di bistecche. Ciò che dovresti fare è acquistare una mucca e tenerla per sempre in modo da poter vendere il latte.

Lo scopo dell'acquisto di immobili non è venderli; lo scopo dell'acquisto di immobili è costruire un attivo che genera reddito.

Imparare a fare questo richiede tempo, istruzione, esperienza e denaro. Come avviene quando si impara una qualunque cosa nuova, è difficile non commettere errori – e gli errori negli immobili (soprattutto nella gestione immobiliare) possono essere molto costosi. A meno che tu non abbia il reddito co-

stante extra e i vantaggi fiscali che accompagnano un'impresa del quadrante T, gli immobili o sono troppo rischiosi o sono troppo lenti.

Il motivo per cui molti non si arricchiscono negli immobili è che non hanno i contanti che occorrono. La verità è che i migliori affari immobiliari di solito sono costosi. Se non hai molto denaro, spesso gli unici affari immobiliari che puoi ottenere sono affari che la gente che ha davvero denaro ha passato ad altri. Il motivo per cui tanti provano a cercare investimenti "senza alcun anticipo" è che non hanno nulla da anticipare! Almeno che tu non abbia davvero esperienza e abbia un sacco di contanti sottomano da usare quando ne hai bisogno, non pagare alcun anticipo potrebbe essere l'investimento più costoso della tua vita.

4) *Lascia che i tuoi attivi comprino i beni di lusso*

Per molti anni, anche molto tempo dopo che avremmo potuto permetterci di fare di più, Kim e io abbiamo continuato a vivere in una piccola casa con una rata mensile del mutuo di circa 400 dollari e abbiamo guidato un'auto nella media. Nel frattempo, usavamo tutto il contante extra che generavamo per costruire il nostro business e investire in immobili.

Oggi viviamo in una grande casa e abbiamo sei auto di lusso in totale – ma non abbiamo acquistato quella casa o quelle auto. I nostri *attivi* le hanno acquistate; noi ci limitiamo a godercele.

Quando dico "bene di lusso", non intendo dire necessariamente qualcosa di stravagante o pretenzioso. Intendo dire qualcosa che vuoi e che ti godi, e che esiste al di là di ciò di cui "hai bisogno".

Ti farò un esempio. Pensa a qualcuno che conosci e che lavora per guadagnarsi da vivere, ma non ama il suo posto di lavoro. Se tu gli dicessi: "Ehi, non ti piace il tuo posto di lavoro, dovresti semplicemente dare le dimissioni!" – cosa direbbe?

Mi piacerebbe, ma non mi posso permettere questo lusso.

È esatto: per molti, il semplice fatto di non avere il proprio posto di lavoro è uno dei primi lussi che vogliono. Come ti pro-

curi quel lusso? Nello stesso modo in cui ti procuri qualunque altro lusso: lasci che il tuo business e/o le tue proprietà immobiliari lo comprino per te. Perché questo accada, devi costruire quegli attivi fino al punto in cui essi *possono* comprarlo per te.

Capisci come funziona?

Non usi il reddito per comprarti beni di lusso: usi il reddito per costruire i tuoi attivi – il tuo business e i tuoi investimenti immobiliari – e poi, una volta che sono sufficientemente costruiti per essere in grado di farlo, lasci che *essi* comprino i tuoi beni di lusso.

Il che ci porta alla questione dei sogni.

Attivo # 8: *I grandi sogni e la capacità di viverli*

Una delle cose più preziose circa le società di network marketing è che evidenziano l'importanza di cercare di realizzare i tuoi sogni. Nota, non ho detto "l'importanza di *avere* sogni". Non vogliono solo che tu *abbia* sogni; vogliono che tu *viva* quei sogni.

Inoltre, ti incoraggiano a sognare *in grande*. Una delle cose più piacevoli che mi sono accadute quando ho iniziato a esaminare il network marketing è stata che mi sono ritrovato a fare sogni ancora più grandi di quelli che facevo già.

Le imprese tradizionali spesso non sono molto desiderose che tu abbia grandi sogni. Operano meglio se hai sogni modesti: una breve vacanza estiva, forse un piccolo appartamento in multiproprietà, un passatempo che ti piace, una bella partita a golf la domenica pomeriggio. Quel tipo di cose.

Non sto dicendo che c'è qualcosa di sbagliato nell'avere sogni piccoli. Tutto quello che sto dicendo è che questa è una vita piccola.

Crescendo, sentivo spesso i miei genitori usare la frase: "Non possiamo permettercelo". Il padre ricco, tuttavia, proibiva a suo figlio e a me di dire quelle parole, e insisteva invece perché ci chiedessimo: "*Come posso permettermelo?*"

Per quanto piccola possa sembrare la differenza fra queste affermazioni, fa tutta la differenza. Il piccolo mutamento nel modo di pensare, moltiplicato per le esperienze, le percezioni e le decisioni di una vita, ti porteranno in un luogo che è a milioni di chilometri di distanza da dove saresti atterrato senza tale cambiamento.

Quando ti abitui a chiederti: "*Come posso permettermelo?*" istruisci te stesso ad avere sogni sempre più grandi, e non solo ad averli, ma a credere che puoi farli avverare. Dire "Non posso permettermi questo", invece, uccide i tuoi sogni così come un asciugamano bagnato spegne la fiamma di una candela. Ci sono già molte persone nel mondo che cercano di soffocare i tuoi sogni, senza che tu aggiunga la tua voce al mix! Oh, non intendono farlo, forse, ma che siano benintenzionate o no, le loro parole sono mortali.

"Non puoi fare questo".

"Questo è troppo rischioso. Sai quante persone sono fallite cercando di fare questo?"

"Non essere sciocco. Dove tiri fuori idee simili?"

"Se è un'idea così buona, qualcun altro non l'avrebbe già fatto?"

"Oh, ho provato questo anni fa. Permettimi che ti dica perché non funzionerà".

Queste sono parole che uccidono il sogno, e ho notato qualcosa di interessante sulle persone che le dicono: sono quasi sempre persone che hanno già rinunciato ai loro sogni.

Ciò che importa è lottare, imparare, e fare del tuo meglio per sviluppare il tuo potere personale per poterti permettere una casa grande – e ciò che importa è chi diventi nel frattempo.

Quando Kim e io eravamo al verde, ci dicevamo reciprocamente che quando avessimo guadagnato oltre 1 milione di dollari, avremmo comprato una casa grande. Lo abbiamo fatto, e abbiamo amato il fatto di stare in quella casa, ma la casa in sé non era importante per noi, e perfino potersi permettere la casa non era importante per noi. Ciò che era importante era *chi siamo diventati* nel frattempo.

Ciò che importa è lottare, imparare, e fare del tuo meglio per sviluppare il tuo potere personale per poterti permettere una casa grande – e ciò che importa è chi diventi nel frattempo.

“Le persone che hanno sogni piccoli”, mi diceva il padre ricco, “continuano a vivere la vita come persone piccole”.

Tutti hanno dei sogni, ma non tutti sognano nello stesso modo. Il padre ricco mi ha insegnato che ci sono cinque tipi di sognatori:

- Coloro che sognano nel passato
- Coloro che hanno solo sogni piccoli
- Coloro che realizzano un sogno, e poi vivono annoiati
- Coloro che hanno grandi sogni, ma senza alcun piano su come procedere per realizzarli, quindi finiscono con nulla
- Coloro che sognano in grande, realizzano quei sogni, e continuano ad avere sogni ancora più grandi!

Coloro che sognano nel passato

Queste sono le persone che credono che le loro realizzazioni più grandi siano dietro di loro. Ti intratterranno piacevolmente con storie dei loro tempi al college, dei loro tempi nell'esercito, dell'epoca del football alle superiori, della loro vita nella fattoria in cui sono cresciuti; ma cerca di avviare con loro una conversazione sul futuro, e probabilmente scuoteranno solo il capo e diranno: “Ahh, il mondo è andato a rotoli”.

Una persona che sogna nel passato è una persona la cui vita è terminata. Forse non è morta, ma non è più davvero viva – e l'unico modo per poter tornare alla vita è risvegliare un sogno.

Coloro che hanno solo sogni piccoli

Alcuni si limitano ad avere solo sogni piccoli, perché questo è l'unico modo in cui possono sentirsi sicuri di poterli realizza-

re. La cosa ironica è che, pur sapendo che potrebbero realizzare i loro piccoli sogni, spesso non lo fanno mai. Perché no? Chi lo sa? Forse è perché sanno che se li realizzassero, non avrebbero nient'altro per cui vivere – a meno che allora non sfidino se stessi a tirare fuori sogni più grandi.

In altri termini, preferiscono vivere in piccolo anziché affrontare i rischi e il brivido di vivere in grande. Più tardi nella vita, li sentirai dire: “Sai, avrei dovuto fare questo anni fa, ma non mi sono mai messo a farlo”.

Una volta chiesi a un uomo che avevo incontrato: “Se avessi tutto il denaro del mondo, dove viaggeresti?”

Rispose: “Andrei in aereo in California a trovare mia sorella. Non la vedo da quattordici anni e mi piacerebbe molto vederla, soprattutto prima che i suoi figli diventino più grandi. Quella sarebbe la mia vacanza di sogno”.

A quell'epoca, quel viaggio gli sarebbe costato circa 500 dollari. Glielo feci notare e gli chiesi perché non avesse ancora fatto il viaggio. Disse: “Oh, lo farò, sono solo troppo indaffarato ora”. In altri termini, questa era la “vacanza di sogno” che preferiva sognare di fare, anziché svegliarsi davvero e farla.

Il padre ricco diceva che spesso questi sognatori sono i più pericolosi.

“Vivono come tartarughe”, diceva, “nascosti nella loro stanza tranquilla e imbottita. Se bussi sul guscio e sbirci dentro, potrebbero fare un balzo e morderti”.

La lezione: lascia che le tartarughe sognanti sognino. La maggior parte di loro non sta andando da nessuna parte, e questo sembra andare benissimo a loro.

Coloro che realizzano un sogno e poi vivono annoiati

Un mio amico mi ha detto una volta: “Vent'anni fa sognavo di fare il medico. Quindi sono diventato un medico. E mi piace fare il medico, ma ora sono stufo della vita. Mi manca qualcosa”.

La noia di solito è un segno che è ora di avere un nuovo sogno. Il padre ricco mi diceva: “Ci sono molte persone che

svolgono le professioni che hanno sognato alle superiori. Il problema è che hanno terminato le superiori da anni. È ora di vivere una nuova avventura”.

Coloro che hanno grandi sogni, ma senza alcun piano su come procedere per realizzarli, quindi finiscono con nulla

Penso che tutti noi conosciamo qualcuno in questa categoria. Queste persone dicono: “Ho appena fatto un progresso importante. Permettimi di parlarti del mio nuovo piano”. Oppure: “Questa volta le cose saranno diverse”. Oppure: “Sto voltando pagina”. Oppure: “Lavorerò più sodo, pagherò i conti e investirò”. Oppure: “Ho appena sentito che una nuova società arriva in città e sta cercando qualcuno con le mie qualifiche. Potrebbe essere la mia grande occasione”.

Il padre ricco diceva: “Persone come queste spesso cercano di realizzare molto, ma cercano di farlo da sole. Ma pochissime persone realizzano i loro sogni da sole. Questi individui dovrebbero continuare a sognare in grande, fare un piano, e poi trovare una squadra che li aiuterà a far avverare i loro sogni”.

Coloro che sognano in grande, realizzano quei sogni, e continuano ad avere sogni ancora più grandi!

Penso che la maggior parte di noi vorrebbe essere questo tipo di persona. So che io vorrei esserlo. Tu no?

Il padre ricco lo diceva in questo modo: “Persone grandi hanno sogni grandi e persone piccole hanno sogni piccoli. Se vuoi cambiare chi sei, comincia cambiando la dimensione del tuo sogno”.

Come sai, sono stato al verde – totalmente, completamente, vivendo nella mia auto con mia moglie. So com'è. Ma “*al verde*” è una condizione temporanea. “Povero” è diverso. “Povero” è uno stato mentale. Puoi essere al verde ed essere ancora ricco di spirito, ricco di ambizione, ricco di coraggio, ricco di de-

terminazione. Non costa nulla sognare in grande, e non costa neanche un centesimo in più avere sogni *enormi*. A prescindere da come puoi essere al verde, l'unico modo in cui diventerai povero consiste nel rinunciare ai tuoi sogni.

La cosa eccezionale circa lo stile di vita del network marketing è che non strutturi i tuoi sogni come qualcosa che raggiungi solo dopo quarant'anni, o solo per alcune settimane nel calendario, o solo la domenica pomeriggio. Quando inizi a costruire il tuo business di network marketing, inizi a vivere i tuoi sogni, sebbene in modo piccolo inizialmente, dal primo giorno.

È un cambiamento nella *forma mentis*, da “non posso” a “posso”; dall'essere alla mercé delle circostanze all'essere al timone della tua vita; dall'essere reso schiavo all'essere libero.

Nella sua conclusione di *Walden*, la sua meditazione sulla vita autodeterminata, Thoreau scrisse:

Ho imparato questo, almeno, attraverso il mio esperimento: che se uno avanza con fiducia nella direzione dei suoi sogni, e tenta di vivere la vita che ha immaginato, incontrerà un successo inaspettato in ore comuni.

Non avrei saputo dirlo meglio.

Un business in cui le donne eccellono di Kim Kiyosaki

Ormai mi hai sentito menzionare mia moglie, Kim, diverse volte; hai letto come ci siamo incontrati e come le ho fatto una corte assillante, hai letto delle nostre prime lotte, dei nostri obiettivi e delle nostre strategie, e di com'è andata la nostra vita insieme. Prima di concludere questa parte del libro, ho pensato che fosse davvero l'ora che tu avessi l'opportunità di sentire Kim direttamente – R.K.

Robert ti ha detto molto sul network marketing e sui molti modi in cui può creare un grande valore per te. Voglio parlarti di un altro di questi modi: è un business potente per le donne.

Quando esami il profilo statistico di base della comunità del network marketing, una delle prime cose che noti è anche una delle più ragguardevoli: *è popolata da oltre quattro volte più donne che uomini.*

Hai sentito bene. Secondo la Direct Selling Association, circa l'88% dei 15 milioni di associati del network marketing negli Stati Uniti sono donne. E pur non fornendo una classificazione in base al genere degli oltre 62 milioni di persone nel business in tutto il mondo, probabilmente le proporzioni su scala globale sono vicine a quelle degli Stati Uniti.

La relazione di sostegno, formazione e cura di una sponsor del network marketing rispetto al suo network in crescita di networker tirocinanti è il tipo di relazione e interazione in cui le donne eccellono.

Perché? Storicamente, una ragione è che molte famiglie hanno avviato il business di network marketing come iniziativa imprenditoriale part-time, e per famiglie in cui l'uomo è il sostegno primario della famiglia. Questo ha significato spesso che era la donna a intraprendere un business part-time casalingo.

Un fattore parallelo è il fatto che è un business a domicilio, il che significa che la costruzione di un business di network marketing è singolarmente compatibile con le esigenze di chi tira su una famiglia.

Ma penso che vada oltre queste circostanze concrete e storiche.

Il network marketing, nel suo nucleo, è un business *relazionale*. Come ha spiegato Robert, non è un business che ruota attorno al fatto di effettuare *vendite*; è un business che ruota attorno al fatto di creare *contatti*. Si tratta della creazione di relazioni, di formazione e training, di insegnamento e *mentoring*. L'effettivo lavoro quotidiano della costruzione di un network somiglia meno al fatto di ritagliarsi un territorio di vendita che non alla costruzione di una comunità.

E la relazione di sostegno, formazione e cura di una sponsor del network marketing rispetto al suo network in crescita di networker tirocinanti è il tipo di relazione e interazione in cui le donne eccellono.

Naturalmente, nulla di tutto questo significa che gli uomini non possono avere anch'essi successo nel network marketing. Ci sono milioni di uomini che lo stanno dimostrando ogni giorno. Ma il fattore decisivo del business è semplicemente questo: è un modello di business in cui le donne eccellono.

Ciò di cui hanno bisogno le donne

Ed è anche una buona cosa, perché le donne di oggi hanno davvero bisogno di imparare come costruire la loro ricchezza.

Una giovane giornalista mi contattò alcuni anni fa e disse, con evidente passione: "Dobbiamo rendere consapevoli le donne che devono assumere la responsabilità del loro denaro. Non possono dipendere da qualcun altro che lo faccia per loro!"

Mentre parlavamo insieme, appresi presto da dove veniva la sua passione. Emerse che sua madre, di 54 anni, si era trasferita di recente da lei dopo avere vissuto un divorzio che l'aveva lasciata praticamente senza niente. Ora manteneva sua madre oltre che se stessa.

Questo era stato un campanello di allarme sufficiente in sé, ma ciò che l'aveva davvero scioccata era stato un esame approfondito delle sue finanze per vedere quali risorse avesse per mantenere entrambe. Si era resa conto che se la sua regolare busta paga fosse terminata all'improvviso per qualunque ragione, l'unica cosa che aveva a cui fare ricorso erano circa 7.000 dollari di risparmi.

Per una famiglia di due persone, 7.000 dollari non porterebbero molto lontano. Lei e sua madre erano entrambe a qualche magra busta paga di distanza dalla povertà e perfino dalla mancanza di una casa. Non sorprende che la appassionasse l'argomento delle donne che assumono il controllo delle loro finanze!

Fortunatamente per me, non sono nella posizione di questa giovane donna. Robert e io siamo finanziariamente a posto per il resto della vita, a prescindere da ciò che fa l'economia.

Ma pur non avendo una spada sul capo, l'argomento della creazione dell'indipendenza finanziaria da parte delle donne mi motiva altrettanto appassionatamente.

I consigli da "manuale" sul network marketing per le donne non sono diversi rispetto a quelli per gli uomini. Tuttavia, le ragioni propulsive *per cui* le donne costruiscono un business di network marketing spesso sono molto diverse rispetto a quelle dei loro omologhi maschili.

Sappiamo che conduciamo una vita molto diversa da quella delle nostre madri, ma ci può sorprendere in che misura sia diversa. Ecco sei ragioni per cui le donne devono entrare in questo gioco chiamato costruzione di ricchezza.

1) Le statistiche

Le statistiche sulle donne e il denaro sono allarmanti. Quelle che seguono sono statistiche statunitensi, tuttavia per altri paesi in tutto il mondo le statistiche sono molto simili o tendono nella stessa direzione.

Negli Stati Uniti:

- Il 47% delle donne sopra i 50 anni sono singole; in altri termini, sono finanziariamente responsabili di se stesse.
- Il reddito femminile durante il pensionamento è inferiore a quello degli uomini: infatti, essendo colei che si prende cura della casa primariamente, una donna è lontana dalla forza lavoro in media 14,7 anni, rispetto a 1,6 anni per gli uomini. Aggiungi questo fatto agli stipendi inferiori che le donne ricevono ancora, e hai indennità pensionistiche che sono solo circa un quarto rispetto a quelle degli uomini (*National Center for Women and Retirement Research - NCWRR*).
- Ci si aspetta che le donne vivano in media 7-10 anni in più rispetto agli uomini (*Ann Letteeresee, 12 giugno 2000*), il che significa che devono provvedere a quegli anni supplementari. Tuttavia, le donne sposate che fanno parte della generazione del boom delle nascite possono aspettarsi di vivere in media 15-20 anni in più rispetto ai mariti.
- Tre anziani su quattro che vivono in povertà sono donne (*Morningstar Fund Investor*).
- All'incirca 7 donne su 10 vivranno in povertà in un dato momento.

Cosa ci dicono queste statistiche? Che sempre più donne non sono istruite o preparate a prendersi cura di sé finanziariamente, soprattutto quando invecchiano. Abbiamo passato tutta la vita a prenderci cura dei familiari, ma non abbiamo alcuna capacità di badare a noi stesse in questo modo vitale.

2) Evitare la dipendenza

Non ti sposi aspettandoti un divorzio. Non inizi un nuovo posto di lavoro aspettandoti di essere licenziato. Ma accade, e oggi sempre più frequentemente.

Donne, se dipendete da un marito, da un capo, o da chiunque altro per il vostro futuro finanziario, pensateci due volte. Può darsi semplicemente che essi non siano lì. Troppo spesso,

forse non ci rendiamo neanche conto di come siamo dipendenti finché non dobbiamo affrontare la nostra chiamata personale del servizio sveglia.

3) *Nessun tetto di cristallo*

Insieme a tutte le sfide che deve affrontare il dipendente societario in questo mondo del dopo-2009, le donne affrontano ancora un altro ostacolo aggiuntivo enorme: il tristemente noto "tetto di cristallo". Sì, è vero, ancora oggi: a causa del genere (*gender*), le donne possono salire solo fino a un certo punto sulla scala societaria. E per le donne di 50 anni o più è possibile cercare di rientrare nel mondo dell'impiego societario? Ignora deliberatamente la domanda.

Nel mondo del network marketing, l'idea stessa di un tetto di cristallo per le donne è ridicola. Alla tua società di network marketing non importa se sei donna o uomo, nero o bianco, laureato o con la terza media. Ad essa importa solo con quanta diligenza ed efficacia costruisci il tuo network – e come ho evidenziato, il quadruplo di donne rispetto agli uomini fa esattamente questo.

La chiave è costituita dalle tue abilità, dalla tua istruzione e dalla tua esperienza. Non ci sono limiti e tetti, di cristallo o in un altro modo, per le donne, nel mondo del network marketing.

4) *Nessun limite di reddito*

A causa del tetto di cristallo e della disuguaglianza di stipendio ancora presente fra gli uomini e le donne nel mercato del lavoro, spesso una donna è limitata rispetto alla quantità di reddito che può guadagnare. Alcuni studi mostrano che le donne con la stessa istruzione ed esperienza dei loro omologhi maschi guadagnano circa 74 centesimi per ogni dollaro percepito dai loro pari maschi.

Ma un business di network marketing è *pienamente scalabile*. Indipendentemente dal genere, nel network marketing, la dimensione del flusso di reddito che puoi generare costruendo il network è illimitata.

5) *Autostima accresciuta*

Personalmente, penso che questo sia uno dei più grandi benefici e delle più grandi ricompense di un business di network marketing – ed è una delle ragioni più forti per cui le donne si impegnano nel business. Non è insolito che l'autostima di una donna sia legata alla sua capacità di provvedere a se stessa. Il fatto di dipendere da qualcuno per la tua vita finanziaria può condurre a un ridotto senso di valore personale. Puoi fare cose che altrimenti non faresti se il denaro non fosse un problema.

Ho visto l'autostima delle donne aumentare vertiginosamente una volta che sanno come farcela da sole finanziariamente. E quando l'autostima di una donna aumenta, le relazioni attorno a lei tendono a migliorare. Un'autostima più alta conduce a un successo più grande, che in definitiva conduce al dono più grande di tutti: la libertà.

6) *Il controllo del tuo tempo*

Quando si tratta di dedicare energia alla costruzione dell'autentica ricchezza, un grosso impedimento che spesso le donne hanno molto più degli uomini è il semplice problema del *tempo*. Questo è particolarmente vero per le madri che passano molte ore a prendersi cura dei bambini. Lo sento dire da molte donne: "Quando torno a casa dal lavoro, devo preparare la cena, aiutare i bambini con i compiti e rigovernare. Quando tutti sono a letto e ho un momento libero per me stessa, sono sfinita!"

Come network marketer, hai il controllo del tuo tempo. Questo business è qualcosa che puoi fare a tempo parziale o a tempo pieno. È qualcosa che puoi fare da casa, al telefono e al computer, la sera, nei fine settimana, in qualunque momento, ovunque. È un business che può viaggiare con te, che puoi tenere in tasca, e a cui puoi dedicarti in incrementi di tempo di mezz'ora, se questo è ciò che dettano il tuo orario e le tue condizioni.

La costruzione della ricchezza è una necessità

Queste sei ragioni convalidano il motivo per cui le donne hanno bisogno così fortemente di imparare come costruire la

loro ricchezza personale. Le statistiche dimostrano quanto sono cambiati i tempi per le donne ed evidenziano che il nostro bisogno di un'istruzione finanziaria della vita reale non è più un lusso; è una necessità. Dipendere da qualcun altro per il tuo futuro finanziario è come lanciare i dadi. La ricompensa può esserci alla fine, ma il rischio è considerevole.

I tetti di cristallo e i limiti imposti al reddito sono ciò contro cui tante donne combattono da molto tempo. Entrambi scompaiono nel mondo del network marketing. E allora due dei più grandi doni di tutti possono essere tuoi: un senso più elevato di autostima e il tempo da trascorrere esattamente come vuoi.

Tuttavia, fra tutte queste ragioni che ho appena elencato, non ho alcun modo per sapere a quale di esse sei più sensibile. Tu non sei la "donna nella media"; tu sei tu. E solo tu puoi determinare la ragione più impellente per costruire il tuo business di network marketing.

Crea la tua ricchezza... e divertiti a farlo

Indipendentemente da qual è tale ragione impellente, ti devi ricordare un'altra cosa quando cominci un business di network marketing, e cioè di *divertirti*.

Sì, è straordinario pensare che puoi guadagnare 100, 1.000 o perfino 10.000 dollari al mese, e che puoi evitare la dipendenza e avere il controllo del tuo tempo; ma se non ti diverti, ciò può condurre rapidamente a quella stessa *routine* in cui molti si ritrovano nel mondo societario. In parole povere, ti deve appassionare ciò che fai; la mancanza di passione si rifletterà sul tuo conto in banca.

Per questo penso che le imprese di *party plan* – un tipo di business di network marketing che ruota attorno a riunioni in casa – siano ideali per tante donne che pensano ad avviare il loro business. Le imprese di *party plan* sono l'opportunità perfetta per passare il tempo con familiari e amici nella comodità della casa, anche mentre crei un *social network* che ti permetterà di costruire la ricchezza – e di divertirti facendolo.

Un fatto interessante riguardo al settore del *party planning* (ovvero "vendita a un gruppo di clienti") è che in periodi economici turbolenti continua a funzionare bene. In effetti, è una ragione per cui il settore del network marketing nel suo insieme è una forza così notevole di cui tenere conto. Società come Vorwerk (JAFRA Cosmetics), Mary Kay, Tupperware, Scentsy, Partylite, Stampin'Up, Jewels by Park Lane, The Longaberger Company, e Southern Living at Home sono fra le 64 società di vendita diretta con un'entrata annuale globale all'ingrosso di 100 milioni di dollari o più.

Secondo un rapporto del settembre 2009 di *Direct Selling News*, Tastefully Simple, una società di *party plan* che vende specialità alimentari, ha visto crescere le vendite del 5% nel 2008, nonostante la recessione. Un'altra, Pampered Chef (che è stata acquistata dal miliardario Warren Buffett nel 2002) ha visto un incremento del 5% nel reclutamento durante quel medesimo periodo di tempo.

Qual è il messaggio qui? Le società di *party plan* offrono un'opportunità a basso rischio e altamente remunerativa per qualunque donna che cerchi di assumere il controllo del suo futuro finanziario. Raccomando questo business a mamme casalinghe che cercano di entrare nelle file dei nuovi imprenditori, a donne lavoratrici che cercano di integrare la busta paga, a studentesse che sperano di guadagnare qualche dollaro extra – a qualunque donna che voglia dare a se stessa l'opportunità di creare ricchezza... e di divertirsi facendolo.

Sappi cos'è importante

Nel nostro primo appuntamento, Robert mi chiese cosa volessi fare nella vita. Gli dissi che volevo gestire un'impresa in proprio prima o poi. Lui disse: "Posso aiutarti in questo". Nel giro di un mese avevamo un'impresa insieme.

Ma cominciai anche a parlarmi di cose più grandi – di spiritualità, e a farmi domande sulla finalità della mia vita. Erano gli anni Ottanta, quando la gente era stacanovista e ne era

orgogliosa. Negli anni Novanta, le persone hanno cominciato ad esaminare in modo più approfondito la loro vita e a porsi domande più difficili. Ma è stato in realtà dopo l'11 settembre che la gente ha cominciato a dire: "Oh, aspetta un minuto. Perché sto correndo in giro come un criceto sulla ruota? Cosa sto facendo con la mia vita? Dove sta andando tutto?"

Sento dire dalle donne in continuazione che sono troppo indaffarate per impegnarsi in un business a domicilio part-time. Dico loro: "Ecco la chiave per avere un business di successo: devi esaminare la tua vita, esaminarla davvero, e chiederti: cosa c'è di così significativo per me, tanto che *devo* averlo nella vita?"

Cos'è abbastanza importante per te tanto da trovare il tempo e dedicare lo sforzo a costruire un business che genera il proprio reddito, e poi usare quel reddito per costruire una ricchezza che si prenderà cura di te per il resto della vita? Perché se non identifichi cos'è, non accadrà.

La libertà è diversa per tutti; il successo è diverso per tutti. È personale, e *dovrebbe* essere personale. I numeri sono astratti; che si tratti di 5.000 dollari o di 1 milione di dollari, in realtà questo non significa niente finché tu non gli dai il significato che ha nella tua vita personale.

All'inizio del nostro matrimonio, Robert e io ci siamo impegnati entrambi appassionatamente a essere in affari in proprio, a non farci dire cosa fare da altre persone, e ad avere il controllo del nostro destino finanziario. Questo era così importante per noi che eravamo disposti a sopportare quasi qualunque fatica per farlo accadere.

E ci sono voluti anni – davvero, circa 10 anni.

Certe volte, lo stress di non avere alcun reddito è stato enorme. Avevamo amici di ogni tipo che ci dicevano che eravamo pazzi, che avremmo dovuto procurarci un posto di lavoro normale con buste paga normali, ma questo era ciò che non volevamo assolutamente.

Infine abbiamo deciso che dovevamo fare qualcosa. Robert ha cominciato a tenere dei corsi. Io sono andata da un'amica che aveva una linea di abbigliamento e le ho chiesto di permettermi

di vendere i suoi vestiti. Sono andata nei saloni dei parrucchieri e ho creato piccole mini-boutique. Non c'era nessuna busta paga, nessuna garanzia, solo provvigioni sulle vendite – e in verità ho guadagnato pochissime provvigioni. Ma mi ha portato là fuori, a fare qualcosa.

Ho imparato che questa è l'essenza di un imprenditore: *devi uscire là fuori e far accadere le cose*. E l'unico modo in cui lo farai è se sai cos'è davvero realmente importante per te, e se ti rendi conto che l'unico modo per averlo è crearlo personalmente.

TERZA PARTE

Il tuo futuro inizia ora

*Ciò che occorrerà per avviare il tuo business
di network marketing di successo*

Scegli saggiamente

Quindi hai deciso di iniziare davvero il tuo business di network marketing. Congratulazioni! Ora hai davanti una scelta. Ci sono diverse migliaia di società di network marketing in attività. A quale ti assocerai? E come sceglierai?

Spesso i nuovi arrivati nel network marketing fanno questa scelta per default, impegnandosi semplicemente per iscritto nella prima opportunità che si presenta. Ora, può darsi che la prima società di cui senti parlare sia una società straordinaria, e una scelta saggia per te. Ma dovrebbe essere una scelta fondata su informazioni e conoscenze, che tu compi con attenzione. Stiamo parlando del tuo futuro.

Quindi come scegli? Su quali criteri basi la tua decisione?

“La nostra società ha il miglior piano di remunerazione – puoi guadagnare moltissimi soldi qui!”

Quando indagavo su diverse società di network marketing, udivo spesso questo commento. Le persone ansiose di mostrarmi la loro opportunità di business mi raccontavano storie di gente che guadagnava centinaia di migliaia di dollari al mese grazie al business. Poiché ho incontrato individui che guadagnano davvero centinaia di migliaia di dollari al mese grazie al business di network marketing, non dubito del suo enorme potenziale di guadagno.

Tuttavia, non raccomando di esaminare a fondo un business di network marketing principalmente per il denaro.

“Abbiamo i migliori prodotti di qualità eccellente – prodotti che hanno cambiato la vita della gente!”

Ho sentito molte volte anche questo. I grandi benefici dei prodotti sono stati probabilmente la ragione numero due per associarsi a un business fornita dalle persone, mentre il denaro era la ragione numero uno. E, di nuovo, non ne dubito. Sebbene abbia sentito un sacco di esagerazioni e gonfiature bell'e buone, ho scoperto anche prodotti veramente eccezionali, alcuni dei quali consumo o uso ancora oggi. In effetti, i prodotti di qualità eccezionalmente alta tendono a essere una delle caratteristiche del network marketing.

Tuttavia, i prodotti non sono peraltro il beneficio più importante.

Permettimi di ripetere che:

Quando si sceglie una società con cui lavorare, il prodotto non è la considerazione più importante.

Evidenzio questo perché la maggior parte della gente presume che il prodotto sia la cosa più importante. Non lo è. Ricorda, non stai accettando un posto di lavoro come venditore; stai entrando in affari in proprio, e il business in cui ti trovi è il *network-building* (costruzione del network). E quando cominci a guardarti intorno per esaminare società diverse, la prima domanda nella tua mente deve essere: "Questa società mi aiuterà a imparare come diventare un network builder (costruttore di network) eccellente?"

La ragione numero uno per cui raccomando il network marketing è il suo sistema di istruzione sul business del mondo reale e di sviluppo personale.

Un sistema di network marketing viene creato per rendere possibile a chiunque partecipare alla ricchezza. È aperto a chiunque abbia grinta, determinazione e perseveranza. Non importa qual è il tuo cognome o in quale college sei stato (oppure se ci sei stato), quanto denaro guadagni oggi, qual è la tua razza o il tuo sesso, quanto sei attraente, quanto sei popolare, o perfino quanto sei intelligente.

Alla maggior parte delle società di network marketing importa soprattutto quanto sei disposto a imparare, a cambiare, e a crescere, e se hai il coraggio di tenere duro nella buona e nella cattiva sorte, mentre impari a essere un titolare d'impresa.

Questo è vero di ogni società di network marketing in circolazione? No. Come in tutte le cose, ci sono le buone società, le cattive società, e le brutte società – e ci sono anche quelle veramente grandi.

Non tutte le società di network marketing sostengono realmente l'istruzione. Alcune di esse sono solo un raggiro: vogliono solo che tu vada a vendere per loro, in realtà non sono interessate a insegnarti niente. Vogliono solo che tu porti i tuoi amici e familiari nell'"ovile". Se ti imbatti in una di queste società, sarei restio a farti coinvolgere al tuo posto: non contribuiranno alla tua crescita e può darsi che non siano in circolazione per molto tempo.

Ma le migliori società là fuori saranno totalmente dedite alla tua istruzione sul business. Sono impegnate a fare un lungo tratto di strada e ritengono prioritario lo sviluppo delle tue abilità e capacità. Quando trovi una società come questa, con leader al di sopra di te che sono disposti a formarti e ad aiutarti a diventare l'uomo o la donna d'affari che puoi essere, questa è una società presso la quale rimanere.

Il piano di retribuzione è importante? Certamente. La qualità della linea di prodotti è di importanza cruciale? Naturalmente. Ma quello che esamino davvero, molto più di queste cose, è quanto la società è dedicata a svilupparti come un forte individuo del quadrante T – un autentico uomo o donna d'affari in grado di costruire ricchezza. Questa è la cosa più importante della società di network marketing a cui ti affili: è davvero la tua scuola di business.

Se ti piace ciò che senti durante la presentazione iniziale, dedica un po' di tempo a incontrare davvero le persone che si occupano dell'istruzione e della formazione.

Investi il tempo a guardare oltre la retribuzione e i prodotti e a scrutare davvero nel cuore della società: è davvero interessata a formarti e a istruirti? Questo richiede più tempo che ascoltare semplicemente un imbonimento di vendita di trenta minuti, cliccare in un sito web colorato e sentire quanti soldi guadagna la gente. Scoprire quanto sia davvero buona l'istruzione di una società può richiederti di alzarti dal divano ed esaminare a fondo il suo training, i suoi seminari didattici e i suoi eventi.

Se ti piace ciò che senti durante la presentazione iniziale, dedica un po' di tempo a incontrare davvero le persone che si occupano dell'istruzione e della formazione.

Ed esamina attentamente, perché molte società di network marketing dicono di avere piani didattici straordinari, ma non tutte ce li hanno. In alcune società che ho studiato, l'unico training che avevano era una lista di libri raccomandati, e poi si focalizzavano sul training per reclutare i tuoi amici e familiari e farli entrare nel business.

Quindi prenditi il tempo occorrente e indaga con attenzione, perché ci *sono* davvero molte società di network marketing che hanno piani didattici e di training eccellenti – in effetti, i migliori training sul business della vita reale che io abbia visto in giro.

Ecco alcune domande da porre a te stesso su una società di network marketing.

- Chi sta guidando la nave?
- La società offre un piano d'azione comprovato?
- La società comprende sia abilità di business sia lo sviluppo personale come parte normale dei suoi programmi didattici e di training?
- La società ha una linea di prodotti forte, di alta qualità e altamente commerciabile che può appassionarti?

Chi sta guidando la nave?

Spesso le persone inesperte, che si avvicinano a un nuovo business con una prospettiva da quadrante D o da quadrante A, esaminano i prodotti di una società, il piano dei pagamenti oppure la

promozione per giudicare la forza della società. Io tralascio tutto questo ed esamino direttamente i *capi* – le persone al timone.

Non è che il prodotto e il piano dei pagamenti e tutto il resto non siano cose importanti. Ma nessuna società è perfetta. I problemi si verificano sempre. Se hai le persone giuste a guidare la nave, allora qualunque cosa vada male, loro la sistemeranno. In effetti, se hai persone straordinarie alla guida della società, non c'è nessun problema a cui *non possono* porre rimedio. Ma se hai le persone sbagliate al timone, allora quando i problemi si verificano non c'è assolutamente nulla che puoi fare in proposito.

Non puoi giudicare un libro dalla copertina; guarda al di là dei video promozionali e dei siti web. Guarda i capi. Quali sono i loro retroterra, la loro esperienza, i loro *curricula*, il loro carattere? Che tu riesca o no a conoscerli personalmente o perfino a lavorare con loro direttamente, *loro* sono i soci con cui stai entrando in affari.

John: Una cosa che vorrei affrontare qui è il mito diffuso talvolta dai promotori impazienti: cioè che per guadagnare “tanti soldi”, devi “entrare nel business fin dall'inizio”. Questo semplicemente non è vero.

Robert: Non solo non è vero, è del tutto stupido! La stragrande maggioranza delle nuove imprese fallisce nel giro di uno o due anni, incluse le nuove società di network marketing. Perché dovresti mettere a rischio il tuo lavoro duro, il tempo e l'energia investendo tutto questo in una società che non ha ancora una storia commerciale?

John: Ci sono società di network marketing forti, vitali ed eccellenti che hanno tre anni, e ci sono quelle che ne hanno trenta. È vero che c'è qualcosa di entusiasmante e corroborante nel far parte di qualcosa che è ancora giovane ed è iniziato da poco. Ma c'è anche molto potere e molta credibilità nell'essere affiliato a una società in affari da decenni.

Userei la debita cautela nell'impegnarmi in una società che ha appena aperto le porte. Eppure, anche qui, ci sono eccezioni; puoi trovare una nuova società appena avviata e che tuttavia ha credenziali societarie così forti da meritare una seria considerazione.

Il concetto essenziale qui è che devi usare la debita diligenza: scopri cosa stai esaminando e con chi stai entrando in affari.

Non farti ingannare da persone che ti dicono che il trucco per arricchirsi è stare con una società nuova di zecca, oppure con una società che ha una storia quinquennale o di 35 anni. Non c'è alcun "trucco". Non c'è nessuna formula magica. Ciò di cui hai bisogno è una società che sappia ciò che sta facendo e ti dia chiari segni che sarà lì per un lungo tratto di strada.

La società offre un piano d'azione comprovato?

John: Le opportunità di network marketing più lucrose e vitali non si aspetteranno che tu inventi di nuovo la ruota. Ti offriranno invece piani d'azione per aiutarti a creare il successo che cerchi di ottenere. Per esempio, avranno un manuale per la formazione in cui sono suggerite attività quotidiane o settimanali.

Alcune società offriranno ai titolari d'impresa un sito web personalizzato per contribuire a istruire i clienti potenziali o parlare dei prodotti e delle opportunità. Strumenti per la presentazione di prima categoria e professionali come i CD, i DVD, i podcast e i materiali stampati sono divenuti le componenti standard della cassetta degli attrezzi ordinaria del network marketer.

La società comprende sia abilità di business sia lo sviluppo personale come parte normale dei suoi programmi didattici e di training?

Ho chiarito abbastanza che considero il training e l'istruzione che ricevi come il valore numero uno nella tua esperienza di network marketing, ancor più del flusso di reddito che costruisci. Quindi accertati che queste cose ci siano.

Assicurati che la tua società dia un grande valore al training costante, sia nelle abilità di business sia anche nello sviluppo del carattere e nella crescita personale. I leader in questo settore sanno da decenni che è redditizio fornire ai collaboratori una dieta continua di materiale didattico e ispiratore straordinario. Nei vecchi tempi si trattava di libri e audiocassette. Nel 21°

secolo si tratta di CD, DVD, podcast, teleconferenze dal vivo e webinar – e, sì, libri. I libri non passano mai di moda!

John: E anche gli eventi dal vivo. Anche nell'era di Internet, c'è qualcosa di potente nell'essere fisicamente presenti a un evento dal vivo, qualcosa che nessun altro mezzo di comunicazione può sostituire pienamente.

Oggi il business quotidiano della costruzione di un network è gestito di solito al telefono e su Internet nella stessa misura in cui è gestito faccia a faccia. Ma scoprirai ancora che le migliori società mettono un forte accento sui loro eventi annuali, semestrali, trimestrali e/o mensili. Perché? Per il loro valore didattico, formativo e di sviluppo personale.

E, a proposito, non sarà solo la società di network marketing a essere coinvolta nel tuo training e nella tua istruzione. Hai un'intera gerarchia di individui – dalla persona che ti iscrive direttamente al business (chiamato spesso il tuo "sponsor") fino al suo sponsor, e per tutto il percorso lungo la catena della sponsorizzazione (la tua "upline"), fino ai funzionari stessi della società – e tutti hanno un interesse acquisito a vederti crescere, imparare, e avere successo.

Uno degli aspetti positivi del sistema di network marketing è che è creato per essere il contrario esatto dell'ambiente societario spietatamente competitivo, dove perfino il tuo migliore amico può arrampicarsi sopra di te per arrivare al prossimo gradino sulla scala.

Nel network marketing, questo tipo di concorrenza accanita non si verifica, semplicemente perché il successo del tuo sponsor e del tuo upline dipendono dal tuo successo. Le persone che traggono profitto dalla tua crescita *vogliono* che tu cresca!

La società ha una linea di prodotti forte, di alta qualità e altamente commerciabile che può appassionarti?

Pur non essendo la considerazione numero uno, l'offerta di prodotti della società riveste un'importanza critica. Perché? A causa di una sola parola: le *voci* che circolano.

In genere le società di network marketing non fanno molta pubblicità sui mass media. Non vedi spesso cartelloni o spot televisivi per questi prodotti. Perché no? Perché usano un modello promozionale completamente diverso. Invece di investire i budget pubblicitari in mass media costosi, investono i budget pubblicitari in persone come te.

John: La linfa di un network in crescita è il passaparola – singole persone che parlano ad altri del loro prodotto o servizio e dell'opportunità di cui sono entrate a far parte.

Per questa ragione i prodotti e servizi che in genere funzionano bene nel modello di network marketing sono quelli che entusiasmano le persone, quelli che hanno una storia fantastica per loro, quelli che hanno un ingrediente affascinante o un passato eccezionale, quelli che forniscono all'utente benefici particolarmente straordinari, oppure quelli che sono i primi del loro genere – prodotti o servizi che raccontano una storia unica.

In una parola: *voci* che circolano.

Ora, non fraintendermi: non sto parlando dell'imbonimento, sto parlando di qualità e caratteristiche autentiche. Il tuo prodotto deve essere il vero affare.

Detto ciò, è importante ricordare che non c'è un solo prodotto "migliore". C'è spazio per migliaia di prodotti e servizi migliori. In una certa misura, scegliere un prodotto straordinario è qualcosa di estremamente soggettivo. Alcuni sono molto attratti dai prodotti per la cura della pelle, per esempio, oppure dall'alimentazione, o dalla tecnologia.

C'è un forte mercato per il prodotto? È qualcosa che attirerà grandi quantità di persone? Ha un prezzo concorrenziale?

Credi nel valore del prodotto e sei disposto a usarlo personalmente? Ha una storia straordinaria da raccontare? Quando ti appassiona autenticamente il prodotto di cui parli agli altri, sarà più probabile che ne siano elettrizzati anche loro.

Ciò che occorre

Cosa occorre dunque per costruire il tuo business di network marketing di successo? In primo luogo, esaminiamo ciò che *non* occorre.

Non hai bisogno di un master in economia aziendale o di un background a elevato potenziale nel business

Ricorda la parola *duplicabile*. Le strategie che funzionano meglio nel networking sono quelle che *si duplicano* nel modo migliore. Il network marketing fa per un modello di business del quadrante T ciò che Henry Ford ha fatto per l'industria automobilistica: riduce il processo alle parti componenti che possono essere prodotte in serie.

John: Un business di network marketing di successo non è un capolavoro fatto a mano realizzato da un paio di mani abili. È una sinfonia di semplicità eseguita da centinaia di migliaia di mani.

Non devi essere "eccellente nella vendita"

Di nuovo, una delle più grosse idee sbagliate che hanno spesso le persone che non sono davvero nel network marketing è che devi essere un "venditore nato" per avere successo qui.

Nulla potrebbe essere più lontano dalla verità. In effetti, stare attaccato a questa idea ti danneggerà nel network marke-

ting. Perché? Perché i prototipi del “venditore eccellente” non riescono a duplicare se stessi.

John: Ricorda, questo non è principalmente un business di vendita, ma un business di insegnamento, *team-building* e leadership. Il tuo compito non è vendere molti prodotti, e non è nemmeno insegnare a tante persone a vendere molti prodotti. Il tuo compito è guidare, formare e costruire persone. Il tuo compito è innanzitutto costruire un network.

Robert: *Effettuare la vendita* non è il punto essenziale; *costruire il network* è il punto essenziale.

John: Esatto.

Non hai bisogno di lasciare il tuo posto di lavoro!

In realtà, è grandemente preferibile *non* lasciare il posto di lavoro quando inizi. In primo luogo, costruire un business in proprio non è come iniziare un nuovo posto di lavoro, dove cominci a percepire una busta paga nel momento in cui ti presenti al lavoro. Costruire il tuo network richiederà tempo. Dagli tempo.

John: E non solo per ragioni finanziarie. Anche se tu potessi permetterti di lasciare il posto di lavoro, molti nuovi networker scoprono che non appena mettono in moto il business, il rapporto con i colleghi può fungere da fonte per soci potenziali o segnalazioni di soci potenziali.

La stragrande maggioranza dei network marketer costruisce il business sul part-time. L'inchiesta sulla forza di vendita nazionale (National Salesforce Survey) del 2008 condotta dalla Direct Selling Association ha mostrato che solo un network marketer su otto lavorava venti ore o più alla settimana al suo business.

Non devi essere ricco o contrarre un secondo mutuo sulla casa

La maggior parte dei business di network marketing richiede meno di 500 dollari di costi di avviamento effettivi spesi di tasca. Non commettere errori in proposito: ciò che risparmi di capitale in contanti, lo compenserai con il capitale proprio del sudore e della passione. L'investimento principale nella maggior parte delle imprese in proprio è l'investimento di sé, sotto forma di tempo, focalizzazione e perseveranza. Ma non hai bisogno di un mucchio di contanti per cominciare.

John: Tuttavia, il fatto che l'investimento di capitale sia basso non significa che sia inesistente. Questo è un business, e devi gestirlo come un business. E ciò significa che avrai costi di esercizio mensili.

Di solito il tuo budget mensile sarà molto modesto: una fornitura mensile di campioni dei prodotti, e il costo degli strumenti per i contatti e per la presentazione, come quelli summenzionati (CD, DVD, siti web, eccetera), come pure materiali per lo sviluppo del business e per lo sviluppo personale continuativo.

Quindi, no, non hai bisogno di una grossa somma di denaro per cominciare, ma hai bisogno di mettere in preventivo spese mensili ragionevoli.

Non hai bisogno di essere un genio della negoziazione o una cannonata con i numeri

Ciò di cui hai bisogno è un ardente desiderio e determinazione alimentati da una forte dose di passione.

“Devi amare ciò che fai”, dice il mio amico Donald Trump. “Senza passione, è difficile conseguire un grande successo. Come imprenditore, avrai momenti difficili se non ti appassiona ciò che fai”.

Queste sono alcune cose che *non* occorrono per costruire un business di network marketing riuscito. Ora esaminiamo ciò che occorre *davvero*.

Occorre essere sincero con te stesso

Costruire un business del quadrante T non è un compito facile. Devi chiederti: “Ho ciò che occorre? Sono disposto ad andare al di là della mia area di comodità? Sono disposto a essere guidato, oltre che imparare a guidare? C'è una persona ricca dentro di me, pronta a uscire?” Se la risposta è “sì”, allora inizia a cercare un business di network marketing che abbia un programma di training fantastico.

John: Aggiungerei anche questo: accertati di avere chiaro dove sei e ciò che vorresti realizzare nella vita. Avere una visione di ciò che vorresti realizzare è essenziale.

Poi, comprendi bene le tue aspettative. Comprendi bene ciò che occorrerà, in termini di tempo investito ogni settimana, nonché denaro, abilità e risorse. Comprendi bene quale azioni dovrai compiere per far sì che questo business abbia successo. Abbi chiaro un quadro temporale realistico.

Nel libro che ho scritto con Donald Trump, *Perché vogliamo che tu sia ricco*¹, Donald ha scritto: “Il network marketing richiede uno spirito imprenditoriale, e questo significa focalizzazione e perseveranza. Non raccomando il network marketing a persone che non sono altamente motivate”.

Donald ha assolutamente ragione.

Occorre l'atteggiamento giusto

A mio avviso, diventare un imprenditore è un processo continuo, nel quale sono ancora coinvolto. Credo che sarò un imprenditore in corso di formazione fino alla fine. Amo il business, e amo risolvere problemi di business. È un processo che mi dà il tipo di vita che voglio. Quindi, sebbene certe volte il processo sia stato difficile per me, è valsa la pena viverlo.

¹ Gribaudo, Milano 2007.

Un pensiero mi ha fatto andare avanti; è stato il mio bagliore nel buio, anche nell'ora più buia. Avevo il biglietto di un biscotto della fortuna cinese attaccato alla base del telefono dell'ufficio, nella società produttrice di portafogli per surfisti, con questa scritta:

Puoi sempre arrenderti. Perché cominciare ora?

Ho dovuto affrontare molte telefonate che mi hanno procurato ragioni più che sufficienti per arrendermi. Tuttavia, dopo aver riattaccato il telefono, davo un'occhiata alle parole sagge del biscotto cinese e mi dicevo: “Per quanto voglia arrendermi, non mi arrenderò oggi. Mi arrenderò domani”.

La cosa positiva è stata che quel domani non è mai arrivato.

Il padre ricco soleva dire che, se arricchirsi fosse facile, tutti sarebbero ricchi. Per questo, quando la gente mi chiede quale sia stata la cosa numero uno che mi ha permesso di diventare ricco, dico che non volevo che nessuno mi dicesse cosa fare. Volevo così intensamente la mia libertà. Non volevo la sicurezza del posto di lavoro. Volevo la libertà finanziaria. E questo è ciò che offre il network marketing.

Se ti piace che qualcuno ti dica quanto puoi guadagnare e quando dovresti arrivare e uscire dal lavoro, allora un business di network marketing non fa per te.

Occorre una crescita reale

Un business di network marketing può essere un business del quadrante T. Ma questo non significa necessariamente che lo sarà. Dipende da te.

Il network marketing è lo strumento perfetto per persone che vogliono entrare nel mondo del quadrante T. Mentre il tuo potenziale di reddito nei quadranti D e A normalmente è limitato da quanto *tu come singolo individuo* riesci a produrre, in un business di network marketing puoi guadagnare tanto quanto viene generato dal tuo network. Questo significa che una volta

che costruisci un network molto grande puoi guadagnare una somma enorme di denaro.

Tuttavia, il semplice fatto di associarti a un'impresa di network marketing non rende la tua nuova iniziativa imprenditoriale un business del quadrante T – finché non è realmente grande.

John: La definizione tecnica di una “grande impresa” è un'impresa che comprende 500 o più persone. Di nuovo, quei 500 individui di solito vengono definiti “dipendenti”, ma il punto essenziale risiede nei numeri coinvolti. Quando costruisci un network di 500 o più rappresentanti indipendenti, ciò che hai corrisponde sicuramente alla definizione di una *grande* impresa, ovvero un'impresa del quadrante T. E un sistema di business del network marketing è ideato per ampliarsi ben oltre le 500 persone. È usuale che l'organizzazione del network di un singolo individuo cresca fino a raggiungere le diverse migliaia o perfino decine di migliaia di persone, e non è insolito vedere organizzazioni con network di centinaia di migliaia di individui.

Spesso i nuovi arrivati nel business del networking commettono l'errore di trattare il reddito derivante dal loro network alle prime armi come “denaro gratis” – reddito prontamente disponibile fin dal primo giorno. Ma quando hai solo 5, 10, 50, o anche 100 o 200 persone nel network, il nuovo business è ancora in larga misura nel periodo formativo. Non è ancora una *grande* impresa.

Una volta che il network cresce al di là delle 500 persone e diventa un network di migliaia di individui, hai un vero business del quadrante T che genera reddito da investimento. Non è solo un network vitale; è un attivo generatore di reddito.

Ma ciò significa che l'intervallo che va dal momento in cui entri nella società fino al punto in cui raggiungi quell'ampiezza superiore alle 500 persone è un periodo formativo, un tempo in cui getti le fondamenta. Tieni questo fatto nella prospettiva giusta. Tieni d'occhio il vero obiettivo: la costruzione di ricchezza.

Occorre tempo

Se hai l'idea di poter avviare un business di network marketing aspettandoti di iniziare a guadagnare subito denaro, allora pensi ancora come se vivessi nei quadranti D o A. In effetti, spesso sono gli individui dei quadranti D e A che restano fregati il più delle volte nelle truffe per arricchirsi rapidamente e negli imbrogli della vita.

John: Non esiste un metodo per arricchirsi rapidamente nel network marketing. Sebbene le attività del business siano semplici, esse richiedono tempo e sforzo, i fondamenti del reddito da investimento.

La Direct Selling Association dice che, in media, 1 contatto su 10 dirà di “sì” all'opportunità. Tuttavia, questa cifra migliora con il livello di esperienza del titolare del business. Ricordati che questo numero sarà valido nel volume. Anche se forse non lo troverai come valore medio per appena 10 contatti, scoprirai che è valido per 100 contatti.

Nel corso degli anni, alcuni hanno promosso il business del network marketing come una sorta di “corsia veloce” per la ricchezza. Naturalmente è una totale assurdità. Le persone nel network marketing che hanno sviluppato abilità di leadership, che hanno costruito il business e hanno sviluppato una ricchezza autentica hanno passato anni lunghi e difficili a farlo.

Quindi non farti ingannare se senti qualcuno che cerca di dirti che dovresti vedere risultati veloci. Questo non è un gioco di destrezza o una scorribanda di sei mesi su un'auto rubata del tipo “colpo di fortuna”: è un business serio. Qui stiamo parlando della *tua vita*.

Nel mondo reale del business, se non riesci a iniziare a produrre affari nel giro di 3-6 mesi, sei licenziato. La Xerox è stata un po' più generosa: mi hanno dato un anno per imparare e un anno di periodo di prova. Se non avessi avuto quei due anni, sarei stato licenziato.

La tua situazione è diversa: la tua società di network marketing non ti licenzierà – quindi non licenziare te stesso. Non

dedicarle alcuni mesi o un anno di sforzo per poi dire: "Beh, penso che non abbia funzionato". Dedicate il tempo di cui ha bisogno.

Robert: John, quando dico alle persone: "Dedicate tempo", invariabilmente ottengo la domanda: "Va bene, *quanto* tempo?" Come risponderesti a questa domanda?

John: Io dico: dedicate cinque anni.

Robert: È esattamente la stessa risposta che do io! In effetti, è lo stesso per costruire qualunque tipo di business – io lo chiamo il "mio piano quinquennale".

Il piano quinquennale

Se fai sul serio nel cominciare il tuo viaggio, ti raccomando di destinare come minimo cinque anni all'apprendimento, alla crescita, al cambiamento dei valori basilari e all'incontro di nuovi amici. Perché? *Perché questo è realistico.*

Ci sono voluti anni a Howard Schultz per costruire Starbucks, a Ray Kroc per costruire McDonald's, e a Michael Dell per costruire Dell Computers. Occorre tempo per costruire grandi società e grandi leader d'impresa. Mi ci sono voluti anni per costruire un business di successo del quadrante T. Ti occorrono anni per costruire un business di network marketing. Perché dovrebbe essere diverso?

La maggior parte della gente non pensa in termini di anni; addestrata dalla pubblicità e dai valori del tipo "di busta paga in busta paga" che sono propri del quadrante D, pensa in termini di gratificazione immediata. Sorprende forse che tanti individui, quando prendono in considerazione per la prima volta la possibilità di mettere il dito del piede nel quadrante T, siano così sensibili all'idea di "arricchirsi rapidamente"?

"Mi sono iscritto una settimana fa. Quando comincio a guadagnare tanti soldi?"

Gente, l'espressione *arricchirsi rapidamente* è un ossimoro. Una relazione ricca non si crea rapidamente; un romanzo riccamente appagante non viene scritto dall'oggi al domani. Creare la ricchezza, per definizione, richiede tempo, e questo è vero della ricchezza finanziaria come lo è della ricchezza di qualunque altro tipo. Per questo ci sono così poche persone nel quadrante T. La maggior parte della gente vuole il denaro, ma non è disposta a investire il proprio tempo.

Diecimila ore: fai il calcolo. Se lavori otto ore al giorno, cinque giorni alla settimana, raggiungi il livello delle diecimila ore dopo *cinque anni* di sforzo a tempo pieno.

Nel suo libro *Outliers: The Story of Success*², Malcom Gladwell spiega che per diventare davvero realizzato in qualunque cosa, occorrono circa diecimila ore di duro lavoro. Quando era uno studente delle superiori, Bill Gates ha investito diecimila ore nella programmazione. Quando ancora erano solo un'altra *band* britannica di falliti, i Beatles suonavano in un night-club ad Amburgo, sette ore al giorno, sette giorni alla settimana – e hanno investito circa diecimila ore.

"Ciò che è davvero interessante riguardo a questa regola delle diecimila ore", dice Gladwell, "è che è valida praticamente ovunque. Non puoi diventare un campione di scacchi se non passi diecimila ore ad allenarti. Il prodigio del tennis che comincia a giocare a 6 anni gioca a Wimbledon a 16 o a 17 anni [come] Boris Becker. Il musicista classico che comincia a suonare il violino a 4 anni debutta al Carnegie Hall a 15 anni circa".

Diecimila ore: fai il calcolo. Se lavori otto ore al giorno, cinque giorni alla settimana, raggiungi il livello delle diecimila ore dopo *cinque anni* di sforzo a tempo pieno.

² Trad. it. *Fuoriclasse. Storia naturale del successo*, Mondadori, Milano 2009.

Fortunatamente per te, padroneggiare il network marketing non è come diventare un campione di scacchi. Non hai bisogno di diventare Boris Becker, i Beatles o Bill Gates. Non hai bisogno di diventare il migliore del mondo – ma devi padroneggiare le abilità del business. Non ti occorreranno cinque anni di settimane a tempo pieno da quaranta ore. Ma per imparare e padroneggiare ciò che occorre per costruire un network enorme con un reddito da investimento, fai a te stesso un favore e concediti abbastanza tempo.

A proposito, uso *ancora* questo piano quinquennale.

Quando decido di imparare qualcosa di nuovo – per esempio, investire negli immobili – mi concedo ancora cinque anni per imparare il processo. Quando ho voluto imparare a investire nelle azioni, mi sono concesso di nuovo cinque anni per imparare il processo. Molte persone investono una volta, perdono qualche dollaro, e poi si arrendono. Si arrendono dopo il primo errore, per questo non imparano. Ma perdere fa parte del processo di vincere. Solo i perdenti pensano che i vincenti non perdano mai, pensano che gli errori debbano essere evitati a tutti i costi. Gli errori sono opportunità impagabili per imparare le lezioni essenziali.

Oggi, mi concedo ancora cinque anni per fare più errori possibile. Lo faccio perché so che più errori farò, imparando da essi, più diventerò intelligente. Se non faccio nessun errore per cinque anni, allora non sono più intelligente di quanto lo fossi cinque anni fa – sono solo cinque anni più vecchio.

Concediti anche il tempo per disimparare

Per quanto tu debba imparare molto in questo business, è probabile che ci sia anche una notevole quantità di cose che devi *disimparare*.

Un motivo per cui tanti rimangono trincerati nei quadranti D e A è che cominciano a sentirsi a loro agio lì. Non è che questi quadranti siano intrinsecamente più comodi. Dopotutto, vieni tassato in modo pazzesco, il tuo tempo non è mai tuo,

spesso sei costretto a lavorare con persone che non sopporti... per molti versi questi quadranti in realtà sono molto *scomodi*. Ma le persone iniziano a *sentirsi* comode lì, perché hanno passato anni a imparare come starci, ed è ciò che fanno.

Tutto questo cambia quando entri nel mondo del network marketing. L'esperienza lavorativa derivante dal tempo trascorso nell'impiego tradizionale o nel lavoro autonomo spesso non è così utile nel network marketing. Un orario di lavoro fisso, uno stipendio o un salario prestabilito sulla base del tempo dedicato al lavoro, la struttura caratterizzata da capi e gerarchie di management, un mansionario accuratamente definito, una clientela chiaramente definita, un territorio e uno stabilimento fisico chiaramente definiti – tanti degli intrappolamenti del posto di lavoro convenzionale non esistono semplicemente in questo business.

Se hai lavorato nella vendita tradizionale, come abbiamo detto prima, in effetti hai bisogno di disimparare quelle abilità in buona misura, perché nel network marketing non conta ciò che tu riesci a fare, conta ciò che tu riesci a fare *e a duplicare*.

Se hai esperienza nel dirigere i dipendenti, dovrai disimparare qualcosa anche in questo campo – perché nel network marketing non assumi, non licenzi, né dici alla gente cosa fare. Questo business del 21° secolo è una dinamica completamente nuova, e per eccellere qui è probabile che tu debba lasciarti alle spalle alcune vecchie abitudini.

Prenditi del tempo per disimparare oltre che per imparare. Per alcuni, la parte più difficile del passaggio dal lato sinistro del quadrante al lato destro del quadrante è disimparare il punto di vista dei quadranti D e A. Una volta che hai disimparato ciò che avevi imparato, il cambiamento sarà molto più rapido e agevole.

Alla fin fine si tratta dell'azione

Puoi pianificare tutto ciò che vuoi, studiare tutto ciò che vuoi, e imparare tutto ciò che vuoi, ma le uniche persone che vincono nel network marketing sono le persone che agiscono – oggi, domani, e ogni giorno.

Vivere la vita

Cosa ti rende ricco? La maggior parte della gente risponderebbe: "Il denaro, naturalmente!" E si sbaglierebbe. Avere denaro non ti arricchisce, perché puoi sempre perdere denaro. Possedere immobili non ti arricchisce realmente, perché (come abbiamo visto in modo drammatico negli ultimi anni) gli immobili possono sempre perdere valore.

Cosa dunque ti arricchisce? La *conoscenza*.

La mia lezione d'oro

Da giovane adulto, ancor prima di iniziare a investire negli immobili, i miei primi investimenti sono stati investimenti in oro. "L'oro è l'unico denaro vero", ragionavo. "Come potrei sbagliare?" Ho iniziato a comprare monete d'oro nel 1972, quando l'oro costava circa 85 dollari all'oncia. Avevo 25 anni. Quando ne avevo 32, l'oro si avvicinava a 800 dollari all'oncia, e il mio denaro si era moltiplicato quasi *dieci volte*. Accidenti!

Era iniziata la frenesia, e l'avidità ha superato la cautela. Circolavano voci secondo cui l'oro avrebbe raggiunto i 2.500 dollari all'oncia. Investitori avidi hanno cominciato ad affollarsi, anche quelli che non avevano mai acquistato l'oro prima. Avrei potuto vendere le mie monete d'oro realizzando un notevole profitto, ma ho aspettato, sperando che l'oro salisse ancora. Circa un anno dopo, quando l'oro è sceso al di sotto dei 500 dollari all'oncia, ho venduto infine la mia ultima moneta. Ho

visto calare l'oro a livelli sempre più bassi fino al 1996, quando infine ha raggiunto il fondo a 275 dollari nel 1996¹.

Non sono gli immobili, l'oro, le azioni, il lavoro duro o il denaro che ti arricchiscono; è *ciò che sai* sugli immobili, sull'oro, sulle azioni, sul lavoro duro e sul denaro che ti arricchisce. In definitiva, è la tua *intelligenza finanziaria* che ti arricchisce.

Non ho guadagnato molto denaro con l'oro, ma mi ha insegnato una lezione impagabile sul denaro. Una volta che ho visto che avrei potuto realmente *perdere* denaro investendo nel "denaro reale", mi sono reso conto che non era l'attivo materiale a essere prezioso. Erano le *informazioni* relative a quell'attivo che in definitiva rendevano una persona ricca o povera.

Non sono gli immobili, l'oro, le azioni, il lavoro duro o il denaro che ti arricchiscono; è *ciò che sai* sugli immobili, sull'oro, sulle azioni, sul lavoro duro e sul denaro che ti arricchisce. In definitiva, è la tua *intelligenza finanziaria* che ti arricchisce.

L'intelligenza finanziaria ha poco o nulla a che fare con l'intelligenza accademica. Puoi essere un genio quando si tratta di intelligenza accademica, ma uno scemo quando si tratta di intelligenza finanziaria.

1) *Sapere come guadagnare più denaro*

Più denaro guadagni, più è alta la tua intelligenza finanziaria. Qualcuno che guadagna 1 milione di dollari all'anno ha un quoziente d'intelligenza finanziario più alto di uno che guadagna 30.000 dollari all'anno.

2) *Sapere come proteggere il denaro*

Il mondo cerca di prenderti il tuo denaro, e non sono soltanto i Bernie Madoff. Uno dei più grossi predatori finanziari è il tuo Stato, che ti prende i soldi *legalmente*.

¹ Il prezzo dell'oro, nel frattempo, ha sfiorato i 2.000 dollari (ndr).

Considera due persone che guadagnano entrambe 1 milione di dollari all'anno. Se una paga il 20% di imposte mentre l'altra paga il 35%, la prima persona ha un QI finanziario più alto.

3) *Sapere come accantonare il denaro*

Molti non riescono a conservare una grande quantità di denaro che guadagnano, semplicemente perché impostano il bilancio come una persona povera anziché come una persona ricca. Anche mettere da parte il denaro richiede intelligenza finanziaria.

Considera due persone: la persona A guadagna 120.000 dollari all'anno, e la persona B guadagna solo 60.000 dollari all'anno. Chi ha più intelligenza finanziaria, la persona A? Calma. Supponiamo che la persona A *spenda* anche 120.000 dollari ogni anno, il che la fa ritrovare al punto di partenza alla fine dell'anno. Ma la persona B, che guadagna solo 60.000 dollari, imposta il bilancio con attenzione ed è in grado di vivere bene solo con 50.000 dollari, e investe i restanti 10.000 dollari. Chi finisce per avere di più?

Se hai scarsa abilità di gestione del denaro, allora tutto il denaro del mondo non può salvarti. Se accantoni il denaro saggiamente, e impari a proposito dei quadranti T e I, allora sei sulla strada verso una grande fortuna finanziaria e, quel che più conta, la libertà.

Essere in grado di vivere bene e investire comunque *indipendentemente da quanto guadagni molto o da quanto guadagni poco* richiede un alto livello di intelligenza finanziaria. Per avere un surplus devi accantonare in modo attivo.

4) *Sapere come avere un effetto di leva sul denaro*

Dopo aver accantonato un surplus, la prossima sfida finanziaria è avere un effetto di leva su di esso. Il rendimento dell'investimento è un'altra misura dell'intelligenza finanziaria. Chi guadagna il 50% sul suo denaro ha un QI finanziario più alto di chi guadagna il 5%. E chi guadagna il 50% *esentasse* sul suo denaro ha un QI finanziario più alto di chi guadagna appena il 5% e poi paga il 35% di imposte su quel rendimento del 5%!

La maggior parte della gente risparmia il proprio surplus finanziario, se ce l'ha, depositandolo in banca o investendolo in un portafoglio di fondi comuni, sperando che ciò abbia un effetto di leva sul denaro. Ma ci sono modi molto migliori per avere un effetto di leva sul denaro oltre ai risparmi e ai fondi comuni. Questi non richiedono molta intelligenza finanziaria: puoi addestrare una scimmia a risparmiare denaro e a investirlo in fondi comuni – è esattamente il motivo per cui i rendimenti di quegli strumenti di investimento storicamente sono piuttosto penosi.

Una vita stupenda

La finalità del business di network marketing non è semplicemente farti guadagnare denaro, ma darti le abilità e l'intelligenza finanziaria in modo che usi quel denaro supplementare per costruire la ricchezza autentica.

Ma anche questo non è l'obiettivo finale. L'obiettivo finale della costruzione di tale ricchezza è che tu possa vivere una vita stupenda.

In base alle mie osservazioni di persone in molte situazioni diverse, direi che ci sono tre modi per vivere. Questi tre modi sono indotti da tre emozioni diverse, e corrispondono inoltre strettamente a tre stati finanziari ed emotivi diversi:

VIVERE NELLA PAURA

So com'è essere al verde. Ho descritto come, nel 1985, per molti versi l'anno peggiore della mia vita, Kim e io siamo stati in una tale strettoia sul piano finanziario da essere letteralmente senza casa e vivere nella Toyota malandata. La sensazione di paura durante quel periodo è stata paralizzante, così intensa da intorpidire tutto il corpo.

Conoscevo questa sensazione: era la stessa sensazione che avevo vissuto da bambino, crescendo in una famiglia che era al verde per la maggior parte del tempo. Quella nuvola oscura dell'"insufficienza di denaro" è rimasta sospesa sulla nostra

famiglia per la maggior parte della mia infanzia. Il fatto di non avere abbastanza denaro con cui vivere è un'esperienza terribile, e ferisce in molti più modi rispetto all'aspetto finanziario. Può minare la tua fiducia in te stesso e il tuo senso di autostima, e sabotare ogni aspetto della tua vita.

VIVERE NELLA RABBIA E NELLA FRUSTRAZIONE

Il secondo modo di vivere è vivere con l'emozione della rabbia o della frustrazione per il fatto di doversi alzare e andare a lavorare, soprattutto quando preferiresti fare qualcos'altro. Una persona che vive con questo sentimento può essere qualcuno che ha un buon posto di lavoro e uno stipendio alto, ma non può permettersi di smettere di lavorare. La frustrazione deriva da questo. Sa che se si fermasse, il mondo in cui vive crollerebbe.

Persone come queste possono dire: "Non posso permettermi di dare le dimissioni. Se dessi le dimissioni, verrebbero le banche e porterebbero via tutto". Queste persone spesso dicono: "Non vedo l'ora di arrivare alla prossima vacanza", oppure: "Mancano solo altri dieci anni alla pensione".

VIVERE NELLA GIOIA, NELLA PACE E NELL'APPAGAMENTO

Il terzo modo di vivere è vivere con serenità sapendo che, indipendentemente dal fatto che tu lavori o no, c'è molto denaro che arriva. Questa è la sensazione con cui Kim e io siamo vissuti a partire dal 1994, quando abbiamo venduto la nostra impresa e siamo andati in pensione. Kim aveva 37 anni e io ne avevo 47. Oggi, molti anni dopo, lavoriamo ancora; in effetti, lavoriamo *sodo*. Perché? Perché amiamo ciò che facciamo.

La sensazione di non *dover* lavorare, sapendo che a prescindere da ciò che facciamo avremo denaro più che sufficiente che arriverà per tutto il tempo in cui vivremo, è una sensazione sorprendentemente liberante ed elettrizzante, che ci permette di fare ciò che amiamo autenticamente.

Passiamo il tempo insieme, e sia che giochiamo a golf, sia che viaggiamo in giro per il mondo o che lavoriamo molte ore

nella sala riunioni del consiglio di amministrazione, per noi è tutto un divertimento ed è l'essenza dei sogni. È la nostra vita, esattamente come abbiamo sempre voluto che fosse, e facciamo tesoro di ogni suo momento.

Formiche, cicale, ed esseri umani

In precedenza ho accennato alla favola della formica e della cicala. Tutti noi siamo cresciuti con quest'idea che ci sono due modi di vivere: puoi vivere come la formica brava, modesta, laboriosa e frugale e mettere da parte briciole per il futuro, oppure, come la cicala irresponsabile e spendacciona, puoi continuare a ballare e a gingillarti per tutto il giorno senza pensare al futuro.

Per certi versi, questa immagine ci ha fatto più male che bene. Certo, è bene essere responsabili e frugali, e prepararsi per il futuro. Ma guarda lo stile di vita della formica! Vuoi davvero essere una rotellina in un gigantesco formicaio, spingendo piccole briciole di terra in giro, giorno dopo giorno, per il resto della vita?

Ammettiamolo: non siamo formiche, e non siamo neanche cicale; *siamo esseri umani*. È irragionevole presumere che dovremmo essere in grado di vivere la vita piena che noi esseri umani siamo capaci di vivere?

Se afferri gli elementi fondamentali della ricchezza; se gestisci il denaro, il tempo e l'attenzione con intelligenza; se crei grandi sogni e hai l'audacia di seguirli; allora *puoi* vivere una vita che ha un successo inaspettato in momenti ordinari.

Il business del 21° secolo

Un motivo per cui ho tanta stima per il network marketing è che si tratta di un vero business che offre pari opportunità. Il network marketing getta una rete molto ampia. Quando esaminiamo attentamente gli oltre 60 milioni di individui in tutto il mondo che sono impegnati nel business, troverai persone di ogni colore e credo, di ogni gruppo di età, e di ogni livello di retroterra, esperienza e abilità.

Questo ne fa anche il business del futuro. Nel 21° secolo, ci stiamo rendendo conto come mai prima d'ora che la ricchezza, come ho detto prima, non è un gioco a somma zero. La questione non è che alcuni di noi prosperano tenendo a terra gli altri. Il futuro della ricchezza autentica risiede in modi pionieristici per fare affari che elevano il benessere finanziario dell'umanità.

Questi sono i miei valori personali del business, e il network marketing condivide tali valori. E sostenere tali valori non solo *fa sentire bene* – è anche un *buon business*.

Costruzione di ricchezza democratica

Una delle ragioni principali per cui ho dedicato tanta energia per sostenere e promuovere il settore del network marketing è semplicemente questa: i suoi sistemi sono più equi dei sistemi precedenti di acquisizione della ricchezza.

Un sistema di network marketing viene costituito per rendere possibile a chiunque la partecipazione alla ricchezza. È

un metodo molto democratico di creazione della ricchezza. Il sistema è aperto a chiunque abbia grinta, determinazione e perseveranza. Al sistema non importa davvero in quale college sei stato, o se ci sei andato. Non gli importa quanto denaro guadagni oggi, qual è la tua razza o il tuo sesso, quanto sei attraente, chi sono i tuoi genitori, o quanto sei popolare. Alla maggior parte delle società di network marketing interessa principalmente quanto sei disposto a imparare, a cambiare e a crescere, e se hai il coraggio di tenere duro nella buona e nella cattiva sorte mentre impari a essere un titolare d'impresa.

Il network marketing è qualcosa di più che non semplicemente una buona idea; per molti versi, è il modello di business del futuro. Perché? Perché infine il mondo comincia a essere consapevole della realtà che l'era industriale è finita.

Per un mondo che ha una quantità sempre minore della sua sicurezza precedente, il network marketing emerge come un nuovo motore di realizzazione individuale e sicurezza. Il network marketing dà a milioni di persone in tutto il mondo l'opportunità di assumere il controllo della propria vita e del proprio futuro finanziario. Per questo, anche se i pensatori del vecchio mondo continuano a non vederlo ancora, il settore del network marketing continuerà a crescere.

Nei prossimi anni mi aspetto di vedere un'esplosione della diffusione, della penetrazione, della visibilità e dello sviluppo delle principali società di network marketing.

In precedenza ho scritto come Thomas Edison divenne ricco, non creando una lampadina migliore, ma creando la rete che sosteneva la lampadina. Edison aveva un giovane dipendente di nome Henry che fece qualcosa di molto simile con un'altra nuova invenzione che, all'epoca, sembrava non avere alcun uso concreto reale.

Per la sua stessa natura e progettazione, il network marketing è un sistema per generare ricchezza notevolmente equo, democratico e socialmente responsabile.

Come Edison con la lampadina, il giovane Henry Ford non ha inventato l'automobile, ma ha fatto qualcosa di radicale che ha cambiato per sempre il destino dell'invenzione, insieme al destino di milioni di persone. All'inizio del 20° secolo l'automobile era considerata una cosa curiosa, il giocattolo di una persona ricca. E, invero, le auto erano così smisuratamente costose che solo i ricchi potevano permettersi di possederne una. L'idea radicale di Ford è stata quella di rendere l'automobile disponibile per *tutti*.

Tagliando drasticamente i costi di produzione e adattando la linea di montaggio per produrre in serie auto economiche standardizzate, Ford è divenuto il più grande produttore di automobili del mondo. Non solo ha reso la sua auto a portata di tasca, ma pagava anche gli stipendi più alti nel settore e offriva persino piani di compartecipazione agli utili, ridistribuendo oltre 30 milioni di dollari all'anno agli operai – e 30 milioni di dollari valevano molto di più all'inizio del 20° secolo rispetto a oggi!

La dichiarazione della missione di Ford era "democratizzare l'automobile" e, adempiendo tale missione, egli è divenuto assai ricco.

Il network marketing è una forma rivoluzionaria di business: per la prima volta nella storia, ora è possibile a chiunque e a tutti partecipare alla ricchezza che, finora, era stata riservata solo all'*élite* o a individui fortunati.

Il business non è privo dei suoi detrattori. E ha la sua quota di approfittatori e artisti della truffa, individui disonesti che cercano di guadagnare soldi facilmente. Ma per la sua stessa natura e progettazione, il network marketing è un sistema per generare ricchezza notevolmente equo, democratico e socialmente responsabile.

Nonostante ciò che i detrattori ti diranno, il network marketing non è un ottimo business per persone avide. In effetti, l'unico modo in cui puoi arricchirti nel network marketing è aiutare gli altri ad arricchirsi nel frattempo. A mio avviso, questo è rivoluzionario come lo furono Thomas Edison e Ford nella loro epoca. A causa del modo in cui è progettato, è il business perfetto per persone che amano aiutare gli altri.

Non condannano necessariamente l'avidità, un po' di avidità e di interesse personale sono sempre sani. Ma quando l'obiettivo del guadagno personale assume una prospettiva sbagliata e le persone lo perseguono a spese degli altri, diventa ripugnante. Credo che la maggior parte delle persone sia intrinsecamente generosa, e che ricaviamo la soddisfazione e l'appagamento più grandi dalle nostre conquiste quando servono anche a tirare su gli altri, e non a tenerli a terra.

Il network marketing soddisfa questo impulso generoso. Offre una strada per il successo personale, per la costruzione di una grande ricchezza e per la creazione della libertà finanziaria attraverso un processo che opera con successo solo aiutando i nostri simili.

Puoi diventare ricco con la tirchieria e l'avidità, ma puoi anche diventare ricco con l'abbondanza e la generosità. Il metodo che scegli sarà il metodo che corrisponde più da vicino ai valori basilari nel tuo intimo.

Un fondamento economico della pace

Ho pilotato elicotteri da battaglia in missioni di volo sopra le giungle del Vietnam, e so per esperienza di prima mano cos'è la guerra. So anche che l'ingiustizia è una delle cause di fondo della guerra. Finché il divario fra ricchi e poveri si allarga, è difficile creare condizioni di pace. Possiamo fare marce per la pace, tenere discorsi a sostegno della pace, formare comitati per studiare la pace, e promuovere la pace, ma sarà impossibile creare davvero quella pace di cui parliamo a meno che (e finché) non cominciamo a offrire molte più opportunità economiche a tanti milioni di persone.

Per quanto sembri un obiettivo enorme, è esattamente ciò che fa il network marketing.

Oggi, molte società di network marketing diffondono la pace attraverso l'opportunità economica in tutto il mondo. Non solo le società di network marketing prosperano in tutte le capitali principali del mondo, ma molte lavorano anche nel-

le nazioni in via di sviluppo, portando speranza finanziaria a milioni di persone che vivono in paesi impoveriti. La maggior parte delle società tradizionali può sopravvivere solo dove la gente è ricca e ha denaro da spendere.

È ora che le persone in tutto il mondo abbiano una pari opportunità di godere di una vita ricca e abbondante, anziché passare la vita a lavorare sodo solo per arricchire ulteriormente i ricchi.

È ora che *tu* abbia tale opportunità.
Benvenuto nel 21° secolo.

ROBERT KIYOSAKI

Investitore, imprenditore, sostenitore dell'istruzione finanziaria e autore di bestseller



Robert Kiyosaki è l'autore di *Padre ricco, padre povero* – il libro numero uno sulla finanza personale di tutti i tempi – un libro che ha messo in discussione e ha cambiato il modo in cui decine di milioni di persone pensano al denaro. *Padre ricco, padre povero* si colloca come il bestseller più di vecchia data su tutte e quattro le liste che dipendono da *Publishers Weekly* – *The New York Times*, *Business Week*, *The Wall Street Journal* e *USA Today* – ed è stato nominato il “libro sul denaro numero uno di *USA Today*” per due anni di fila. È il terzo bestseller di maggior durata di tipo manualistico di tutti i tempi.

Con prospettive sul denaro e sugli investimenti che spesso sono in contrasto con l'opinione diffusa, Robert si è guadagnato la fama di uno che parla in modo schietto ed è irriverente e coraggioso. Il suo punto di vista secondo cui quel “vecchio” consiglio – procurati un buon posto di lavoro, risparmia denaro, liberati dai debiti, investi a lungo termine in un portafoglio diversificato di azioni, obbligazioni e fondi comuni – è un “cattivo” consiglio (sia obsoleto sia difettoso), mette in discussione lo *status quo*. La sua affermazione che “la tua casa non è un attivo” ha suscitato polemiche, ma si è rivelata esatta per molti proprietari di case.

Altri titoli di *Rich Dad* detengono 4 dei 10 posti al vertice nelle Life-to-Date Sales della Nielsen Bookscan List dal 2001 al 2008. Tradotta in 51 lingue e disponibile in 109 paesi, la serie *Rich Dad* ha venduto oltre 28 milioni di copie in tutto il mondo e ha dominato le classifiche dei bestseller in tutta l'Asia, l'Australia, il Sudamerica, il Messico e l'Europa. Nel 2005, Robert è stato inserito nella Hall of Fame di Amazon.com come uno dei 25 migliori autori di quella libreria. Attualmente ci sono 27 libri nella serie *Rich Dad*. Tra i titoli più importanti c'è *Perché vogliamo che tu sia ricco. Due uomini – un solo messaggio*, un libro scritto nel 2006 con il buon amico di Robert, Donald Trump, un libro che ha esordito al primo posto sulla classifica dei bestseller del *New York Times*. I due amici e giganti del business hanno già lavorato a un secondo libro pubblicato nel 2010.

Gli ultimi libri di Robert includono *The Real Book of Real Estate*, una raccolta di lezioni e consigli della vita reale da parte di investitori

immobiliari esperti e consulenti di Robert, e *La cospirazione dei ricchi. Le 8 nuove regole del denaro*, un libro innovativo e pionieristico, online, gratuito e interattivo, che ha raccolto una quantità incredibile di visite uniche ed è salito al quinto posto nella classifica dei bestseller dei giornali di settore di tipo manualistico del *New York Times*.

Robert ha partecipato a programmi come *Larry King Live* e *Oprah*, e di recente si è occupato della rubrica "10 Questions" della rivista *TIME*, un'importante rubrica di domande e risposte che ha avuto come protagonisti nomi come il regista Spike Lee e l'attore Michael J. Fox, fra gli altri.

Oltre ai suoi libri, Robert scrive una rubrica – "Why the Rich Are Getting Richer" – per Yahoo! Finance e una rubrica mensile intitolata "Rich Returns" per la rivista *Entrepreneur*.

In Italia i suoi libri sono tutti pubblicati dall'editore Gribaudo di Milano.

JOHN FLEMING



John Fleming è nato ed è cresciuto a Richmond, in Virginia. Il suo interesse per l'architettura e il suo desiderio di costruire sono nati da una tradizione di famiglia risalente ai trisavoli. Studente dotato, il suo talento naturale per il design architettonico si è sviluppato all'Illinois Institute of Technology, noto per l'adesione ai principi di Mies van der Rohe, uno degli architetti più rinomati dei tempi moderni. Dopo la laurea, John ha lavorato per il grande architetto ed è stato scelto per realizzare molte illustrazioni in *Mies van der Rohe: The Art of Structure*, l'ultimo libro pubblicato su di lui.

La sua conoscenza dell'architettura e il suo interesse per essa lo hanno condotto infine a comprendere che gli stessi principi del design e dell'edilizia potevano essere applicati anche alla vita. Questi pensieri hanno formato il fondamento della sua idea appassionata secondo cui le persone comuni potevano realizzare cose straordinarie seguendo concetti simili sulla costruzione. Questa credenza lo ha portato a passare dallo studio dell'architettura a una carriera nella vendita diretta.

La sua decisione di abbracciare il settore della vendita diretta è stata guidata dalla consapevolezza che il settore accoglieva persone di tutti i ceti sociali – indipendentemente dall'esperienza passata o dall'inesperienza – da più di cent'anni. Credeva che esso permettesse alle persone disposte a imparare alcune abilità basilari sulla vendita e su come offrire agli altri l'opportunità di impegnarsi nel sistema americano della libera impresa. Nei quarant'anni successivi, ha testato le sue teorie non solo su di sé, ma anche su migliaia di altri individui che credeva potessero divenire gli architetti del loro destino.

John ha costruito una carriera di successo come imprenditore, consulente, scrittore e conferenziere. È stato proprietario e direttore di una società di vendita diretta, ha lavorato come impresario edile indipendente e ha occupato varie posizioni dirigenziali con importanti società, inclusi quindici anni alla Avon Products, Inc., dove ha guidato l'unità commerciale occidentale della società nella crescita sia *top-line* sia *bottom-line* per sei anni consecutivi da primato. John si è ritirato da Avon nel 2005.

John ha fatto parte per molto tempo della Direct Selling Association e della Direct Selling Education Foundation, e attualmente

lavora come membro del consiglio di amministrazione per entrambe le organizzazioni. Nel 1997, la Direct Selling Education Foundation ha riconosciuto i suoi contributi con la sua onorificenza più alta, il Circle of Honor Award.

Nel corso degli ultimi anni, John ha continuato a creare diverse strutture di organizzazioni attraverso le quali la sua consulenza e la sua leadership sono rimaste focalizzate su soluzioni per il business, per l'istruzione e per la vita. Nel 2006, ha assunto la carica di editore e caporedattore di *Direct Selling News*, la pubblicazione di categoria al servizio del settore della vendita diretta, dove ora egli porta la sua conoscenza e le sue intuizioni ai leader del settore (www.directsellingnews.com). Dal 2008 presta servizio come direttore esecutivo della SUCCESS Foundation, un'organizzazione *non-profit* dedita ad aiutare gli adolescenti a imparare abilità di cruciale importanza per lo sviluppo personale in modo che possano realizzare il loro pieno potenziale (www.SUCCESSFoundation.org). John è anche l'autore di *The One Course*, per insegnare a costruire una vita di successo usando i principi dell'architettura (www.theonecourse.com).

KIM KIYOSAKI

Con la passione di istruire le donne sul denaro e sugli investimenti, Kim Kiyosaki attinge a una vita intera di esperienza nel business, negli immobili e negli investimenti, nella sua missione per sostenere l'istruzione finanziaria. Ha partecipato come ospite principale a *The Larry King Show*, su FOX News, e al programma televisivo via Internet *A BraveHeart View*, ed è la conduttrice del programma *Rich Woman* su PBS. Di recente è comparsa sulla rivista *Essence* come sostenitrice dell'istruzione finanziaria, ed è una rubricista per *WomanEntrepreneur.com*.



Kim è una milionaria che si è fatta da sé ed è una donna felicemente sposata (ma fortemente indipendente). Il suo primo libro, *Rich Woman: A Book on Investing for Women*, è entrato nella lista dei bestseller di *Business Week* nel mese in cui è stato pubblicato. *Rich Woman* (di prossima pubblicazione anche in lingua italiana) è un bestseller in numerosi paesi in tutto il mondo, incluso il Messico, il Sudafrica, l'India, l'Australia, la Nuova Zelanda e tutta l'Europa. Donald Trump ha dichiarato riguardo a *Rich Woman*: "Questo libro è un *must* per tutte le donne. Oggi, più che mai, le donne devono essere finanziariamente esperte". *Rich Woman* è comparso anche nella lista delle letture estive di Donald Trump per il 2009.

Kim ha usato il forum internazionale di *Rich Woman* per esporre le statistiche sbalorditive connesse con le donne e il denaro, e attraverso www.richwoman.com, ha creato una comunità interattiva *online* in cui le donne possono imparare e crescere.

Kim Kiyosaki e suo marito Robert Kiyosaki sanno entrambi cosa significa essere nella situazione di crisi finanziaria che molti americani affrontano oggi. Negli anni Ottanta sono stati senza casa, senza lavoro, e con oltre 400.000 dollari di debiti. In quel periodo difficile hanno creato e seguito una semplice formula in dieci passi per liberarsi dal debito cattivo. Condividono tale formula nel popolare CD audio *How We Got Out of Bad Debt*. Oggi sono imprenditori di successo e autori di bestseller.

Inoltre, nel 1996 Robert e Kim Kiyosaki hanno creato il gioco da tavolo CASHFLOW, disponibile anche in italiano, per insegnare le strategie finanziarie e di investimento che il padre ricco insegnò a Robert nel corso di anni. Sono state quelle stesse strategie che hanno

permesso loro di andare in pensione precocemente. Oggi ci sono migliaia di CASHFLOW Clubs in tutto il mondo.

Nel 1997 Kim e Robert hanno fondato The Rich Dad Company. La società ha lanciato il messaggio e la missione di Rich Dad® dell'alfabetismo finanziario – attraverso libri, giochi e altri strumenti didattici – riscuotendo riconoscimento e plauso internazionali.

“Troppe donne – specialmente quando invecchiano, si ritrovano in una strettoia finanziaria – a causa del divorzio, della morte del coniuge o semplicemente per l'assenza di pianificazione. Il problema è che molte di noi non sono state istruite sul denaro e sugli investimenti. L'istruzione finanziaria non riguarda come stipulare un'assicurazione per l'auto o risparmiare centesimi nel negozio di generi alimentari. Penso che noi donne siamo un po' più intelligenti di questo. Noi donne abbiamo bisogno di assumere il controllo della nostra vita finanziaria, anziché incrociare le dita sperando che qualcun altro si prenda cura del nostro futuro finanziario”.

Indice

<i>Ringraziamenti</i>	6
<i>Introduzione</i>	7
 Prima parte ASSUMI IL CONTROLLO DEL TUO FUTURO	
CAPITOLO 1 <i>Le regole sono cambiate</i>	12
CAPITOLO 2 <i>Il motivo di ottimismo</i>	20
CAPITOLO 3 <i>Dove vivi?</i>	27
CAPITOLO 4 <i>I tuoi valori finanziari basilari</i>	33
CAPITOLO 5 <i>La mentalità di un imprenditore</i>	40
CAPITOLO 6 <i>È ora di assumere il controllo!</i>	46

Seconda parte
UN SOLO BUSINESS: OTTO ATTIVI PER LA COSTRUZIONE
DI RICCHEZZA

CAPITOLO 7	
<i>I miei anni nel business</i>	54
CAPITOLO 8	
<i>Non si tratta di reddito... si tratta di attivi che generano reddito</i>	62
CAPITOLO 9	
<i>Attivo # 1: Un'istruzione sul business del mondo reale</i>	68
CAPITOLO 10	
<i>Attivo # 2: Una strada redditizia di sviluppo personale</i>	76
CAPITOLO 11	
<i>Attivo # 3: Una cerchia di amici che condividono i tuoi sogni e i tuoi valori</i>	84
CAPITOLO 12	
<i>Attivo # 4: Il potere del tuo network personale</i>	87
CAPITOLO 13	
<i>Attivo # 5: Un business duplicabile e totalmente scalabile</i>	94
CAPITOLO 14	
<i>Attivo # 6: Abilità di leadership impareggiabili</i>	101
CAPITOLO 15	
<i>Attivo # 7: Un meccanismo per la creazione di una ricchezza autentica</i>	108
CAPITOLO 16	
<i>Attivo # 8: I grandi sogni e la capacità di viverli</i>	116

CAPITOLO 17
Un business in cui le donne eccellono
di Kim Kiyosaki

122

Terza parte
IL TUO FUTURO INIZIA ORA

CAPITOLO 18	
<i>Scegli saggiamente</i>	135
CAPITOLO 19	
<i>Ciò che occorre</i>	143
CAPITOLO 20	
<i>Vivere la vita</i>	154
CAPITOLO 21	
<i>Il business del 21° secolo</i>	160

IL BUSINESS DEL 21° SECOLO

LA QUESTIONE NON È L'ECONOMIA. LA QUESTIONE SEI TU.

Sei **arrabbiato con la corruzione** del mondo delle *corporation* e della finanza? Ce l'hai con Wall Street, la Borsa e le grandi banche? Con il governo, perché opera troppo sulle cose sbagliate e poco sulle cose giuste?

O ce l'hai con te stesso per non aver preso prima il controllo delle tue finanze?

La vita è dura. Il problema è: **Cos'hai intenzione di fare?**

Lamentarti dell'economia o incolpare qualcuno non salverà il tuo futuro finanziario. Se vuoi la ricchezza, devi creartela. Devi occuparti del tuo futuro prendendo oggi il controllo della tua fonte di reddito!

Devi crearti il tuo business.

Sono momenti difficili per tante persone, ma per molti imprenditori sono colmi di buone occasioni. Non c'è mai stato un momento migliore per iniziare il tuo business!



Robert T. Kiyosaki è un investitore plurimilionario, imprenditore, formatore, speaker e autore dei bestseller della serie *Padre ricco, padre povero*. Dopo essersi ritirato all'età di 47 anni, ha fondato la CASHFLOW® Technologies e ha creato la Rich Dad Company, che oggi offre consulenza a milioni di persone nel mondo affinché diventino libere dal punto di vista finanziario. Robert ha scritto 16 libri che hanno venduto oltre 27 milioni di copie.

John Fleming è imprenditore, consulente e speaker di successo. Attualmente è editore di *Direct Selling News*, la principale pubblicazione sull'industria della vendita diretta. È autore di *The One Course*, che insegna a costruire una vita di successo secondo i principi dell'architettura.

Kim Kiyosaki, basandosi sulla sua grande esperienza nel mondo imprenditoriale e immobiliare, aiuta le donne a imparare a gestire il denaro e gli investimenti per avere il controllo della propria vita finanziaria. È autrice di *Rich Woman* e di *È ora di agire!*

RICH  DAD™



€ 12,00