

KTO JESZCZE CHCE ZARABIAĆ WIĘCEJ PIENIĘDZY  
MNIJSZYM NAKŁADEM ENERGII, PIENIĘDZY I CZASU?

# 9 nawyków dla skutecznego Network Marketingu

---

Lektura obowiązkowa dla przedsiębiorców  
działających w oparciu o Network Marketing

Dariusz Młynarski  
[www.NetworkMaster.pl](http://www.NetworkMaster.pl)

## Wstęp

Poradnik niniejszy stworzyłem, aby pomóc członkom mojego zespołu. Wyrażam jednak zgodę na wykorzystanie go przez inne osoby w innych organizacjach przy zachowaniu następujących warunków.

- Wszelkie wskazania autora i odnośniki do stron internetowych muszą być zachowane.
- Poradnik nie może być przedmiotem sprzedaży.

Poradnik jest streszczeniem najlepszych wzorców tradycyjnego działania w oparciu o model Network Marketing. Niektóre fragmenty w ramach konkretnej firmy MLM wymagają rozwinięcia, jednak ogólny schemat jest aktualny bez względu na to JAKI MLM uprawiasz.

Rozdziały poradnika to także skuteczne narzędzie diagnostyczne. Jeśli biznes nie rozwija właściwie, możesz wrócić to opisywanych nawyków i zadać sobie pytanie: „których punktów nie robię w sposób właściwy?” oraz skupić się na tym, co wymaga poprawy.

Życzę sukcesów

*Dariusz Młynarski*

## Spis treści

Wstęp.....	2
1. Używaj swoich produktów.....	3
2. Organizacja .....	4
3. Prospecting.....	6
4. Wstępny kontakt.....	8
5. Prezentacja .....	10
6. Kontynuacja.....	12
7. Edukacja.....	13
8. Duplikacja.....	14
9. Kontrola .....	15

## 1. Używaj swoich produktów

Twoja działalność to marketing produktów i/lub usług. Powinieneś lub powinnaś ich używać z kilku powodów.

### Uczciwość i skuteczność

Skoro rozpoczynasz tę działalność, prawdopodobnie oznacza to, że produkty spodobały Ci się.

Opowiadasz o produktach, korzyściach jakie dają, efektach ich działania. Kiedy robisz to w oparciu o własne doświadczenia, będzie to znacznie skuteczniejsze. Dobrze jest móc opowiedzieć o swoich własnych pozytywnych doświadczeniach, każdy lubi tego rodzaju historie. Historie są bardzo skutecznym narzędziem – pod warunkiem, że są prawdziwe.

### Obroty

Robisz biznes, aby zarabiać pieniądze. Pieniądze pochodzą z obrotu. Jeśli więc mamy zarabiać pieniądze, muszą być obroty. Obroty biorą się z tego, że ludzie używają produktów.

Dlatego używaj produktów, zapisz się na autodostawę (AutoShip) i korzystaj. Autodostawa powoduje, że aktywność osobista jest na poziomie ponad 80% wszystkich dystrybutorów!

### Duplikacja

Jeśli chcesz, aby członkowie Twojego zespołu używali produktów, kupowali je i korzystali z autodostawy – sam musisz spełnić te warunki. Ludzi będą powtarzać Twoje działania, więc rób to, co chcesz, aby robili Twoi partnerzy.

## 2. Organizacja

### Plan

Pierwszym elementem skutecznego działania jest PLAN.

Wyobraź sobie, że planujesz podróż samochodem w daleką drogę. Warto przed wyjazdem zastanowić się nad trasą, noclegami po drodze, zorganizować wyżywienie. Warto sprawdzić, czy w samochodzie wszystko jest OK. Niby można wybrać się w podróż bez przygotowania, ale.... Można pobić, nie trafić na miejsce, natrafić na różne problemy po drodze.

### Kalendarz

Jeśli nie jeszcze tego nie robisz, zacznij pracować z kalendarzem.

- Zaznacz w kalendarzu obszary czasowe, kiedy NIE możesz działać w MLM (dotychczasowa praca, zajęcia domowe etc.). Pozostaną wolne miejsca, w których będzie można zaplanować działania w MLM.
- Wyznacz **bloki czasowe**, kiedy będziesz robić poszczególne rzeczy. Przeznacz jeden dłuższy blok na dany temat zajęć (np. 1,5 h na rozmowy telefoniczne, 3h na spotkania informacyjne, 2h na planowanie pracy z nowym partnerem etc.)
- W wyznaczonym bloku rób TYLKO to, na co go przeznaczyłeś przeznaczony. Jeśli rozmowy telefoniczne, to tylko rozmowy telefoniczne. Unikaj działania chaotycznego: jedna rozmowa, potem trochę papierkowej roboty, znów rozmowa... W wyznaczonym czasie trzymaj się wyznaczonych zajęć.

### Narzędzia

Musisz mieć i umieć posługiwać się narzędziami, które masz dostępne w Twojej firmie i u swoich sponsorów:

- **Firmowa strona internetowa.** Przeczytaj, poznaj, posługuj się nią na co dzień.
- **Druki, formularze.** Jeśli jakieś działania w Twojej firmie wymagają użycia jakichś druków w formie papierowej, poznaj je i naucz się nimi posługiwać.
- **Wzór listy kontaktów.** To, że masz w swoim notatniku kilkaset numerów telefonów jest przydatne, ale w BIZNESIE posługuj się WZOREM LISTY, stworzonym specjalnie do tego celu.
- **Poradniki, instrukcje.** Nie wszystko musisz mieć w głowie. Wspomagaj się instrukcjami i poradnikami (np. niniejszy poradnik może być Twoją mapą drogową). Nie musisz wymyślać własnej strategii, wszystko zostało już wymyślone i spisane, aby każdy mógł to zastosować.

## 9 nawyków dla skutecznego Network Marketingu

---

- **Materiały reklamowe i informacyjne.** Miej przy sobie i używaj ich do promocji siebie, Twojej oferty biznesowej i produktowej.
- **Prezentacje.** Profesjonalnie przygotowana i przeprowadzona prezentacja jest jednym z kluczowych elementów skutecznego działania. Korzystaj z prezentacji stworzonych przez zawodowców (na komputerze lub w formie wydruków). Posłuchaj minimum kilkunastu prezentacji prowadzonych przez liderów bardziej doświadczonych od siebie. Zaczynaj ćwiczyć i prowadzić je samodzielnie. Mistrzostwo przyjdzie z czasem i treningiem.

## 3. Prospecting

To angielskie słowo oznacza szereg aktywności zmierzających do tego, aby zawsze mieć komu pokazać ofertę. Prospecting to wszystko, co robisz lub będziesz robić, aby Twoja lista potencjalnych klientów i współpracowników (ang.: prospect) rosła i aby znajdowali się na niej właściwi, wyselekcjonowani kandydaci.

### Przekonywanie vs. selekcja

Przykładem stereotypowego i kompletnie nieskutecznego sposobu myślenia jest nastawienie, że należy naszego kandydata do współpracy PRZEKONAĆ. Nic bardziej mylnego. Nastawienie się na PRZEKONYWANIE prowadzi w ślepią uliczkę.

W networkingu chodzi o to, aby stworzyć dużą organizację konsumencką i dystrybucyjną. NIE oznacza to, że TY OSOBIŚCIE masz zrekrutować setki ludzi. TY SAM potrzebujesz zaledwie KILKU WŁAŚCIWYCH osób, które będą powielać te same, skutecznie działania. Zatem zacznij SZUKAĆ KILKU WŁAŚCIWYCH osób i unikaj przekonywania wielu setek przypadkowych.

Możesz do tego podejść następująco. Jeśli byłbyś prezesem korporacji, chciałbyś mieć na stanowiskach wiceprezesów odpowiednie osoby. Szukałbyś tych osób z uwagą, selekcjonując kandydatów. Nie chciałbyś tam widzieć przypadkowych kandydatów.

W Twoim biznesie sieciowym w swojej I-szej generacji kilka strategicznych miejsc, które powinni zająć właściwi ludzie. Podobnie jak w korporacji, warto zadbać o właściwych kandydatów na te miejsca. Niech takie nastawienie mentalne towarzyszy Ci w Twoich działaniach.

### Prospecting tradycyjny

Kiedy spojrzysz w swoje notatniki, na listę kontaktów w Twoim telefonie i chwilę pomyślisz, uświadomisz sobie, że znasz minimum kilkuset ludzi, których jesteś w stanie wymienić z nazwiska. Nie każdy z nich będzie odpowiednim kandydatem na klienta lub współpracownikiem.

Do tworzenia listy kandydatów można podejść następująco:

1. Wydrukuj sobie WZÓR LISTY KONTAKTÓW.
2. Zacznij wpisywać na listę nazwiska wraz z numerami telefonów. Niech na liście znajdzie się kilkanaście, do 20 osób.
3. Zrób weryfikację listy (kwalifikacja kontaktów). Przeanalizuj każdą osobę pod kątem kilku kryteriów:
  - a. **Czy ma doświadczenie** w podobnym biznesie?
  - b. **Czy ma (miał) sukcesy** w podobnym biznesie?

## 9 nawyków dla skutecznego Network Marketingu

---

- c. Czy jest **NIEUSATYSFAKJONOWANY** swoją sytuacją (zarabia za mało, ma za dużo pracy w stosunku do zarobków)?
- d. Czy **myśli jak przedsiębiorca**?
- e. Czy **ma trochę pieniędzy do zainwestowania**?
- f. Czy **ma trochę wolnego czasu**?
- g. Czy **jest edukowalny** (otwarty i chętny by się uczyć)?

Za każde TAK przyznajesz 1 punkt. Sumujesz punkty i sortujesz osoby według ilości punktów. Ci, którzy mają najwięcej punktów są potencjalnie najbardziej wartościowymi kandydatami. Z nimi skontaktujesz się w pierwszej kolejności.

Dzięki poprawnej budowie i weryfikacji listy oszczędzisz mnóstwo czasu i energii. Będziesz rozmawiać głównie, a nawet wyłącznie z osobami najbardziej właściwymi. Nie znaczy to oczywiście, że wszyscy będą chcieli skorzystać z Twojej oferty, ale skuteczność będzie na dobrym poziomie.

### Prospecting ONLINE

Istnieją strategie pomocne w zdobywaniu nowych kontaktów z wykorzystaniem internetu. Jest to bardzo zaawansowana wiedza, z której można korzystać uzupełniająco. W przyszłości planuję specjalne poświęcone takim strategiom seminaria.

Jeśli interesuje Cię ten temat i jesteś bardzo zaawansowanym użytkownikiem internetu, polecam Ci lekturę materiałów, które znajdziesz na stronie internetowej <http://neovita.magneticsponsoringonline.com>. Znajdziesz tam najlepsze na świecie kursy, z których dowiesz się, jak budować biznes MLM w oparciu o internet.

## 4. Wstępny kontakt

Teraz musisz zacząć rozmawiać z kandydatami. Rozmowa wstępna ma zasadniczo jeden cel – doprowadzić do umówienia terminu i miejsca prezentacji. W czasie rozmowy wstępnej NIE sprzedajesz produktów ani okazji biznesowej (chyba że jesteś telemarketerem w firmie telekomunikacyjnej).

### **Punkty referencyjne**

Najprostszą i jednocześnie najskuteczniejszą znaną techniką zapraszania do współpracy jest rozmowa oparciu o tzw. **punkty referencyjne**. Punkty referencyjne pomagają w prowadzeniu rozmowy na Twoich zasadach, dążysz do spotkania posługując się nimi i tylko nimi. Kiedy pada pytanie – posługujesz się punktami referencyjnymi. Oto przykład:

#### **Punkty referencyjne - biznes**

1. Nowy temat w Europie
2. Najszybciej rosnąca struktura na świecie
3. Brak miesiąca produkcyjnego
4. Brak ograniczeń w głąb organizacji
5. Dzienna prowizja
6. Karta płatnicza jako forma wypłaty
7. Nowy podział rynku
8. Prostota i łatwość powielania

#### **Punkty referencyjne - produkt**

1. Produkt opatentowany
2. Wyjątkowy i unikalny
3. 4 mln klientów w USA
4. 90% akceptacji
5. Dla kobiet i mężczyzn
6. Godny polecenia
7. 100% narzutu
8. Łatwy w użyciu

Kiedy pada pytanie, odpowiadasz jednym z punktów. Kiedy pada więcej pytań, to świetnie, ale tym bardziej oznacza to, że tym bardziej należy się spotkać w celu przeprowadzenia prezentacji.

### **Przykład:**

Przykładowa rozmowa może wyglądać następująco:

- Witaj, Marku. Dzwonię do Ciebie, ponieważ rozpoczynam pewien projekt, do którego szukam odpowiednich partnerów, sądzę, że możesz być zainteresowany. Chcę Ci to pokazać i w tym celu powinniśmy się spotkać na około godzinę (i proponujesz termin).
- *Ok., ale powiedz mi o co chodzi?*
- Jest to **temat nowy na terenie Europy**, rozpoczynamy **w najszybciej rosnącej strukturze na świecie**. Szczegóły pokażę Ci, kiedy się spotkamy (termin)

## 9 nawyków dla skutecznego Network Marketingu

---

- *Dobrze, ale co sprzedajecie?*
- Mamy **opatentowany, unikalny produkt**, który w USA ma już **4 mln klientów**.  
Szczegóły na spotkaniu, jeśli mam Ci to pokazać dobrze, ustalmy termin.
- ...

Rozumiesz? W powyższym przykładzie wyróżniłem użycie punktów referencyjnych. Wystarczy wydrukować sobie listę punktów, mieć pod ręką w czasie rozmów i nieco poćwiczyć.

Kluczowe znaczenie ma także to, że takiej techniki rozmów jesteś w stanie nauczyć każdego swojego partnera.

## 5. Prezentacja

Spotykasz się z kandydatem, ponieważ chcesz, aby podjął decyzję o współpracy z Tobą. Ludzie podejmują jakiegokolwiek działanie wyłącznie z dwóch powodów:

1. aby sprawić sobie przyjemność (dla korzyści)
2. aby uniknąć problemu (ból, dyskomfort).

Unikanie bólu jest motywacją znacznie silniejszą. Unikanie dyskomfortu jest też powodem, dla którego ludzie NIE podejmują współpracy z Tobą. Z ich punktu widzenia dyskomfort spowodowany ciężką pracą (namacalny problem) jest większy, niż potencjalna przyjemność z bycia bogatym.

Przy prezentacji kieruj się poniższymi wskazówkami.

- Wyeksponuj problem, dla którego masz rozwiązanie (np. nadwaga, złe samopoczucie, brak pieniędzy, brak czasu etc.).
- Pokaż, w jaki sposób to, co pokazujesz rozwiązuje problemy i pomaga uniknąć dyskomfortu.
- Wyeksponuj korzyści. Pokaż, jakie korzyści daje Twoja oferta, w jaki sposób może je osiągnąć Twój kandydat.
- Współpraca z Tobą daje korzyści (pieniądze, wolność, niezależność, czas), ale powoduje też dyskomfort (wyjście ze strefy komfortu, praca, wysiłek). W dodatku korzyść bywa postrzegana jako odległa i niepewna ewentualność, natomiast problem jest natychmiastowy i namacalny. Oferowane przez Ciebie korzyści muszą być znacznie większe niż postrzegany przez kandydata dyskomfort.

### Cztery rodzaje prezentacji

Możesz wykorzystywać równolegle cztery sposoby prezentacji. Każdy z nich jest dopasowany do nieco innej sytuacji, powinno się wykorzystywać wszystkie cztery. Pierwsze dwie metody to praca codzienna. Pozostałe dwie to praca cykliczna w większych odstępach czasu.

1. **Prezentacje 1+1** – czyli Ty i Twój potencjalny partner. Najczęściej są to osoby z Twojej własnej listy, Twój znajomi. Częstotliwość powinna być możliwie duża, abyś mógł szybko położyć fundament swojej organizacji.
2. **Prezentacje „stolikowe” 1+2** – czyli Ty, Twój partner oraz JEGO gość. Ty prowadzisz prezentację dla gościa, Twój partner słucha, uczy się i notuje. Po zakończonej prezentacji analizujecie jej przebieg, wyjaśniasz partnerowi wątpliwości. W czasie prezentacji 1+2 dzieją się trzy ważne rzeczy:
  - a. Budowanie organizacji Twojej i Twojego partnera
  - b. Edukacja Twojego partnera w kierunku poprawnej duplikacji

## 9 nawyków dla skutecznego Network Marketingu

---

- c. Budowanie autorytetu Twojego partnera w oczach jego gościa (nowego partnera)
3. **Otwarte spotkania informacyjne** (tzw. Opportunity Meetings) – prelegent prowadzi publiczną prezentację dla grupy gości zaproszonych przez dystrybutorów. Po takiej prezentacji Twoja rola polega na doprowadzeniu do zamknięcia.
4. **Większe seminaria** organizowane w większych odstępach czasu. Są to publiczne prezentacje połączone ze szkoleniami, odbywające się w większych grupach dystrybutorów i gości.

**Prezentacja każdą z powyższych metod MUSI** odbyć się przy zachowaniu następujących kryteriów:

- **Warunki** pozwalające skoncentrować się na treści (cisza, komfort)
- **Profesjonalizm.** Pokaż prezentację w formie slajdów. Jeśli nie masz komputera, musisz mieć slajdy w postaci wydruków. Obrazy zwielokrotniają Twoje szanse. Musisz mieć również kartkę papieru i długopis, aby móc narysować niektóre elementy systemu.
- **Logiczny ciąg.** Umów się z klientem, aby uważnie Cię posłuchał przez kilkanaście minut, poproś, aby pytania zachował na koniec. Trzymaj się schematu, unikaj wybiegania na boki oraz wnikania w szczegóły. Na szczegóły i niuanse przyjdzie czas później.

### Zamknięcie

POPROŚ rozmówcę o decyzję. To musi wyjść od Ciebie. Unikaj sytuacji, w której rozstajesz się z klientem na zasadzie: „to się dzwoniemy”. Rozstanie bez próby zamknięcia jest spotkaniem straconym. Nie naciskaj i nie przekonuj, po prostu zapytaj, czy wszystko jest jasne i czy możesz przystąpić do rejestracji. Jeśli tak, zapytaj, jaka jest jego decyzja. Bądź aktywny i pewny siebie. Po prostu poproś rozmówcę o decyzję.

Kiedy Twój rozmówca podjął i wyraził swoją decyzję na TAK, musisz sfinalizować, czyli zarejestrować go w Twojej firmie. Możliwe są w tym momencie dwie sytuacje.

### Masz możliwość rejestracji przez internet

To najlepsza z możliwych sytuacji. W takiej sytuacji:

- Otwierasz Twoją stronę służącą do rejestracji partnerów.
- Rejestrujesz nowego partnera pokazując mu tym samym, jak się to robi.

### Nie masz możliwości rejestracji przez internet

Musisz mieć przy sobie wydrukowany formularz danych do rejestracji. Spisujesz na formularzu wszystkie niezbędne informacje i dokonujesz rejestracji tak szybko, jak to możliwe.

## 6. Kontynuacja

### Organizacja pracy partnera

W ciągu najdalej 2 dni od rejestracji musisz przeprowadzić ze swoim nowym partnerem wstępne szkolenie. Naucz go posługiwać się materiałami, stroną internetową, rejestracji partnerów, składania zamówień etc.

Omów z partnerem kroki niniejszego poradnika. Musisz nauczyć nowego partnera wszystkich zawartych w nim kroków.

### Narzędzia

Natychmiast po rejestracji musisz przekazać nowemu partnerowi materiały informacyjne służące mu do wykonania pierwszych kroków.

Wyjaśniasz wszystko to, co jest opisane w nawyku II – organizacja. Zadbaj, aby partner miał narzędzia: prezentacje, materiały, druki etc. Naucz go posługiwać się nimi w stopniu potrzebnym aby zacząć działać.

### Plan

Zaplanuj z partnerem kolejne spotkania, na których zaczniecie krok po kroku realizować działania opisane w niniejszym poradniku.

### Kontakt i komunikacja

#### Dane teleadresowe

Jeśli nie masz kompletu danych teleadresowych Twojego nowego partnera, uzupełnij je (numery telefonów, adres email).

Jeśli Ty lub Twój upline prowadzi listę mailingową całej organizacji, zadbaj, aby Twój partner znalazł się na tej liście.

### 7. Edukacja

#### Wspólna praca

##### ***Lista kandydatów***

Razem z partnerem stwórzcie pierwszą listę kontaktów (według wzoru). Potem wspólnie ją zweryfikujcie pod kątem „dlaczego mamy poświęcić tej osobie czas”. Omówcie kryteria doboru ludzi do współpracy i posegregujcie nazwiska według tych kryteriów.

Oto przykładowe kryteria doboru współpracowników

##### ***Metoda stolikowa***

Pierwsze spotkania z osobami z listy Twojego partnera powinniście odbywać razem. Spotykacie się Ty, nowy partner i jego gość. Ty prowadzisz prezentację. Partner słucha, uczy się i notatki. Po spotkaniu analizujecie jego przebieg i wyciągacie wnioski.

Praca metodą stolikową daje trzy bardzo ważne korzyści:

1. Nowy partner po kilku spotkaniach już potrafi sam je prowadzić i jest gotów do duplikacji.
2. W ciągu kilku spotkań Twój nowy partner ma zrekrutowane kilka osób, co daje mu pierwsze pieniądze i załączek biznesu.
3. Budujesz u partnera poczucie, że biznes „działa” i że on potrafi go robić.

##### **Seminaria**

Poinformuj partnera o terminach spotkań i szkoleń i zarezerwujcie udział w nich.

### 8. Duplikacja

Duplikacja to po prostu powtarzanie wszystkich kroków razem z nowym partnerem. Cel to doprowadzenie do sytuacji, w której nowy partner robi samodzielnie dobrze wszystkie kroki budowania biznesu.

Aby do tego doprowadzić musisz wraz z partnerem przejść przez wszystkie kroki niniejszego poradnika minimum dwa razy. Dzięki temu nauczysz partnera robić to w sposób naturalny, na żywo, w realnych kontaktach z prawdziwymi klientami.

Bez duplikacji nie ma biznesu opartego o Network Marketing.

- Najpierw sam musisz postępować według prostych, skutecznych i łatwych do powielenia reguł.
- Potem musisz przeprowadzić przez te reguły kilka osób i nauczyć je postępować nawykowo tak samo jak Ty.
- Potem musisz kontrolować zarówno siebie, jak Twój zespół, czy aby na pewno postępują według strategii.

#### **Duplikacja jest jak pogoda – zawsze jakaś jest**

Innymi słowy, duplikacja zachodzi zawsze, niezależnie od jakości Twoich działań. Ludzie będą duplikować Twoje działania, niezależnie od tego, czy będą one rozsądne czy nie. Postępuj zatem tak, jak chcesz, aby postępowali Twoi partnerzy.

### 9. Kontrola

Kontrola jest niezwykle ważnym, a często zapominanym elementem każdego biznesu. Chcę ustrzec Cię przed sytuacją, w której umawiasz się ze swoimi partnerami, że zostanie zrobione to i to, oczekujesz, że z pewnością będzie zrobione (przecież się umawiacie).

Pamiętaj, że nasz wspólny biznes, nasz MLM na początku współpracy rzadko kiedy znajduje się na szczycie listy priorytetów. Biznes MLM jest korzystny i Twój nowy partner chce go robić, ale ma swoje wieloletnie nawyki, w których, jak dotąd, wasza współpraca NIE BYŁA obecna.

To Ty musisz wytworzyć nawyki u Twojego partnera. Każdy dział niniejszego poradnika opisuje grupę czynności, które powinny każdemu przedsiębiorcy MLM wejść w NAWYK. Nawyk jest czymś, co się robi odruchowo, nie myśląc o tym. Wytworzenie nawyku wymaga PILNOWANIA siebie lub kogoś przez jakiś czas.

Dlatego KONTROLUJ. To nie ma nic wspólnego z brakiem zaufania ani niczym negatywnym. To po prostu dbanie o Twój i Wasz wspólny interes.

#### Jak kontrolować?

Bądź w kontakcie z ludźmi. Pytaj, jak im idzie. Nie zadowolaj się odpowiedziami, że „ok., jakoś leci”. Pytaj o konkrety: „masz jakieś nowe kontakty w tym tygodniu?”, „ile zrobiłeś spotkań?”, „ile będziesz mieć gości na spotkaniu informacyjnym?”.

Niech Twój partnerzy czują Twoją obecność. Niech wiedzą, że Ty się interesujesz ich biznesem. To wywoła więź, zaufanie, zaangażowanie i wytworzy NAWYKI. Kiedy Twój partner będzie miał w nawyku działania dla rozwoju biznesu, sprawy będą się toczyć automatycznie.

### Zakończenie

Możesz wykorzystać niniejszy poradnik dla swoich celów. Możesz także rozpowszechnić go wśród swojego zespołu jako wzorzec działania dla każdego. Musisz jednak zachować wszelkie wskazania autora i odnośniki do stron internetowych.

Życzę wielu sukcesów!

*Dariusz Młynarski*