



Articolul nr.49 (Articol 5/2006)

Cum informez alți oameni despre afacerea mea MLM/Network Marketing?

de Dan Marius Dumitraș

Ce putem face atunci când firma MLM la care colaborăm nu are încă documentație în limba română?

Ce ar trebui să conțină pachetul de informații despre o afacere MLM?

Iată doar două din întrebările sosite la redacție!

Într-adevăr prima informație este aproape decisivă în atragerea noului prospectant. Este vorba despre prima impresie asupra oportunității și a produselor oferite. Ca întotdeauna, pentru a face o primă impresie bună, aveți la dispoziție doar o singură șansă!

1. Primul contact

În această fază trebuie să întâlniți doar oamenii care sunt cu adevărat interesați de o nouă oportunitate. Pentru aceste contacte de inițiere a unei relații de afaceri trebuie să aveți pregătite câteva materiale informaționale, cărți de vizită și documentație primară de la firmă.

2. Prima informație

Persoanele contactate trebuie să primească cel puțin o broșură de prezentare a afacerii și a produselor, eventual un CD sau DVD cu aceste informații și o broșură despre avantajele unei oportunități Network Marketing. Pachetul de informații va fi însoțit de o scrisoare personală în care veți invita prospectantul să citească (sau să vizioneze) cu atenție materialul dat. Toate

informațiile trebuie să aibă un caracter general. Materialele sunt date ca împrumut!

3. Prezentarea

Cei care vor fi interesați în continuare de afacerea propusă (în general doar 25% din prospectanți) vor primi o invitație la o prezentare de oportunitate (personală, sau în grup, sau la firmă sau online pe Internet). La prezentarea de oportunitate se va face descrierea detaliată a companiei, a gamei de produse și a afacerii propuse.

În concluzie:

- Un prospectant va primi informații detaliate doar dacă este interesat!
- Numai dacă va primi pozitiv informațiile, prospectantul va fi invitat la o prezentare de oportunitate.

De ce este nevoie de aceste măsuri concrete?

Dacă la prima întâlnire veți povesti toată afacerea unui om neinteresat într-un câștig suplimentar, se va pierde entuziasmul și curiozitatea persoanei respective. Ea va reacționa pasiv la orice altă întâlnire, răspunzând sec: "Da, da ... știu deja!"

Trebuie să rețineți că tocmai interesul și entuziasmul primar reprezintă un factor decisiv, care nu trebuie irosit pe oameni ne interesați. Din acest motiv facem o preselecție exhaustivă și urmăm o procedură verificată în afacerile MLM.



Dacă prezentați mai întâi toată afacerea MLM, cum se face vânzarea directă și ce comisioane se dau, aveți șansa să plictisiți interlocutorul cu prea multe detalii și el să refuze imediat colaborarea.

Dar, dacă prezentați mai întâi produsele și firma, fără să amintiți de metoda de marketing, obstacolul creat de cuvântul "vânzare" va cădea. Creând interes pentru niște produse atractive pentru prospectant veți depăși limita de start a neîncrederii, prin găsirea unor puncte comune de discuții. Să nu mai vorbim de posibilele observații neavenite din partea prospectantului despre asemănarea cu un "joc piramidal", dacă interlocutorul va fi agasat cu metode și tehnici de vânzare, fără să îl intereseze produsele sau firma respectivă. Va fi greu să dărâmați obstacolul format din aceste observații negative.

Iată de ce trebuie să "prelucrați" prospectantul, adică să-l pregătiți pas cu pas să primească și să înțeleagă despre ce fel de afacere este vorba.

Acești pași de abordare a unui prospectant sunt foarte importanți, deoarece noi urmărim să se înțeleagă bine principiile Network Marketing, înainte ca acesta să primească informații detaliate despre planul de comisioane, etc. Există riscul ca prospectantul să primească informații false de la vreun "expert" din cercul său de cunoștințe, care ar putea să-l demotiveze spunând ceva de genul: "*Cum? Firma Superlife? Cunoșc un om care cunoaște pe cineva care a povestit cum a întâlnit un reprezentant care i-a oferit afacerea asta și ...*" Vă dați seama ce vreau să spun ...

Cum se poate explica unei persoane ce înseamnă Network Marketing?

Foarte simplu. Dați-i o broșură "**De ce treci pe lângă o avere?**" scrisă de Tom Big Al Schreiter sau "**Cum să devii bogat fără să câștigi la loto**" de același autor. (Ambele se găsesc în oferta www.digitaldata.ro la Cartea prin poștă)

În aceste broșuri se explică alte modalități de câștig, descriind câteva surse de a face bani și

prezentând apoi singura sursă de câștig la îndemâna oricui, Network Marketing. Riscul acestei investiții este nul, deoarece, dacă persoana nu dorește să colaboreze cu dvs. într-o afacere MLM, vă va înapoia broșurile împrumutate. După aceea, le puteți împrumuta altei persoane interesate. Vă recomand să vă aprovizionați cu un set de 10 broșuri pentru a putea lucra simultan cu mai mulți prospectanți.

Prin această **metodă a incitării**, îi dați omului primele informații despre sistem. Numai dacă se va arăta cu adevărat interesat, veți proceda mai departe cu descrierea firmei, a produselor și a afacerii.

Scopul dumneavoastră este în această primă fază să-l faceți curios pe prospectant!

Un exemplu care să vă întărească percepția asupra necesității de a face mai întâi "curios" prospectantul ar fi următorul:

Dacă un bărbat servește cina cu o femeie la un restaurant, iar femeia are decolteul deschis, mai ales pentru că nu și-a închis toți nasturii bluzei, lăsând privirea bărbatului să alunece adânc în ... sufletul femeii, în mod sigur femeia știe să aplice **metoda incitării** pentru a-l atrage pe bărbat.

Dacă nu aplicați această metodă, aveți toate șansele să vă irosiți timpul cu oameni neinteresați sau să pierdeți un prospectant care trebuia prelucrat pas cu pas pentru a ajunge colaboratorul dumneavoastră.

Un argument în plus pentru utilizarea informației primare scurte, înaintea unei prezentaări detaliate a unei afaceri MLM este următorul:

Oamenii zilelor noastre sunt foarte ocupați, grăbiți și nerăbdători. Nu au timp să citească sau să asculte ceva nou timp de 1-2 ore, deși pierd vremea la televizor sau cu alte lucruri nimportante. Din acest motiv, oferirea unei lecturi scurte, de 15-30 minute poate să fie soluția de a le trezi interesul pentru oferta dumneavoastră.



În altă ordine de idei, oamenii care nu au timp niciodată să asculte o prezentare nu vor fi parteneri buni. Dacă nu-și fac timp să se informeze, cum vor lua ei parte la seminarii de 4-5 ore sau la traininguri de 2 zile? Mai mult, când vor avea ei timp să-și construiască afacerea?

Suma sumarum, tragem 2 concluzii:

1. *oferirea unei informații condensate vă scutește de pierdere de timp cu oameni neinteresați și*
2. *abordarea prospectanților va avea succes dacă sunt prelucrați pas cu pas, începând cu metoda incitării*

Desigur există posibilitatea oferirii unei prezentări inițiale create "acasă" de fiecare

distribuitor, în locul utilizării unor broșuri create profesional și verificate în practică. Dar, nimic nu poate fi mai dezastruos decât o prezentare făcută de amatori, care nu cunosc toate tehnicile media și nici afacerea în sine. Aceste prezentări au soarta gablonțurilor sau a bijuteriilor false, care nu vor impresiona destinatarul mai mult decât un minut sau două.

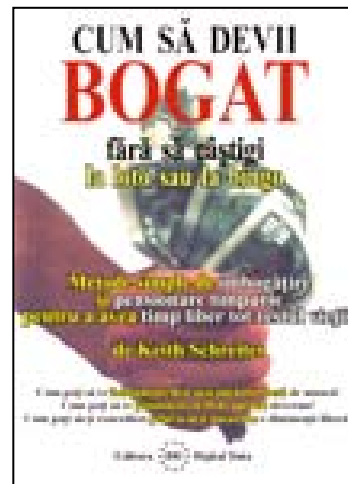
Cu alte cuvinte, prima impresie contează și la materialul prezentat. De aceea, vă recomand să utilizați materiale create de firmele specializate.

Vă urez succes în prospectare!

Pe curând,

D.M.D

Cartea scrisă de Keith Schreiter, sub îndrumarea lui Big Al.



Broșura de recrutare a lui Big Al.

