



СТЪПКА ПО СТЪПКА

Как да започнете
бързо и лесно своя
бизнес с мрежов маркетинг

РЪКОВОДСТВО ЗА УСПЕХ

ВЪВЕДЕНИЕ

Радваме се, че взехте решение да станете собственик на Форевър бизнес.
ФОРЕВЪР ЛИВИНГ ПРОДЪКТС е една от най-силните компании, работещи на принципа на мрежовия маркетинг в света.

Това ваше решение действително може да промени живота ви, стига:

- ✓ да имате готовност за учене и
- ✓ да сте подготвени да се ангажирате с продължителна и усърдна работа.

Вашият успех зависи единствено от вас. Спонсорът и Мениджърът ви могат само да подкрепят усилията ви.

Вече над 37 години милиони сътрудници на Форевър доказват, че тази проста и лесна система е успешна. И вие бихте могли да успеете, като я следвате стриктно.

Затога не губете време! Поемете по пътя към успеха!

Но най-напред...

...попълнете в таблицата по-долу следните данни:

Вашите имена		
Рег. №	359 000	
Спонсор (име)		Тел.: Email:
Мениджър (име)		Тел.: Email:

РЪКОВОДСТВО „СТЪПКА ПО СЪПКА“

Създаването на успяващ екип от сътрудници прилича на сформирание на спортен отбор. Нужно е да намериш добри играчи, да ги научиш на правилата на играта, да подготвиш план и да тренираш, да тренираш и пак да тренираш.

Ръководството „Стъпка по стъпка“ ще ви помогне да се сдобие с основни познания за изграждане на успешен бизнес с Форевър.

КАК ДА ИЗПОЛЗВАТЕ РЪКОВОДСТВОТО?

За да успеете, трябва да завършвате всяка стъпка, преди да продължите към следващата.

- Заглавието на всяка стъпка е придружено от празно квадратче. Маркирайте го, когато сте извършили дадената стъпка, за да следите напредъка си.
- Ако бизнесът ви не върви както очаквате, консултирайте се с ръководството и вижте коя стъпка сте прескочили и коригирайте пропуската.
- Ако за някоя от стъпките са ви нужни повече указания, можете да ги откриете в следващите страници, където дейностите, които трябва да извършвате, са описани по-подробно. Също така можете да потърсите помощ от спонсора или мениджъра си.
- „Стъпка по стъпка“ е програма от действия за **първите ТРИ месеца** от работата ви. После просто прилагайте наученото отново, като следвате „Цикъла на ФЛП“. Можете да използвате настоящото ръководство, за да обучавате сътрудниците си да правят същото като вас и бизнесът ви да расте, благодарение на принципа на умножението.

НЕ ПРОПУСКАЙТЕ И ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЕТО

ПЪРВИ СЪПКИ: ОСНОВИ ЗА УСПЕХ



СЕДЕМ СЪПКИ КЪМ УСПЕХА

Успехът в мрежовия маркетинг се гради на няколко прости правила, които трябва да се следват неотклонно. Те са обобщени от цикъла на ФЛП, който представлява проста и ефективна система за изграждане на вашия бизнес. Като повтаряте този цикъл, вие ще вървите по стъпките на всички успели собственици на Форевър бизнес. Поддържайте цикъла протичък и постоянно го повтаряйте. Всяка стъпка от него е част от настоящото ръководство. Ако ги изучите и станете компетентни в тяхното прилагане, вие ще сте извървели седемте стъпки към успеха.



С помощта на спонсора си

1. попълнете всичките си данни в молба за регистрация на собствен Форевър бизнес и я подпишете,
2. изберете кои продукти ще включите в първата си поръчка.



ДОКОСВАНЕ ДО ФОРЕВЪР Вашият бизнес в кутия!

Комбинираният пакет е най-добрият и най-бързият начин да започнете бизнеса си.

Нека видим предимствата ...

- Носи две бонусни точки, които веднага ви предоставят възможност да купувате продукти с 30% отстъпка и ви издигат до ниво Асистент Супервайзор. От тази позиция вече по-активно можете да развивате бизнеса си в собствената си и във всички останали държави по света, в които фирмата работи.
- Разнообразие от продукти, с чиято помощ можете да се погрижите както за своето здраве и добър външен вид, така и за тези на близките ви у дома.
- Изгодна покупка, която ви спестява разходи. За продуктите в пакета ще платите 796,22 лв. по цени за новус клиенти (с 15% отстъпка), докато стойността само на отделните продукти в кутията „Докосване до Форевър“ по същите цени е над 950 лв.!
- Фантастичен инструмент за демонстрации и представяния, с чиято помощ много по-лесно можете да откриете своите първи клиенти и бъдещи сътрудници.
- Разполагате с над 20 продукта, които не само можете да ползвате лично, но и веднага можете да продадете на крайни клиенти.
- Зарежда ви с личен опит и увереност в отличното качество и действие на продуктите, за да ги препоръчвате искрено и с ентузиазъм.
- Съдържа набор от помощни материали с полезна информация за начина на работа и продуктите. С тях можете да започнете да представяте Форевър на хората около себе си.
- Носи ви допълнителна отстъпка от 5% за личните ви покупки и също 5% бонус за поръчките на вашите нови партньори, които още не са се издигнали на ниво Асистент Супервайзор.
- Бързо изплащаща се инвестиция, много по-изгодна от банков депозит или вложение в инвестиционни фондове. Комбинираният пакет дава стабилна основа за бизнес, който може да ви носи добри доходи години наред.
- Отличен пример за бъдещите ви сътрудници какъв е най-добрият начин за стартиране на бизнеса. Така повече хора ще ви последват и екипът ви ще се разрасне бързо.
- Спестявате два месеца усилена работа. В дългосрочен план това е много изгодно, защото спестеното време ви носи и повече доходи.
- Покупката на пакета е най-убедителното доказателство, което можете да предложите на своя спонсор, че възприемате сътрудничеството си с него сериозно. Така и за двамата ви вложените във вашето обучение време и усилия имат по-голям смисъл и перспективи.
- Ако изберете „Докосване до Форевър“ ще спестите около **177 лв.** в продукти и материали.

Ако въпреки всичко не искате да купите комбинирания пакет, можете да започнете бизнеса си с поръчка на стойност поне 0,250 бонусни точки, но тя няма да ви донесе нито едно от описаните дотук предимства. Към основните напитки от алое вера можете да добавите и козметични продукти, които веднага ще можете да използвате за представяне, като например *Овлажняващ лосион с алое* (код: 063), *Гел за зъби „Форевър брайт“* (код: 028), *Крем с алое и прополис* (код: 051), *Алое вера гел* (код: 061) и др.

Внимание! Превърнете се възможно най-бързо в „продукт на продуктите“, като замените много от нещата, които използвате в къщи с асортимента на Форевър.

Всеки ден използвате продукти за лична хигиена, които купувате от случайни магазини. Ако ги замените с произведени от ФЛП, ще спечелите, защото:

- ще употребявате висококачествени продукти с естествени съставки;
- ще пазарувате само в един магазин (пестите време за проучване и покупка); и най-важното...
- ще започнете собствения си бизнес без първоначален капитал и ще получавате възнаграждение за покупките си.

ПОКУПКА НА ПРОДУКТИ И МАТЕРИАЛИ (ЗАЯВКА)

Поръчки можете да правите лично в офиса на Форевър България в София с помощта на формуляра за заявка. Спонсорът ви е показал как се попълва той при активирането на вашата регистрация. Плащането става в брой или с дебитни/кредитни карти, работещи в системата на БОРИКА.

Друг удобен вариант са онлайн поръчките в раздела за СФБ на www.foreverliving.com. Плащането става чрез наложен платеж, по банков път (платежно нареждане или вноска на каса) по сметка на Форевър България, както с дебитна/кредитна карта VISA или MasterCard.

Заявката си можете да издиктувате и по телефон на номера 02 954 95 80, 02 953 18 14 и 02 491 20 01. Плащането става чрез наложен платеж при доставка или предварително по банков път.

Поръчки се приемат и по факс на номер 02/954 96 68, както и по електронна поща на адрес flpb@flp.bg, а плащането отново може да е с наложен платеж или по банков път.

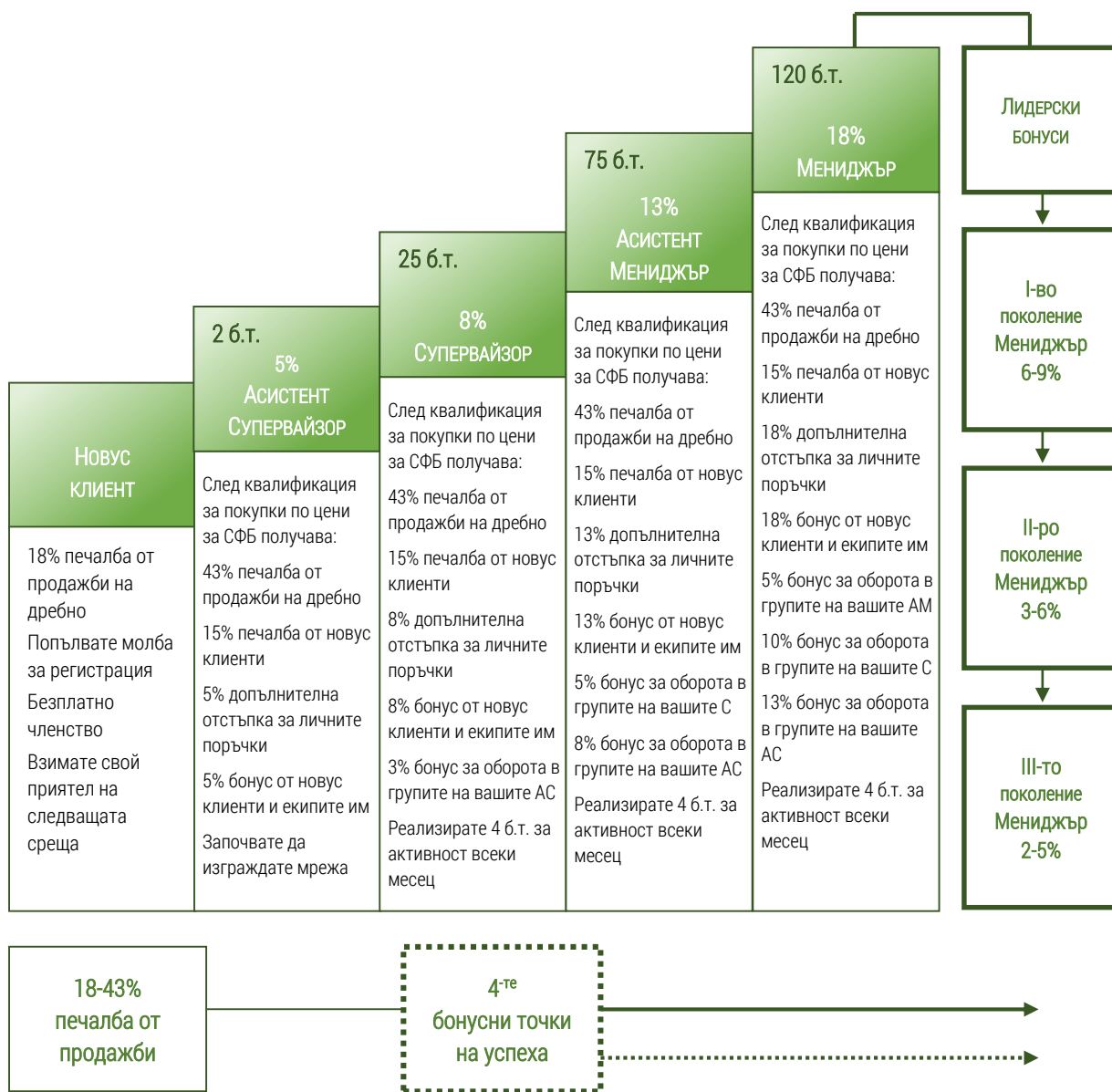
Както вече стана дума, минималната стойност на всяка поръчка за продукти е 0,250 б.т. Бонусни точки носят само продуктите. Каталози и други маркетингови материали могат да се купуват самостоятелно без ограничения в сумата.

ПОМОЩНИ МАТЕРИАЛИ

Непременно се запознайте с печатните и допълнителни материали, предлагани от ФЛП. Те са вашите инструменти и ще ви бъдат добри помощници в бизнеса. Спонсорът ви ще може да ви препоръча с кои да започнете, а сами бихте могли да ги разгледате на адрес www.flp.bg/bg/Literature_bg.htm.

КОМПЕНСАЦИОНЕН (МАРКЕТИНГОВ) ПЛАН

На първата презентация, на която сте присъствали, сте се запознали с маркетинговия план на ФЛП. Независимо от това ви препоръчваме да отделите време, за да се запознаете по-подробно с него, тъй като той стои в основата на вашата кариера във Форевър. С негова помощ ще можете да осмислите как постигането на целите ви зависи от изкачването на различни нива в него.



АНАЛИЗ НА НИВАТА В КОМПЕНСАЦИОННИЯ ПЛАН

В плана на ФЛП постиженията се измерват във вътрешни мерни единици, наречени бонусни точки (б.т.). Една бонусна точка се равнява на около 350 лв. по цени за СФБ (с 30% отстъпка).

Новус клиент

Всеки, подписал молба за регистрация на собствен Форевър бизнес, одобрена от компанията, има право да купува продукти от продуктивния център по цени за новус клиенти (с 15% отстъпка) и да ги продава на препоръчителни цени за крайни клиенти. Разликата се нарича „печалба от продажби на дребно“ и е в размер на 18%.

Асистент Супервайзор

За издигане до това ниво собственикът на Форевър бизнес трябва да направи покупки на обща стойност поне **ДВЕ** бонусни точки в рамките на два или по-малко произволни последователни календарни месеца (т.е. от 1 до 30/31 число). Ако тези две бонусни точки са лично реализирани от собственика на Форевър бизнес, той се сдобива и с много допълнителни облаги:

- квалифицира се за по-голяма отстъпка в цените – 30%;
- ползва допълнителна отстъпка от 5% за всички лични поръчки;
- получава 15% печалба за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- получава и 5% бонус за покупките на своите новус клиенти и екипите им.

В случай, че нивото е постигнато с помощта на бонусните точки на сътрудниците от неговата мрежа, той остава със статут на новус клиент и продължава да ползва само отстъпка от 15%.

Супервайзор

За постигане на това ниво оборотът на собственика на Форевър бизнес и неговата група трябва да бъде **25** бонусни точки в рамките на два последователни календарни месеца. Ако Супервайзорът се е квалифицирал за покупки по цени за СФБ (с 30% отстъпка), той получава още:

- допълнителна отстъпка от 8% за всички лични поръчки;
- 15% печалба за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 8% бонус за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 3% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Асистент Супервайзори.

Асистент Мениджър

Постига се с общ оборот (личен и от мрежата) от **75** б.т. в рамките на два последователни календарни месеца. Ако Асистент Мениджърът се е квалифицирал за покупки по цени за СФБ (с 30% отстъпка), той получава още:

- допълнителна отстъпка от 13% за всички лични поръчки;
- 15% печалба за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 13% бонус за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 5% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Супервайзори;
- 8% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Асистент Супервайзори.

Мениджър

За това ниво са необходими **120** б.т. оборот на цялата мрежа на собственика на Форевър бизнес в рамките на два последователни календарни месеца. Квалифицираният за покупки по цени за СФБ (с 30% отстъпка) Мениджър получава:

- допълнителна отстъпка от 18% за всички лични поръчки;
- 15% печалба за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 18% бонус за покупките на своите новус клиенти и екипите им;
- 5% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Асистент Мениджъри;
- 10% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Супервайзори;
- 13% групов бонус за оборота в групите на лично спонсорираните от него Асистент Супервайзори.

За да получават групов бонус Супервайзорите, Асистент Мениджърите и Мениджърите трябва да реализират поне по **ЧЕТИРИ** бонусни точки за активност всеки месец.

Активност с 4 б.т. = поне ЕДНА лична б.т. + ТРИ б.т. от лично спонсориран новус клиент

Всеки ПРИЗНАТ МЕНИДЖЪР има право на лидерски бонус върху груповия оборот на три поколения (нива) Мениджъри от своята мрежа надолу.

10 НАЧИНА ДА ПЕЧЕЛИТЕ С ФЛП

1. Продажби на дребно
43% печалба
2. Лична отстъпка
От 5% до 18% допълнителна отстъпка за личните покупки.
3. Групов бонус
От 3% до 13% бонус върху покупките на лично спонсорираните СФБ.
4. Лидерски бонус
6%, 3% и 2% върху оборота в мениджърските групи под вас от 1-во, 2-ро и 3-то ниво.
5. Бонус „Скъпоценни камъни“
Допълнителен бонус от 1% до 3% върху покупките на мениджърските групи под вас.

Примерни, осреднени възможности за общи месечни приходи според нивото в компенсационния план:

Асистент Супервайзор	100 – 300 лв.*
Супервайзор	300 – 900 лв.
Асистент Мениджър	900 – 1 900 лв.
Мениджър	1 900 – 2 500 лв.
Сеньор Мениджър	5 000 – 11 000 лв.
Соринг Мениджър	11 000 – 19 000 лв.
Мениджър „Сапфир“	19 000 – 50 000 лв.
Мениджър „Диамант-Сапфир“	50 000 – 100 000 лв.
Мениджър „Диамант“	100 000 – 200 000 лв.
Мениджър „Двоен Диамант“	200 000 – 400 000 лв.

* сумите са само примерни и зависят изцяло от влаганите усилия

6. Дългосрочна програма за стимулиране (Forever2Drive)
С нарастване на оборота на вашата мрежа, в допълнение към месечния бонус можете да спечелите и премия до 400, 600 или 800 евро всеки месец за период от три години. Можете да ги използвате за покупка на нов автомобил, жилище, яхта, да ги вложите в образованието на децата си или да ги похарчите за каквото пожелаете.
7. CHAIRMAN'S BONUS
Щедростта на Форевър не се ограничава с месечните бонуси. Всяка година компанията възнаграждава СФБ, постигнали определени изисквания, с милиони евро под формата на допълнителен Президентски бонус. Хиляди са се възползвали от тази допълнителна възможност. Защо да не го направите и вие?
8. Екзотични пътувания
Форевър Ливинг ви дава възможност да печелите пътувания по цял свят в най-люксови курорти и хотели.
9. Награди и специални промоции
Те правят развитието на вашия бизнес забавно и приятно.
10. Личностно развитие
Работата в мрежовия маркетинг дава възможност за придобиване на нови познания и умения.

ОСНОВНИ ПРЕДИМСТВА НА КОМПЕНСАЦИОННИЯ ПЛАН НА ФОРЕВЪР

- ✓ Регистрирането е безплатно, без такси или абонамент.
- ✓ Няма изисквания за задължително потребление или продажби.
- ✓ Постигнато ниво никога не се губи.
- ✓ СФБ не може да бъде повишен в ниво преди своя спонсор.
- ✓ Квалификациите за ниво са в рамките на два последователни календарни месеца.
- ✓ Бонусите се изплащат на базата на препоръчителните клиентски цени.

Тайната на успеха: компенсационният план на Форевър е успешен, защото е щедър и лесен.

Както вече разбрахте, маркетинговия план на Форевър предлага две базови възможности за печалба: продажби на дребно и(или) създаване на мрежа от сътрудници, т.е. работа в екип.

- ✓ Като **собственик на Форевър бизнес** вие имате привилегията да купувате продукти по цени на едро и възможност да ги продавате по цени на дребно с до 43% печалба.
- ✓ Като **мрежовик** можете да градите екип от партньори, които искат да правят същото като вас. Така ще получавате месечни бонуси за покупките на всеки член от вашата мрежа, който се намира на ниво различно от вашето. Този начин на работа може да ви осигури голям и постоянно нарастващ пасивен доход.

КОЙ ПЪТ ИЗБИРАТЕ ВИЕ?

Тук отбележете в каква посока ще съсредоточите основната част от усилията си.

Продажби на дребно
и лична употреба

Мрежов маркетинг

СТЪПКА 2

МОЕТО „ЗАЩО“

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕЛИТЕ – „МОЕТО ЗАЩО?“

Вие заявихте желанието си да печелите с Форевър.

ЗАЩО? Какво очаквате да се промени във вашия живот?

- ✓ Да имате повече и по-качествено време със семейството си?
- ✓ Да си осигурите пасивен доход, който да ви позволи да се наслаждавате на годините си в пенсия? Да се пенсионирате, когато пожелаете?
- ✓ Да осигурите най-доброто образование за децата си?
- ✓ Да пътувате по целия свят, когато и където вие искате, а не когато и където обстоятелствата ви позволяват?
- ✓ Да живеете в дома на мечтите си?
- ✓ Да си купите нов автомобил?
- ✓ Да чувствате финансова сигурност и да изплатите дълговете и кредитите си?
- ✓ Или пък нещо друго...?

Кое е вашето желание? Коя е мечтата, която ще ви води по пътя към успеха?

Важно е да откриете своето „ЗАЩО“, за да можете да определите целите си. В крайна сметка, ако не знаете къде отивате, къде очаквате, че ще стигнете?

Представете си, че внезапно получите наследство, което ви осигурява допълнително 500-600 хиляди евро на месец. Какво бихте правили с толкова пари? Запишете всичко, което ви хрумне, в лявата част на таблицата по-долу – в колонка „бих искал“. Мечтайте без задръжки! Колкото по-смели са мечтите ви, толкова по-голяма е вероятността да ги постигнете.

ЖЕЛАНИЯ „бих искал “	ЦЕЛИ „ще постигна“
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.

Това са вашите желания. Те не ви ангажират – могат да се осъществят, могат и да не се осъществят. Резултатът не зависи от вас, а от някакво чудо, което най-вероятно няма и да се случи.

Сега ги разгледайте добре. Изберете ТРИ от тях – онези, които искате да се сбъднат в рамките на една година. Запишете ги в дясната част на таблицата, под „ще постигна“.

Прочетете ги: „За една година ще постигна...“

Ето как три от вашите желания се превърнаха в цели. С „ще постигна“, вие поехте ангажимент да осъществите тези цели и то за определен срок – една година. И това не е всичко. За да стане целта факт, тя трябва да бъде формулирана така, че от самата ѝ формулировка да произлязат конкретните действия, необходими за нейното постигане. Ще направите това с помощта на своя спонсор в следващата стъпка.

Сега на отделен лист запишете целите си, както и срока за тяхното реализиране. Сложете листа на видно място в дома си, за да ви подсеща ежедневно къде искате да отидете и какъв човек искате да станете.

- 1.....
- 2.....
- 3.....

СРОК:.....

Ако все пак не сте напълно наясно „ЗАЩО?“ сте в бизнеса, не се тревожете. Отделете време, за да откриете какво наистина ви мотивира и периодично се връщайте към този въпрос, като непрекъснато търсите нови и силни мотиви за работата си с Форевър. Ще забележите, че с времето те ще претърпят промяна. Колкото по-голям успех постигате, толкова по-ясни ще стават мотивите ви. На този етап най-важното е да разберете колко ключови са те за вашия успех.

Ако искате спонсорираните от вас членове на вашия екип да изяснят своето „ЗАЩО“ , първо вие трябва да го направите. Само така и те ще оценят колко съществена е тази стъпка.

МОЯТА ИСТОРИЯ

След като определите целите си, лесно ще съставите и личната си история, която ще разказвате всеки път, когато разговаряте за вашия Форевър бизнес с други хора. Тя трябва да бъде кратка и вълнуваща, за да събуди интерес у вашия събеседник. Историята ви ще поддържа и вашата мотивация, като ви напомня ЗАЩО сте в този бизнес. Тя ВИНАГИ трябва да бъде разказвана с искрен ЕНТУСИАЗЪМ!

Как се казвате и какъв сте?.....

Какво ви привлече в мрежовия маркетинг?.....

Какво ви привлече във Форевър?

Как се включихте в компанията?

Какво ниво сте постигнали във ФЛП?.....

Защо работите с Форевър и как това промени вашия живот?

(предимствата от работата в компанията)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

СТЪПКА 3

ПЛАНИРАНЕ НА БИЗНЕСА

След като определите целите си, вече знаете къде отивате и какво искате да постигнете. Остава да видим КАК ще го направите.

По долу ще ви дадем пример за планиране на бизнеса за срок от една година.

Нека започнем с това колко пари искате да печелите месечно след една година? За да сте по-конкретни, прочетете отново целите си. Какъв месечен доход ще ви е необходим, за да ги постигнете? Запишете сумата:

..... лева

А сега нека погледнем маркетинговия план на ФЛП. На кое ниво в него трябва да се намирате след една година, за да получавате толкова пари? Запишете го:

.....

В мрежовия маркетинг важи един математически закон, наречен „Законът на големите числа“. Пренесен в бизнеса с изграждане на мрежи, той ни дава сигурност, че винаги ще имаме насрочени срещи за презентации, ако осъществяваме контакт с достатъчно голям брой хора. Когато имаме достатъчно много презентации, ние ще имаме и достатъчно много нови сътрудници. Така ще изградим мрежа от достатъчно на брой активни партньори за постигане на желаното ниво в компенсационния план. Най-общо казано: за да ни носи мрежовият маркетинг парите, които искаме, е достатъчно да разговаряме с нужния брой хора всеки ден. Според една известна в нашия бизнес статистика, от сто контакта ще спонсорираме десетима души и от тях един ще стане активен. От трима активни СФБ, един ще стане Мениджър.

Пресметнете и напишете колко контакта дневно трябва да правите, за да постигнете едногодишните се цели:

.....

Готови ли сте да го направите?

От примера следва, че ако вие всеки ден разговаряте с един човек за продуктите на Форевър и за възможността за бизнес, то за една година, ще имате Мениджър във вашата верига. Естествено, вие също ще бъдете Мениджър.

Така можете да планирате и три, пет, десет и повече години напред. Ще бъдете по-точни и ще помагате по-успешно и на партньорите си в планирането, когато си направите лична статистика на ефективността. И никога не забравяйте, че „Законът на големите числа“ и статистиката действат само при наистина голям брой контакти.

Следващото, което трябва да планирате, е кога точно ще работите. За целта ви е необходим седмичен график на времето с разпределение по часове, например като следния:

	понеделник	вторник	сряда	четвъртък	петък	събота	неделя
07.00							
08.00							
09.00	РАБОТА					ФЛП обучения	Деца Игри Спорт ...
10.00							
11.00							
12.00							
13.00							
14.00							
15.00							
16.00							
17.00							
18.00	Обаждания по телефона	Презентации “Лице в лице”	Време за семејст- вото	Подготовка на срещи	Списък		
19.00				Продуктови презентации			
20.00							
21.00							
22.00							

За да подготвите графика, най-напред попълнете постоянните си ангажименти (работа, домашни задължения, време за семейството, време за почивка и др.) В оставащите празни правоъгълници, първо отбележете времето, когато вашата група провежда обученията и срещи, които вие посещавате. Изберете си дни и часове за продуктови презентации (за една ви трябва около два часа) и ги отбележете в графика. Определете си два часа седмично, когато ще разговаряте по телефона, за уговаряне на срещи и отбележете и тях. В останалите празни полета попълнете часове за бизнес-презентации през седмицата (два часа за една презентация). Отделете няколко часа и за срещи с клиенти. Сега можете да прецените реално дали времето, което ще посветите на работа с ФЛП, ще ви е достатъчно за осъществяване на належащите цели. Ако ви се струва недостатъчно, не се отчайвайте – просто увеличете крайния срок за постигането им. Имайте предвид, че общо времето, отредено на работата ви с Форевър, трябва да е поне 10 часа седмично.

Погледнете седмичния график, който се получи. Вече знаете точно кой ден, в колко часа и какво ще правите. Това е вашето работно време и просто трябва да го спазвате. Ако свикнете да извършвате едни и същи дейности в едни и същи дни и часове през седмицата, за няколко седмици те ще се превърнат в навик и няма да ви се налага всеки ден да се борите с нежеланието си да се захванете за работа. Създаването на такъв навик е една от най-важните предпоставки за вашия успех.

СПИСЪК

Нека не се заблуждаваме – това е бизнес с хора, а не само с продукти. Вие помагате на хората с продуктите или с възможността за бизнес, които им предлагате. А те от своя страна стават собственици на Форевър бизнес. Вече стана дума, че според закона за големите числа, можете да сте сигурни, че ще намирате нови СФБ и клиенти, ако постоянно, всеки ден, разказвате своята история на колкото се може повече хора. Предпоставка закономерността да работи е да имате богат списък с имена. Ето защо първата ви задача е да го изготвите, а втората, да го допълвате непрекъснато с нови хора.

За какъв списък става въпрос? Най-общо казано това е регистър на всичките ви познати от детската градина до ден днешен – всички, с които някога сте имали или все още имате някаква връзка; всички, с които се поздравявате, когато се срещнете. При изготвянето на списъка има два много съществени момента:

- ✓ той трябва да бъде **НАПИСАН** черно на бяло;
- ✓ трябва да съдържа **ПОНЕ 100** имена.

Защо ли? Ако си казвате „Ама, аз моите хора си ги знам, за какво да ги пиша?“, значи държите десетина имена в главата си. Според статистиката, когато започнете да им се обажда, един-двама може и да пожелаят да чуят за какво искате да говорите с тях и е твърде вероятно никой да не се включи в екипа ви. Същото важи и ако запишете само 10-15 имена. Какво си казвате в такъв случай? „Аз не ставам за тази работа.“ И всичко приключва дотук. Написаният списък с поне 100 имена ви дава спокойствие и сигурност. Какво от това, че първите десетима или двайсетима ще ви откажат – нали имате още много на разположение?!

А сега нека видим **КАК** се изготвя богат списък с имена. Според психолозите всеки човек познава над 500 души. Просто трябва да си напием паметта, за да си припомним колкото е възможно повече. В литературата са описани много техники за целта. По-долу ви предлагаме някои от тях.

ЗАПОМНЕТЕ! Това е списък на вашите познати. В него трябва да фигурират **ВСИЧКИ!** Докато го съставяте, недейте да пресявате: „Този става, този не.“ Или „Този ще прояви интерес, но този не.“ Списъкът е вашият потенциал за успех. Ако правите предварителна класификация, намалявате своя потенциал. Работата ви е да се обадите на всички без изключение. След това всеки сам решава кое ще представлява интерес за него.

ТЕХНИКИ ЗА ОСВЕЖАВАНЕ НА ПАМЕТТА

1. Напишете автобиографията си и разделете живота си на периоди: детска градина, начално училище, гимназия, следване, сватба, първа работа и т.н. Помислете кого сте срещали във всеки един от тях и ги запишете.
2. Като приложение ще откриете списък с професии. Опитайте се да си припомните кои хора със съответната професия познавате. Запишете ги!
3. Започнете да изброявате имена по азбучен ред и запишете всички на хора, които познавате.
4. Помислете кои качества цените у хората и запишете имената на всички, притежаващи такива качества.
5. Утре ще правите сватба. Направете списък на всички, които бихте искали да поканите.
6. Включете в списъка си приятели, съученици, колеги от следването и от всички места, на които сте работили, всички близки роднини, както и техните приятели, роднини на съпруга/съпругата и техните приятели, настоящи и бивши съседи, приятели от отпуските или от фитнеса, родители на приятелите на децата и др.

А сега извадете лист и химикал и започнете да пишете:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Когато се приберете вкъщи, продължете и не спирайте, докато имената не станат 100. Този първоначален списък ще наричаме „ОБЩ СПИСЪК”. Носете го винаги със себе си и го допълвайте непрекъснато.

НЕ ЗАБРАВЯЙТЕ! Общият списък е вашият капитал. Колкото повече имена има в него, с толкова повече възможности разполагате и толкова по-близо сте до успеха!

КЛАСИФИКАЦИЯ НА ИМЕНАТА

Готови ли сте със списъка? Сега добавете в него телефоните, които знаете и помислете откъде можете да намерите останалите. Вече е време да разпределите хората. Огледайте списъка и отбележете с различни знаци кой очаквате да се поинтересува от продуктите, кой от бизнеса; кой е добър предприемач; кой търси допълнителни доходи. Изберете не по-малко от петима души, които искате да бъдат борда на директорите на вашата преуспяваща компания. Изберете не по-малко от петима души, на които най-много се страхувате да се обадите – това е списъкът на „плашилата”. Звъннете най-напред на тях. Щом се справите с това, да се обадите на останалите ще бъде лесно. Отбележете онези, които не мислите, че стават за вашия бизнес с Форевър. Ще видите, че в следствие те ще ви изненадат най-много.

Изберете 20 имена от общия списък и ги включете в ТЕКУЩИЯ СПИСЪК. С тях ще започнете. Поканете ги да изпробват продуктите и да чуют за възможността за бизнес. Тези имена остават в списъка, докато не ги спонсорирайте или не се убедите, че не проявяват интерес за момента. Щом извадите име от текущия списък, веднага го заменяйте с друго.

Когато спонсорирайте някого, прехвърлете го към СПИСЪКА СЪС СФБ. Той ви помага да следите обучението и подкрепата, които оказвате на всеки свой СФБ.

Човек от текущия списък, с когото сте се срещнали и разговаряли и не е проявил интерес, преместете в СПИСЪКА НА ЧАКАЩИТЕ. Редовно намирайте повод елегантно да му напомните за вашия бизнес и за продуктите – било с подарък, с кратък разказ за поредния ви успех или за благотворното влияние на продуктите върху вашето здраве. Поддържайте контакт – не се знае в кой момент интересът му ще се събуди.

СТЪПКА 5

ТЕЛЕФОНЕН РАЗГОВОР (ПОКАНА)

Вече сте съставили списъка си и сте готови да започнете с покани за срещи. Става дума за покана с телефонен разговор, защото най-честата практика е такава, но това пък не означава, че не би могло да стане и с лична среща. Професионализмът изисква да бъдете добре подготвени за разговорите си.

ЦЕЛТА му е покана за среща за провеждане на презентация. Затова разговорът трябва да бъде кратък и да приключи след уговаряне на срещата. Сигурни сме, че умеете да говорите по телефона, особено с приятели и познати, но за телефонен разговор за покана трябва да знаете и някои тънкости.

ПЪРВО: КАК ДА ЗАПОЧНЕТЕ?

Предлагаме ви няколко кратки „Сценария за телефонен разговор“ за различни събеседници.

✓ **Близък приятел**

„Здравей! Предложиха ми страхотен бизнес без първоначална инвестиция и с възможност за много добри доходи. Естествено, звъня първо на теб, защото ще си най-добрият ми бизнес-партньор. Хайде да се видим, за да чуеш за какво става въпрос.“

✓ **Човек, който търси допълнителни доходи**

„Здравей! Току-що научих за страхотна бизнес възможност без първоначална инвестиция и с шанс за много добри доходи. Идеална е за допълнителна работа и мисля, че е точно за теб. Отдели малко време да се видим, за да чуеш за какво става въпрос.“

✓ **Човек, който търси възможности за бизнес**

„Здравей! Запознах се със страхотен бизнес. Много съм въодушевен и веднага се сетих за теб. Мисля, че ще те заинтригува, защото няма нужда от първоначална инвестиция, а възможностите за доходи са неограничени. Трябва да се видим колкото се може по-скоро, за да чуеш за какво става въпрос.“

✓ **Бизнесмен**

„Здравей! Предложиха ми да започна страхотен бизнес. Много ми хареса, има много големи възможности за добри доходи и най-вече няма нужда от първоначална инвестиция. Искам да те помоля за една услуга. Знаем, че си много зает, но имаш голям опит в бизнеса и ще съм ти благодарен, ако отделиш малко време, за да чуеш за какво става въпрос и да ме посъветваш дали ще е подходящо за мен.“

✓ **Човек, който харесва новостите, стреми се към качествени стоки и здравословен начин на живот**

„Здравей! Бях на страхотно парти, където една приятелка ни демонстрира чудесна нова козметика. Беше много забавно и приятно и затова реших, че и аз ще организирам такова у дома. Защо не дойдеш и ти да се позабавяваме?“

Разбира се, вие можете да си измислите и други „сценарии“ според интересите на вашия събеседник. Важното е предварително да сте подготвени какво ще кажете. Затова научете тези няколко изречения наизуст. Ако трябва репетирайте пред огледалото, или просто ги напишете на лист и ги прочетете. И още нещо – говорете с искрен ентузиазъм или просто се усмихвайте. Бъдете сигурни, че човекът на другия край на жицата ще усети вашата усмивка, въпреки че не ви вижда.

А какво мислите, че ще чуете, слез своята тирада?... Точно така. Почти 100% сигурно е, че реакцията ще бъде: „За какво става въпрос?“ И така стигаме до...

ВТОРО: КАКВО В НИКАКЪВ СЛУЧАЙ НЕ БИВА ДА КАЗВАТЕ?

При никакви обстоятелства по телефона не бива да казвате **името на фирмата, какви са продуктите и какъв е бизнесът**. С други думи – не се подлъгвайте да правите презентация по телефона, защото това не е възможно. Помнете, че целта на телефонния разговор е **ПОКАНА ЗА СРЕЩА!** А фирмата, продуктите и бизнесът са предмет на презентацията. Нашият бизнес е добър за **ПОКАЗВАНЕ**, а не за **РАЗКАЗВАНЕ**. Телефонът е добър за **РАЗКАЗВАНЕ**, той е безполезен за **ПОКАЗВАНЕ**.

Как да отговорите на въпроса „За какво става въпрос?“ Подходящо е да кажете: „Този разговор не е за телефон. По-добре ще е да се видим.“ Или „Всъщност и аз не мога да ти кажа за какво точно става въпрос. На срещата ще доведе човека, който ми разказа на мен, за да ти обясни по-подробно.“ (Така ще подготвите събеседника си, че на срещата ще присъства и вашият спонсор.)

Завършете разговора с: „Кога ще ти е удобно? Вторник в четири или сряда в шест?“ Винаги давайте две алтернативи за деня и часа на срещата. От една страна така ще улесните вашия събеседник, а от друга му давате избор между две възможности, но и в двата случая за вас отговорът е „да“. Излишно ли е да ви напомним, че и двата варианта за среща трябва да са съобразени с **ВАШЕТО** „работно време“ във **ФЛП**? Не забравяйте, че сте ангажиран човек – работите на две места или сте претрупан със срещи за обучения и презентации. Само стриктно придържане към **ВАШИЯ** работен график ще ви позволи да предлагате на възможно най-много хора страхотната възможност, наречена „мрежов маркетинг“.

СПРАВЯНЕ С ОТКАЗИ

Вие сте страхотен професионалист. Правите всичко по правилата и използвате личните си умения, давайки най-доброто от себе си. И въпреки това много често ще чувате: „О, не. Много съм зает/а, нямам време за нищо, не мога да слушам за никакви възможности. Абе, това да не е нещо за разпространяване на продукти – я не ме занимавай с глупости!“ Не се впускайте в напразни убеждения по телефона. Колкото повече настоявате, толкова по-силен отпор ще срещате – спомнете си третия закон на Нютон. А има и голяма вероятност да кажете нещо, което не бива. При такава реакция просто дайте на събеседника си право на отказ, приключете любезно разговора и... го прехвърлете в „списъка на чакащите“. **Приемането на откази е ключов момент в нашия бизнес**. Той е толкова важен, че ако не отделите време и не положите усилия да се научите да се справяте с отказите, може да провалите бизнеса си. Бедата е, че човек винаги приема отказите лично – като отхвърляне на собственото му „АЗ“. Разбира се в 99,99% от случаите мотивите за отказа нямат нищо общо с вашата личност, но само проумяването на този факт обикновено не е достатъчно. Болката от отхвърлянето е толкова силна, че може да превърне най-обикновения телефон във вашия най-голям враг. В литературата ще намерите много начини за преодоляване на това състояние. Ние ще ви предложим лесна и ефективна техника, използвана от водещи СФБ във **ФЛП**.

Не забравяйте, че мрежовият маркетинг е бизнес на големите числа. Много контакти ви позволяват да намерите точните хора, които ще ви последват по пътя към успеха. Спомнете си статистиката: на сто контакта – десетима собственици на **Форевър бизнес**, от които един активен. На трима активни – един мениджър. Очевидно е, че за да чуете заветното „ДА“, трябва да чуете поне девет пъти „НЕ“. Отказите са неотменна част от работата. Те също са резултати. Защо тогава вместо да броите дълго чаканото „ДА“, да не броите често срещаното „НЕ“? Да речем, че искате за един месец да имате трима нови СФБ. Значи би трябвало да осъществите тридесет контакта или средно по един на ден. Определено ще се чувствате много по-добре, ако 27 пъти отбележите резултат от свършената работа, отколкото да го направите само три пъти. И така: вземете три кариранни листа. На всеки ред изпишете по десет пъти думичката „НЕ“. Би трябвало да получите 1320 „НЕ“-та. Всеки път, когато получите отказ, заграждайте по едно „НЕ“. Когато заградите всички, според статистиката в най-лошия случай ще имате четирима или петима Мениджъри в екипа и ще сте на път да станете „Соринг Мениджър“. Ако целта ви е ниво „Диамант“ или „Двоен Диамант“, сами пресметнете колко листа ще ви трябват.

Тази техника ще ви помогне да си водите статистика за вашите резултати. Може би тя ще е по-добра от общоприетата и успехът ви ще е значително по голям. Желаем ви го от сърце!

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Вече уговорихте мястото и времето за презентация, време е да я направите. Всъщност първите 10-15 презентации ще ги правите заедно с вашия спонсор. Пет-шест ще направи той, а вие ще гледате и слушате, пет-шест ще направите заедно, докато се почувствате уверени и пет-шест ще направите сами в присъствието на спонсора, за да ви помага при нужда.

Материали, необходими за презентацията:

- ✓ преносим компютър с онлайн обученията на ФЛП или
- ✓ Джобен флипчарт;
- ✓ Световен каталог;
- ✓ Маркетингов план;
- ✓ Молба за регистрация;
- ✓ Мостри;
- ✓ Каталози и брошури;

Ако срещата е с близък приятел, с когото се виждате почти ежедневно, най-вероятно веднага можете да определите евентуалните му мотиви да се включи в системата на ФЛП. Ако обаче, срещата е с човек, когото не сте виждали няколко месеца или с години, много е важно преди презентацията да проведете т.нар. „**предварителен разговор**“ за откриване на въпросните мотиви. Предварителният разговор започва с обичайните за всяка среща въпроси: „Как си? Какво правиш?“. След което просто трябва да слушате много внимателно, за да откриете какво точно би искал от живота си вашият събеседник, за да бъде щастлив. По време на презентацията му предложете помощта си да постигне желаното. И нека той наистина да почувства вашата загриженост и желание да му помогнете. Предварителният разговор е важен и в случаите, когато представяте на непознат или малко познат човек. Това е моментът да се опознаете и да спечелите доверието му, защото и най-перфектната презентация не би го накарала да се присъедини към вашата мрежа, ако вие не му харесате. Предварителният разговор и същинската презентация могат, по ваша преценка, да се разделят във времето, защото първата част може да продължи по-дълго. В такъв случай в края на разговора определете място и час за следващата среща.

Ако нещо в този бизнес наистина трябва да се научи наизуст, то това е презентацията. Онлайн обучението на ФЛП може да ви отмени, но ако подходите към бизнеса по-класически, имайте предвид, че е абсолютно непрофесионално да започнеш презентация без да знаеш какво точно ще кажеш и точно колко време ще ти е необходимо. От друга страна след 15 презентации с вашия спонсор, просто няма начин да не я научите наизуст. Бедата е, че когато започнете да я правите сами, е възможно да я видеоизмените. В това няма нищо лошо, ако не забравяте изискванията, на които трябва да отговаря тя.

Целта на презентацията е да даде най-обща представа за това **коя е фирмата, какви са продуктите и какъв е бизнесът**. Времето за провеждането ѝ трябва да бъде кратко и да бъде разпределено между тези три нейни части в съотношение 2:3:5. Идеален пример за разпределението е 10-минутната презентация от диска „Вашата мечта – наш план“. Не е необходимо да разказвате историята на Рекс Моън и създаването на компанията, нито три часа да описвате продуктите с всичките им съставки и свойства, нито пък да говорите за началото на мрежовия маркетинг и подробно да описвате маркетинговия план с всички нива, проценти и изисквания за квалификация. Ако не вярвате, спомнете си за първата презентация, на която присъствахте. Какво запомнихте?

Точно толкова ще остане и в главата на вашия събеседник. И за да запомни той онова, което ще помогне да го спонсорирате, придържайте се към следните съвети.

- ✓ Когато говорите за Форевър, постарайте се вашият кандидат да почувства финансовата стабилност и почтеността на фирмата.
- ✓ Когато говорите за продуктите, наблегнете на изключителното им качество. Избройте основните групи и подчертайте тяхното многообразие. Споменете не повече от два-три любими свои продукта и не пропускате да ги покажете.
- ✓ Когато говорите за бизнеса, съвсем накратко обяснете същността на мрежовия маркетинг като съчетание на силата на мултиплицирането и работата в екип за постигане на „пасивен“ доход.

Избройте предимствата на Форевър пред други компании за мрежов маркетинг (без да ги цитирате). Покажете маркетинговия план, като споменете десетте начина за печелене на пари във Форевър и сумите, които могат да се печелят на съответните нива (без да фиксирате проценти). Подчертайте, че като собственик на Форевър бизнес, вашият събеседник ще може да разчита на подкрепата на цялата си спонсорска линия.

Всъщност по време на презентацията, вашият събеседник се вълнува най-вече от отговорите на три въпроса.

- ✓ Какво ще трябва да правя?
- ✓ Колко ще ми струва?
- ✓ Мога ли да го правя и колко пари ще получавам?

Ако с представянето си сте успели да отговорите и на трите въпроса, значи добре сте си свършили работата. А за да разберете дали сте успели, задайте му следните три въпроса.

- ✓ Хареса ли ви стабилността и почтеността на ФЛП?
- ✓ Бихте ли използвали продуктите? А вашите близки и познати?
- ✓ Готови ли сте да отделите време и да положите усилия, за да успеете с ФЛП?

Ако отговорите са положителни (предполага се да са такива, ако добре сте си свършили работата), смело задайте следващия въпрос.

Искате ли да се присъедините към семейството на ФЛП, като се регистрирате?

В този момент вашият кандидат може да реагира по три начина:

- А.** Отговор „ДА”: веднага попълвате молба за регистрация, давате му пакет с материали и уговаряте втора среща.
- Б.** Отговор „НЕ”: благодарите за вниманието и отделеното време, давате пакет с материали и включвате събеседника си в „списъка на чакащите”.
- В.** Отговор „Да, много добре звучи, но искам да си помисля”: благодарите за вниманието и отделеното време, давате пакет с материали и веднага уговаряте втората среща.

Желателно презентацията да не надхвърля 30-40 минути. Затова представянето ви трябва да бъде точно, по същество и да дава най-много информация за най-кратко време. Следователно, за да направите една добра презентация, трябва добре да сте се подготвили.

Сигурно забелязахте, че презентацията във всички случаи завършва с предоставяне на пакет с материали. Ето примерно съдържание:

- ✓ Папка с визитка
- ✓ DVD „Вашата мечта – наш план”
- ✓ Молба за регистрация + ценоразпис на продуктите
- ✓ Продуктов каталог
- ✓ Дипляна „10 причина да прием алое вера”
- ✓ Дипляна „Алое вера – факти”
- ✓ Дипляна „Хранителни добавки за всеки”
- ✓ Дипляна или брошура „Най-добрата бизнес възможност на света”

Целта на пакета е от една страна да даде възможност на кандидат да се запознае с материалите на спокойствие у дома, а от друга е повод за уговаряне на втора среща, на която да си получите пакета обратно, да чуете неговото мнение и да довършите вече започнатата работа.

Можете да използвате онлайн обученията, можете да си направите ваша лична презентация, като комбинирате каквото си харесате, или да си измислите някоя съвсем нова – няма значение, стига да я научите и да я правите добре. Всъщност, истинският професионалист е гъвкав и знае как да направи презентация така, че съумява да говори точно онова, което неговият събеседник трябва да чуе в зависимост от нуждите и мотивите си. Професионалната презентация е по-скоро целенасочен приятелски разговор за спонсориране.

Както казва Михаел Страховиц, автор на книгата „Мрежов маркетинг – основи”: „Няма значение каква е презентацията, която правите, важно е да я правите достатъчно често, защото и най-лошата презентация е по-добра от никаква.”

Дотук ставаше дума за представяне с цел спонсориране или бизнес презентация. Нека сега обърнем внимание и на продуктовия маркетинг – представяне с цел намиране на клиенти или т. нар. „домашно парти”.

ДОМАШНО ПАРТИ

То обикновено се провежда в дома на новия СФБ, в присъствието на спонсора. Това са и едни от първите презентации, защото е важно новият собственик на Форевър бизнес колкото се може по-скоро да си намери клиенти и да започне да печели пари от директни продажби. Освен основните напитки от алое вера са необходими и някои козметични продукти: за почистване, хидратиране и маска за лице. Добре би било, ако са на разположение и някои от комплектите за грижа за кожата. Собственикът на Форевър бизнес кани няколко приятелки или семейни двойки. Предлага билков чай с цветчета от алое или шейк Форевър лайт ултра. Предварително не се раздават каталози, не се говори за продажба на продукти. На всички желаещи се дава възможност да изпробват действието на продуктите върху себе си и да изкажат мнение. Докато се изчаква действието на маската, се пуска диска „Вашата мечта – наш план“ или се представят най-общо продуктите и самото алое. Ако има желаниа за поръчки, се насочват към домакина в края на партито. Ако някой се поинтересува от бизнеса, определя му се среща за бизнес презентация. Партитата са лесни за организиране, преминават приятно и дават добри резултати. При това, колкото по-приятно преминават, толкова по-добри са резултатите.

Условие за успешен продуктов маркетинг е самите вие да използвате колкото се може повече от продуктите. Когато вие сте „продукт на продуктите“, ще се превърнете в най-добрата реклама, която може да си представите.

ВТОРА СРЕЩА

Времето за провеждане на втора среща трябва да бъде два до три дни след първата презентация. Втората среща е наистина приятелски разговор, който има за цел от една страна да затвърди убеждението на вашия кандидат, че ще отделите време и ще положите усилия да му помогнете да осъществи своите желания, а не вашите, а от друга трябва окончателно да разсее съмненията му относно фирмата, продуктите или бизнеса.

Започнете с: „Дали успя да прегледаш материалите, които ти дадох? Какво мислиш?“ Изслушайте отговора много внимателно, защото от него ще разберете как да протече вашият разговор по нататък.

- ✓ Ако чуете: „Всичко звучи прекрасно и искам веднага да се включа. Казвай по-бързо какво трябва да правя?“, направете необходимото – попълнете и подпишете молба за регистрация, след което я активирайте с поръчка и веднага започнете настоящото обучение от „Стъпка 1“.
- ✓ Ако ви каже: „Много ми харесва всичко и искам да ползвам продуктите“, попитайте кандидата как ще пазарува – като клиент от вас, или като собственик на Форевър бизнес от офиса. Обяснете му разликата и предимствата. Ако остане ваш клиент, помогнете му да избере най-подходящите продукти, уверете го че ще се грижите за него, дайте му визитка и уговорете начина, по който ще държите връзка. Ако подпише молба за регистрация, помогнете му да я активира с първа поръчка, покажете му как да прави следващи и уговорете начин за бъдещи контакти.
- ✓ Ако отговорът е „Да, всичко е чудесно, но...“, ще се наложи да се справите с някакво възражение. Това се среща много често и е проблем за всеки нов СФБ. Затова по-долу ще ви предложим проста система за преодоляване на възраженията, както и отговори на най-често срещаните.

СПРАВЯНЕ С ВЪЗРАЖЕНИЯ

Обикновено начинаещите собственици на Форевър бизнес приемат възражението като отказ, но то реално означава, че събеседникът има въпрос, който самият той не може да формулира, защото не разбира докрай нещо, свързано с бизнеса или продуктите, а всъщност търси довод да се съгласи с вас. Той сякаш казва: „*Хайде! Давай! Убеди ме, в това, в което все още се съмнявам.*” Възражението е индикатор за положително отношение, предизвикващо сериозен размисъл у човека за това, което е чул по време на презентацията. Очаквайте възраженията и им се радвайте, но бъдете и подготвени. Много скоро ще се убедите, че те всъщност не са толкова много и се повтарят в различна форма. Затова, когато се научите да отговаряте на най-често срещаните, ще сте готови да се справяте с всички. И така, ето една проста схема за справяне с възраженията.

1. Изслушайте спокойно и с внимание възражението. В никакъв случай не се хвърляйте ентузиазно да убеждавате кандидата в обратното. Това може да доведе само до спор, а той винаги води до раздразнение и отдръпване. Никои няма да има полза, най-малко вие. Вместо това **задайте въпрос, който съдържа възражението**. Например: „*Хората нямат пари.*” – „*Защо мислиш, че хората нямат пари?*” Изслушайте внимателно отговора, защото в него ще откриете скрития зад възражението въпрос.
2. Отговорете на възражението, като използвате следната формула за съставяне на отговора си: **„мислех – начало – открих”**, а именно: „*И аз така мислех в началото, но после открих...*” Вашият отговор ще бъде искрен, защото ако се върнете назад във времето, ще си спомните, че наистина в някакъв момент и вие сте имали същите съмнения и сте се чувствали по същия начин. Такъв отговор показва съпричастност към притесненията на събеседника и желание за помощ, което е и нашата цел.

Ако след първото възражение последват и други, постъпете по същия начин, до пълното им изчерпване. След това дайте възможност на кандидата да вземе окончателно решение. От сърце ви желаем то да е правилното.

В приложението ще намерите примерни отговори на най-често срещаните възражения.

В края на това ръководство искаме да ви напомним, че неговата цел е да ви помогне да обучите вашите нови партньори на най-важните правила на работа в мрежовия маркетинг. Не се притеснявайте, че току-що сте се включили. Щом вие самите преминете обучението със спонсора си, започнете веднага да обучавате и своите сътрудници, за да започнат и те колкото е възможно по-скоро да обучават своите партньори и така да се получи приемствеността в развитието на мрежата, която гарантира успеха.

Разбира се, че това не е всичко. За да станете добри професионалисти, ще има да учите още. Правете го, като взимате пример от най-успелите, а ние ще се стараем да ви помагаме.

ЖЕЛАЕМ ВИ УСПЕХ!

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПЛАНИРАНЕ НА ДЕЙНОСТИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА БИЗНЕС

	понеделник	вторник	сряда	четвъртък
8.00				
9.00				
10.00				
11.00				
12.00				
13.00				
14.00				
15.00				
16.00				
17.00				
18.00				
19.00				
20.00				
21.00				
22.00				

	петък	събота	неделя	Седмични цели
8.00				Продуктов маркетинг = _____ часа
9.00				
10.00				Лично спонсориране = _____ часа
11.00				
12.00				Изграждане на група = _____ часа
13.00				
14.00				Общо ангажименти = _____ часа
15.00				
16.00				
17.00				
18.00				
19.00				
20.00				
21.00				
22.00				

Бележки:

Познавате ли някого, който по професия е...

автомеханик; автомобилен състезател; адвокат; актьор; анестезиолог; арома-терапевт; архитект; астролог; барман; библиотекар; бизнес консултант; брачен консултант; брокер; бръснар; вестникар; ветеринар; водопроводчик; вътрешен дизайнер; готвач; графичен дизайнер; детегледачка; диетолог; дърводелец; екскурзовод; електротехник; журналист; заварчик; застрахователен агент; земеделец; зидар; зъболекар; зъботехник; изследовател; инструктор по аеробика/карате/танци; касиер в банка; катаджия; кинезитерапевт; ключар; книгоиздател; козметик; компютърен програмист; кредитен инспектор; крояч; лаборант; лекар; лесничей; маникюрист; масажист; машинен инженер; медицинска сестра; месар; метеоролог; механик; модел; музикант; нотариус; обущар; ортодонт; ортопед; оценител на недвижими имоти; очен лекар; педикюрист; печатар; пилот; писател; погребален агент; пожарникар; полицаи; пощальон; преподавател в университет; продавач в магазин за захарни изделия; продавач на велосипеди/на дрехи/на козметика; професионален спортист; професионален фотограф; психолог; пчелар; редактор; реставратор; рибар; ръководител на предприятие; сватбен агент; свещеник; секретар/ка; сервитьор/ка; служител в книжарница/в охранителна фирма/в химическо чистене; собственик или служител в пекарна; собственик на хотел; социален работник; спасител в басейн/на плажа; специалист в агенция за подбор на персонал; специалист по хранене; статистик; строителен инженер; строителен майстор; стюард/стюардеса; счетоводител; съдия; съдия-изпълнител; телевизионен журналист/водещ; техник в кабелна телевизия; треньор по плуване/тенис/футбол/баскетбол/хокей; търговец на автомобили или части за тях/на антикварни предмети/на безалкохолни напитки/на билети/на домакински уреди/на компютри и периферия/на мебели/на офис-техника/на телефони/на хранителни стоки; търговски представител; управител на склад; учен; учител в начално училище/в гимназия; учител по музика; учител по рисуване; фармацевт; фермер; физиотерапевт; финансист; фризьор; футболист; хирург; хомеопат; художник; чертожник; шивач/ка; шлосер; шофьор на автобус/на булдозер/на камион/на кран/на такси.

Познавате ли човек, който...

мисли за другите хора; уважава; харесва хората; е с висше образование; участва в различни групи и граждански инициативи; е управител, председател, съветник; иска повече от живота; е амбициозен и със самочувствие; има качества на ръководител; общува с ръководители; има деца, които тепърва започват училище или университет; има деца със специални таланти, които иска да развива; иска да бъде добър пример на децата си; има собствен бизнес; заема много отговорна позиция и работи под стрес; иска повече свобода; мисли за смяна на работното място или скоро я е направил; не напредва в службата си; има потенциал, но не му дават възможност да го развие; е започнал да се занимава с продажби или има опит в директните продажби; не е успял да развие собствен бизнес или е фалирал, но все още има големи желания; следва в университет, търговско или професионално училище или току-що ги е завършил; скоро се е оженил; познава всеки в града; има международни контакти; излъчва доверие; работи в момента с вас; срещате във фитнеса; търси работа; бил ви е съсед по-рано; е харесал къщата ви; има хубава професия; се грижи за колата ви; е в списъка ви за коледни картички; често сменя работата си; се грижи за кожата и косата си; следи теглото си; обича спорта и здравословния начин на живот; иска да прекарва повече време със семейството си; практикува акупунктура; провежда търгове; извършва тапицерски услуги; членува в клуб; се занимава с МЛМ; притежава франчайз; работи в рекламата; продава и монтира подови настилки; продава или поддържа климатици/отоплителна техника/офис оборудване/басейни/лодки; се занимава с алармени системи/с ремонт и поддръжка на домакински уреди/с озеленяване и поддръжане на зелени площи; играе тенис/футбол/хокей/баскетбол; отдава машини или техника под наем; язди или се грижи за коне; бяга в маратони; се увлича по авиомоделизъм; кара велосипед; плува; е фотолюбител; е родител на съученик на вашето дете; продава ученически пособия; работи като охрана; се занимава със спортна медицина; подготвя данъчни декларации; продава и монтира гуми; се занимава с поддръжка на градини; се грижи за стари хора; продава или обслужва кемпери и каравани.

Познавате ли някого, който работи...

в сватбен салон; във фирма за коли под наем; в цветарски магазин; във фирма за почистване; във фитнес клуб; в магазин за здравословни храни; във фирма за кейтъринг; в хотел; в магазин за бижута; в приют или развъдник за кучета; в СПА център; в компания за медицински консумативи; на фондовата борса; в разсадник; във фирма за офис консумативи; в детска градина; във фотокопирен център; в радио; в туристическа фирма; в магазин за подаръци; в предучилищна занималня; в художествена галерия; в общинската или държавната администрация.

Познавате ли човека, който...

живее до/срещу вас; е фризьор на съпруга/та ви; преподава на децата ви в училище; е бил фотограф на сватбата ви; е търговец; е ваш работодател; е директор на училище; ходи с вас на лов или за риба; познавате от казармата; е проектирал къщата ви; сте срещнали на почивка край морето/в планината; е управител на магазина, в който пазарувате; е или е бил преподавател на съпруга/та ви в университета; е поправял телевизора ви; е ремонтирал мебелите ви; ви е бивш колега; с когото сте спортували заедно; с когото пътувате заедно до работа; е инсталирал телефона ви; има фризьорски салон; преподава грънчарство; има таксиметрова фирма; боядисва къщи; е собственик на/служител в зоомагазина, от който сте купили кучето си; е свързал хладилника/пералнята ви; играе бридж с вас; ви е съсед по вила; работи в детската градина на детето ви; има магазин за обзавеждане; е лепил тапети/плочки у вас; е научил децата ви да шофират; работи в спасителна служба; при когото сте прекарвали отпуската си; при когото зареждате колата си; разнася колети; продава сладолед.

За кого се сещате, когато стане дума за...

ски, тенис, скално катерене, ветроходство, гмуркане, скачане с парашут/бънджи/парапланер, караоке, сърф, риболов, рафтинг?

С кого спортувате заедно?

Кои са приятелите ви в социалните мрежи като Фейсбук, Твитър, LinkedIn и др. Защо не ги запознаете с бизнеса с Форевър?

Имате ли по-далечни роднини, които биха се присъединили към екипа на ФЛП?

А сега опитайте да напишете имената на бивши колеги, които биха се присъединили към Форевър Ливинг.

Сещате ли се за бивши съученици или състуденти, които искате да запознаете с бизнеса?

Сред близките ви роднини има ли такива, които биха пробвали продуктите на Форевър Ливинг или пък биха започнали свой собствен бизнес от дома?

СПИСЪК НА СОБСТВЕНИЦИТЕ НА ФОРЕВЪР БИЗНЕС

*Хората отиват там, където са желани;
остават там, където се грижат за тях;
израстват там, където ги развиват и
насърчават!*

Име	Информация за връзка	Комбиниран пакет	Планиране на бизнеса	Продуктово обучение	Продуктова демонстрация 1	Продуктова демонстрация 2	Продуктова демонстрация 3	Бизнес представяне 1	Бизнес представяне 2	Бизнес представяне 3	Пътят към Мениджър

ТЕКУЩ СПИСЪК

Представете си, че сте открили златна жила, която не можете да обработвате сами. Най-напред ще разкажете на своето семейство и приятели и ще ги призовете да вземат мотики и лопати, защото ще спечелят толкова злато, колкото успеят да извлекат от жилата. Някои от тях не ви вярват, но това не убива вашия ентузиазъм, защото знаете, че жилата съществува. Продължавате да предлагате възможността на други приятели и познати, докато намерите тези, които искат да се присъединят към вас и да спечелят. Същото се случва и когато представяте ФЛП възможността на хората от вашия списък. Ще има такива, които няма да искат да ви чуят, но това не означава, че възможността не е добра. Просто продължавайте да търсите онези, които са готови да ви изслушат!

Име	Информация за връзка	Календар									

ТРИМЕСЕЧЕН СПИСЪК

„Има една история за велик скулптор и малко момче, които стояли пред масивен гранитен блок. С огромно възхищение момчето наблюдавало как скулпторът обработва гранита с чук и длето. Ден след ден той го извайвал, а детето не преставало да се възхищава как парчето гранит постепенно се превръща в изящна фигура. Накрая скулптурата била готова. На мястото на грозния гранитен блок стояла прекрасна статуя. Възхитеното дете обиколило и внимателно огледало скулптурата от всички страни. Накрая с благоговеещ глас попитало скулптора: „Бре, господине, а ти откъде знаеше, че вътре има някой?“

Ланс Уикман

Име	Информация за връзка	Календар										

СПРАВЯНЕ С НАЙ-ЧЕСТО СРЕЩАНИТЕ ВЪЗРАЖЕНИЯ

В началото новите СФБ се притесняват, когато евентуалните нови клиенти или партньори задават въпроси и особено, ако те са негативни. Но след като научите няколко техники, с които да отговаряте на тези въпроси, процесът се превръща във важна част от убеждаването на клиентите в големите възможности, които предлага Форевър Ливинг. И не само ще бъдете уверени в способностите си да давате логични и мотивиращи отговори, но и ще се радвате, че имате възможност да го направите.

Най-напред трябва да разберем защо хората имат възражения. На първо място, те не бива да бъдат приемани лично; възраженията са просто прегради, които стоят между кандидатите и решението им да изпробват продуктите или да станат собственици на Форевър бизнес. Вашата задача е много по-лесна, ако знаете какви са тези прегради, затова трябва да сте благодарни на човека срещу вас, че ги споменава. Ето защо първата стъпка преди отговор на въпрос или възражение, е да го приемете като ценна обратна връзка и да благодарите за възможността да отговорите.

Нека разгледаме някои възражения и въпроси, с които вероятно ще се сблъсквате най-често, както и възможни отговори.

„Това е пирамида“

„Защо мислиш, че е пирамида?“ (изслушване – скрит въпрос: „Това законно ли е?“)

„В началото и аз мислех така и после разбрах, че става дума за напълно законен бизнес за разлика от нелегалните пирамидални схеми. Как да различим едните от другите? Пирамидалните схеми обещаваха богатство, без да правите нищо друго освен да карате другите да инвестират. Разбира се, големите печалби са за организаторите на „пирамидите“ и може би няколко души, които се включат в самото начало. Останалите губят парите си. Във Форевър пари се печелят чрез изграждане на мрежа от хора, които консумират продукти или ги препоръчват и доставят на крайни клиенти. Компенсационния план дава възможност на всички, които положат усилия да бъдат възнаградени, според свършената работа и няма никакво значение, кой, кога се е включил. Пирамидалните схеми изискват инвестиция или членска такса. Във Форевър не се изискват инвестиции или такси. В пирамидалните системи бонуси се изплащат от инвестицията или таксата на новопривлечените членове. Във Форевър бонуси се изплащат само на база на реално купени продукти за лична употреба или за крайни клиенти. Пирамидалните системи не обръщат внимание на намиране на потребители и не обучават членовете си. Собствениците на Форевър бизнес се обучават и насърчават да намират потребители за продуктите и да ги снабдяват с тях. Колкото до структурата на мрежата – тя наистина е пирамидална и в това няма нищо лошо. Във всяка организация (институт, фабрика, завод, фирма, сдружение и др.), в която работят повече от петима души, структурата е пирамидална, защото един човек не може да отговаря за повече от 5-7 души. Затова има генерален директор, заместник директори, началник отдели, групови ръководители, бригадири и др., докато се стигне до редовите работници. Така е и в мрежовия маркетинг. Почти невъзможно е да обучаваш повече от петима СФБ на първа линия и пирамидалната структура е съвсем уместна.“

„Хората нямат пари“

„Защо мислиш, че хората нямат пари?“ (изслушване – скрит въпрос: „Ще намирам ли клиенти?“)

„В началото и аз мислех така, но после открих, че всъщност хората имат пари. Всеки, който работи, получава пари, друг е въпросът къде и за какво ги харчи. Ако ти имаш възможност да купуваш стоки за ежедневието, като паста за зъби, сапун, шампоан, дезодорант, средства за почистване и пране, козметика и др. от един магазин и на цени не по-високи от тези в другите магазини, но с гарантирано качество и полезни за здравето, би ли го правил? Естествено, че да. А твоите приятели? Е, остава само да опиташ лично ти и след това да информираш и приятелите си, че има такъв магазин и се нарича ФЛП!“

„Продуктите са скъпи“

„Защо мислиш, че продуктите са скъпи?“ (изслушване – скрит въпрос: „Ще мога ли да ги продавам?“)

„В началото и аз мислех така, но после открих, че в края на краищата всичко опира до разходите за производство на качествени продукти. Фактът е, че мрежовият маркетинг позволява на фирмите да продават качествени продукти на достъпни цени. Нашите продукти се произвеждат от висококачествени съставки, което означава, че производството им струва повече. А знаеш ли, че стоките, които купуваш от магазина в повечето случаи струват 8 до 10 пъти повече от разходите за тяхното производство? Като имаме предвид производствената им стойност, нашите продукти биха стрували с 30% до 50% повече, ако се продаваха чрез традиционните канали. Ако пък намериш подобен продукт на по-ниска цена, можеш да

бъдеш сигурен, че тя е по-ниска за сметка на качеството. Ние сме толкова убедени в стойността и качеството на нашите продукти, че предлагаме за крайните си клиенти 100-процентова, безусловна гаранция за връщане на парите им в случай, че не са доволни. Виждаш, че продуктите на Форевър могат да се продават дори по-лесно от останалите. Необходимо е само клиентите да бъдат информирани за тяхното качество и грижа за здравето и красотата.”

„Ще загубя пари.“

„Защо мислиш, че ще изгубиш пари?“ (изслушване – скрит въпрос: „Ще ме измамат ли?“)

„Отначало и аз се притеснявах, че само ще си вложа парите и нищо няма да спечеля, защото знам, че в някои МЛМ компании човек е възможно да изгуби пари. Но после открих, че във Форевър не е така, тъй като няма изискване за инвестиция, не се изискват такси, за да станеш собственик на Форевър бизнес. Фирмата предлага и безусловна гаранция за връщане на парите на крайни клиенти. Ако клиентите ти не са доволни от продуктите, ти им връщаш парите, а компанията ти заменя върнатия продукт с чисто нов. Освен това фирмената политика на Форевър забранява покупка на повече продукти от реално необходимите ти. Не е нужно да се презапасяваш. И накрая – можеш да напуснеш компанията по всяко време и ФЛП ще изкупи обратно продуктите, които си купил през последните шест месеца и не си успял да продадеш. Сам виждаш, че е почти невъзможно да загубиш пари с Форевър!“

„Защо продуктите не се продават в магазините?“

„Смяташ ли, че това са единствените места, където може да се продава една стока?“

(изслушване – скрит въпрос: „Дали са разрешени за продажба?“)

„В началото и аз си задавах този въпрос, но после се убедих, че обслужването, което могат да получат клиентите от страна на собствениците на Форевър бизнес е много по-добро от предлаганото в магазините. Най-добрата реклама е: „Добра дума от доволен клиент“. Затова Форевър е избрала този начин на разпространение на своите продукти. Той е напълно законен, всички продукти притежават сертификати и разрешителни за продажба в България.“

„Защо продуктите не се продават в аптеките, щом са полезни за здравето?“

„Защо смяташ, че всичко полезно за здравето трябва да се продава в аптеките?“

(изслушване – скрит въпрос: „Това не са ли лекарства? Не трябва ли лекар да ги препоръчва?“)

„В началото и аз мислех, че единствено лекарите имат грижа за здравето на хората и това, което те препоръчват, е в аптеките. Имаше дори момент, когато си мислех, че са ми необходими някакви медицински познания, за да бъда собственик на Форевър бизнес. Скоро осъзнах, че продуктите на ФЛП са хранителни добавки, козметика, средства за личната и домакинска хигиена, а не лекарства. Те са полезни за здравето, така както чая, меда, плодовете и зеленчуците. Затова не се продават в аптеките и не е необходимо да ги препоръчва лекар.“

„Аз не ставам за тази работа.“

„Защо мислиш, че не ставаш за тази работа? Какво си мислиш, че ще трябва да правиш?“

(изслушване – скрит въпрос: „Ще трябва ли да продавам?“)

„Това, от което най-много се опасявах в началото, беше, че ще трябва да нарамя една чанта с продукти и да ходя от врата на врата да ги продавам, а аз не умея и не обичам да продавам. Само след две срещи с моя спонсор разбрах, че това няма да ми се налага. Работата ни е да помагаме на приятелите си да се грижат за здравето и красотата си, като ги информираме за продуктите на ФЛП и най-вече им помагаме да печелят пари, за да осъществяват мечтите си. Това ме удовлетворява напълно, защото аз обичам да помагам.“

„Нямам време да се занимавам с това.“

„Колко време мислиш, че ще ти е необходимо?“

(изслушване – скрит въпрос: „Няма ли да се наложи да напусна сегашната си работа?“)

„В началото и аз си мислех, че ще трябва да нарежа всичко, с което се занимавах в момента и ми носеше доходи. Бързо разбрах, че за разлика от всички други видове бизнес, които поглъщат изцяло времето ти, в мрежовия маркетинг с Форевър можеш да започнеш с няколко часа седмично, защото тук човек сам управлява времето си и може да работи толкова, колкото има възможност. Познавам много собственици на Форевър бизнес, които са започнали така и вече имат солидни доходи, позволяващи им да се откажат от всички други дейности, за да се радват на свободното време със семейството си и на любимите си занимания.“

„Трябва да си намеря истинска работа.“

„Защо мислиш, че МЛМ бизнесът не е истинска работа?“

(изслушване – скрит въпрос: „Мога ли да се издържам с този бизнес?“)

„И на мен в началото ми се струваше, че с Форевър няма да печеля достатъчно, за да издържам себе си и семейството си, но после разбрах, че е точно обратното. Знаеш ли, че според статистиката 95% от населението никога няма да постигне финансова независимост? Причината е, че те се съобразяват с влиянието на средата, липсва им самоувереност, страхуват се от провал или просто не искат да работят достатъчно! Да, само 5% я постигат. Защо? Защото не се съобразяват с тълпата, развиват самоувереност, превъзможват страха от провал и работят здраво, за да са независими! Това са действително необикновени хора. Така че, ако искаш да си наистина финансово независим, не се страхувай да се отделиш от 95-те процента и да се присъединиш към 5-те процента! Нека ти покажа последния си бонус, за да прецениш сам дали тази работа си струва.“

„Нямам такива познати. Моите приятели не желаят да слушат за такива неща.“

„Какво мислиш, че ще разказваш на твоите приятели?“ (изслушване – скрит въпрос: „Дали моите приятели няма да се отдръпнат от мен, мислейки ме за откачалка?“)

„В началото и аз мислех, че приятелите ми ще погледнат негативно на Форевър бизнеса ми и това донякъде се оказа вярно. Но понеже са ми приятели, все пак ме изслушаха. Днес всички ползват продуктите на ФЛП, а някои от тях вече и печелят добре, за което са ми много благодарни. Дали твоите приятели ще искат да чуят, когато хвалиш книга, филм или добър ресторант, от които си възхитен? Да? Има ли тогава причина да не искат да чуят, когато споделяш колко си доволен от пастата за зъби, сапуна, дезодоранта, шампоана или препаратите за почистване на ФЛП? Или може би те не използват такива продукти?... Или пък не се нуждаят от пари?... Сигурен съм, че в най-скоро време всички те ще ти бъдат благодарни за информацията, която ще получат от теб, ако представяш бизнеса по професионален и уважителен начин и се съобразяваш с решенията им. Просто трябва да си търпелив и да проявяваш разбиране, че не всеки ще приема възможностите и че на някои хора им е необходимо известно време, преди да се заинтересуват. Пък и е доказано, че най-успешите собственици на Форевър бизнес не само запазват старите си приятели, но срещат и много нови покрай бизнеса си.“

„Не ме занимавай с такива глупости!“

„Защо смяташ, че това са глупости?“ (изслушване – скрит въпрос: „Всички хора смятат занимаващите се с такива компании за глупаци, няма ли и мен да ме смятат за такъв?“)

„Първият път, когато един познат ми пхна в ръката листовка за МЛМ компания, аз я хвърлих в най-близкия кош с мисълта: „О-о-о, я стига с тия глупости!“ Когато едва след половин година всичките ми приятели и познати бяха партньори на същата тази компания и вече печелеха от нея, осъзнах грешката си. Веднага се включих, но се оказа, че с когото и да се опитвах да разговарям, той вече се беше включил. Така първата ми кариера в мрежовия маркетинг завърши безславно още преди да беше започнала. Оттогава винаги изслушвам такива предложения и се запознавам подробно с тях, защото знам, че винаги мога да се откажа, ако реша, че не си струва. Така направих и когато ми предложиха да стана собственик на Форевър бизнес. Едва след като се уверих, че бизнесът е легитимен, че ФЛП е голяма и финансово стабилна компания с офиси в цял свят, че официално е регистрирана в България, че продуктите са със сертификати за качество и необходимите документи за внос и продажба, че бонусите се изплащат редовно и навреме, аз се регистрирах и не съжалявам за решението си. Нека ти покажа последния си бонус и после ме наречи „глупак“, ако искаш?“

„Не мога да спечеля пари, ако не съм се включил в началото.“

„Защо мислиш, че в МЛМ човек може да печели само, ако е сред първите включили се?“

(изслушване – скрит въпрос: „Има ли смисъл да се захващам?“)

„Да ти призная и аз в началото се притеснявах, че само първите имат шанс да печелят добре, но после открих, че в МЛМ човек сам създава своето начало в момента, в който се включи. От теб зависи дали ще си изградиш успешна мрежа от нулата. За разлика от традиционния бизнес, тук никой над теб не може да контролира и забави напредъка ти. Много от най-добрите собственици на Форевър бизнес са се включили в компанията, когато тя е била вече на 10, 15 или 25 години. Успехът ти се определя от твоя ентузиазъм и усилия, а не от това колко стара е компанията или кога си се включил в нея.“

„Другите ще си мислят, че съм в отчайващо финансово положение.“

„Защо те тревожи, че ще си помислят, че си закъсал?“

(изслушване – скрит въпрос: „Няма ли да ми се подиграват?“)

„Всъщност в началото и аз се притеснявах, че другите ще гледат на мен от високо, но после установих, че въобще не ме е грижа. Може да съм зле с парите, може и да не съм. Какво от това?! Гордостта е една от най-големите пречки по пътя към финансово благосъстояние. Не бива са ѝ позволяваме да ни попречи! Не искаш ли и ти да се присъединиш към 5-те процента хора, които правят нещо, за да подобрят финансовата си ситуация? Няма значение какво е положението ти днес, защото то ще бъде много по-добро утре, ако не оставиш гордостта си да те контролира. Не забравяй, че алтернативата е да не правиш нищо и да се оставиш да затъваш все по-дълбоко. Така че не обръщай внимание на приказките на 95-те процента и останни верен на вътрешното убеждение, което те води напред и нагоре!“

„Не съм общителен. Не знам как да говоря с хората.“

„Защо мислиш, че не умееш да общуваш?“ (изслушване – скрит въпрос „Ще се справям ли?“)

„Знаеш ли, че някои от най-добрите собственици на Форевър бизнес са се чувствали по съвсем същия начин, когато са започвали?! Дори и аз се съмнявах дали ще мога да говоря с хората за това. Но после приятно се изненадах да открива, че работата ми доставя удоволствие и способностите ми за общуване с другите бързо се развиха. Истината е, че повечето от нас нямат проблем да говорят за неща, които ги въодушевяват. След като веднъж се ентусиазираш от продуктите и възможностите и след като усвоиш някои много прости техники, ще можеш да говориш с всеки срещнат без да се притесняваш. Общуването е способност, която се развива чрез практикуване, а не е вродена. Не позволявай на липсата на самоувереност да те дърпа назад. Сигурен съм, че като започнеш да разговаряш и ще видиш колко е забавно!“

„Това е секта!“ (колкото и странно да звучи, това възражение се среща често)

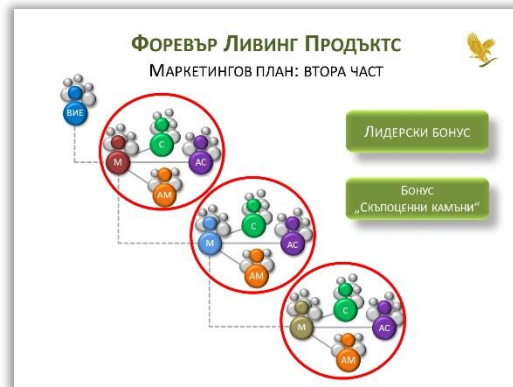
„Защо мислиш, че това е секта?“ (изслушване – скрит въпрос: „Всички в мрежовия маркетинг са с промити мозъци – няма ли и аз да стана такъв?“)

„Да си призная честно, случвало ми се е да срещам въодушевени сътрудници на МЛМ фирми, които разпалено хвалят своите „прекрасни и неземни продукти“ и с това напомнят на фанатизма на сектантите. Внимавайте с прекаления ентусиазъм!!!

Но да погледнем нещата реално: сектите се създават на религиозна основа – собствениците на Форевър бизнес не са задължени да изповядват някаква религия; сектите имат водач (гуру), който налага правилата на живот на членовете на сектата – собствениците на Форевър бизнес не се задължават абсолютно с нищо, всеки е свободен да изгражда личния си бизнес, съобразявайки се само с общоприетите норми на колегиалност и лоялност към компанията; сектите обикновено се създават с цел лично облагодетелстване на водача – собствениците на Форевър бизнес редовно получават до стотинка бонусите, които са заработили предишния месец. Често като добри колеги, ние се събираме да отчетем резултати и да наградим и поощрим най-успешните сред нас, както и да потанцуваме и да се повеселим. Но има ли колектив, в който това не се прави? Така че и тези наши сбирки с нищо не напомнят на сектантските. Както виждаш, не намерихме дори и далечно сходство между сектите и ФЛП. А ако някой собственик на Форевър бизнес е прекалено ентусиазиран, нека му простим – все пак ентусиазмът не е престъпление.“

ПРОДЪЛЖЕТЕ НАПРЕД КЪМ УСПЕХА С ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯТА

МАРКЕТИНГОВ ПЛАН 1 И 2



КОМПЕНСАЦИОНЕН ПЛАН



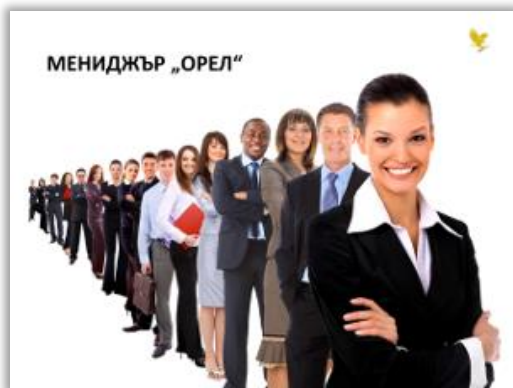
ПЪТЯТ КЪМ НИВО МЕНИДЖЪР



СПРАВЯНЕ С ВЪЗРАЖЕНИЯ



МЕНИДЖЪР „ОРЕЛ“



10 ОТ НАЙ-ПОПУЛЯРНИТЕ ПРОДУКТИ НА ФОРЕВЪР



КОМБИНИРАН ПАКЕТ „ДОКОСВАНЕ ДО ФОРЕВЪР“

