

Инструкция для лидера



**6 пунктов, выполняя которые
Вы помогаете Вашему бизнесу
очень сильно расти:**



1. Всегда проводите одинаковую презентацию.

Для того чтобы Вас можно было повторить. Оптимальное количество презентаций, когда Вы нацелены на рост - три в день



**2. Ваша задача не только
проводить презентации, но и
слушать, как это делают Ваши
лидеры.**

*Презентация должна быть
одинаковой на всех уровнях*



3. Имейте свое собственное расписание встреч на неделю. Доводите его до всех партнеров команды. Именно на них вся Ваша структура может приводить своих новичков.



4. Работайте на самом нижнем уровне Вашей организации. Помните, построение глубины - самая главная задача, если Вы хотите построить остаточный доход



5. Дайте новичку тексты, как пригласить на встречу своих знакомых.

Именно **тексты** приглашения на презентацию, в которых главное – это встреча со специалистом (экспертом) по проблемам здоровья, красоты, здорового дома, профилактики основных проблем здоровья детей и взрослых.

TEXT.RU

6. Один раз в неделю проводите большую открытую презентацию, куда собираются все ключевые партнеры со своими командами.

На этом мероприятии Вы видите итог работы Вашей структуры за неделю. Если количество людей в зале растет, значит все идет так, как надо. Вас интересуют два показателя: это новые бизнес-партнеры и новички, те, кто первый раз на презентации.

ПОДВОДИМ ИТОГИ:

- у Вас есть дублицируемая презентация, Ваша задача обучить именно ей три уровня Вашей организации. А это Вы делаете, когда слушаете своих партнеров;**
- у Вас есть график встреч, на которые новички приводят кандидатов;**
- и Вы строите глубину;**
- один раз в неделю Вы мотивируете свою команду большой встречей, на ней можно доработать сомневающихся, обучить презентации бизнес-партнеров и зарегистрировать новичков.**

Один маркетинговый закон говорит, что сначала скажите людям, что они хотят услышать, а потом, когда они присоединятся, скажите им, что им нужно будет делать.

Нам иногда очень хочется погнаться за быстрыми результатами, и мы готовы приукрашивать, преуменьшать, лишь бы кандидат сказал заветное слово "да", регистрируюсь. И именно этим мы делаем себе медвежью услугу.

Стоит ли Вам давать вот такие обещания на встрече?

1. Тебе не нужно вкладывать деньги.

2. Тебе не нужно много времени.

**3. Ты будешь зарабатывать пять тысяч долларов
через год.**

4. Продавать тебе ничего не придется.

5. Увольняться с этой работы не нужно.



Это будет большая ошибка.

Ведь мы ищем людей для долгосрочного сотрудничества с нами, а не просто предлагаем разовую сделку. Мы не можем им гарантировать что-то. Не можем гарантировать их результаты.

Единственное, что мы можем гарантировать - это нашу помощь и поддержку в бизнесе при их желании.



***Поэтому надо говорить то, что им придется
делать. Даже говорить о тех трудностях, с
которыми им придется столкнуться.***

***Таким образом, может увеличиться отсев среди
кандидатов, но зато после такой встречи мы
получим людей, которые долгосрочно готовы
работать с нами.***



Грамотная встреча, на которой мы ищем для нашего бизнеса лидеров, должна состоять из четырех основных блоков.



1. Как увеличить объём продаж в структуре? Этот вопрос особенно актуален сейчас в период кризиса.

Сколько способов существует увеличить объём продаж в наших структурах? Сто, двести или огромное количество способов?

Нет. На самом деле есть только три способа увеличить объём продаж в наших группах и ветках.



1.1. Увеличить количество дистрибьюторов в структуре.



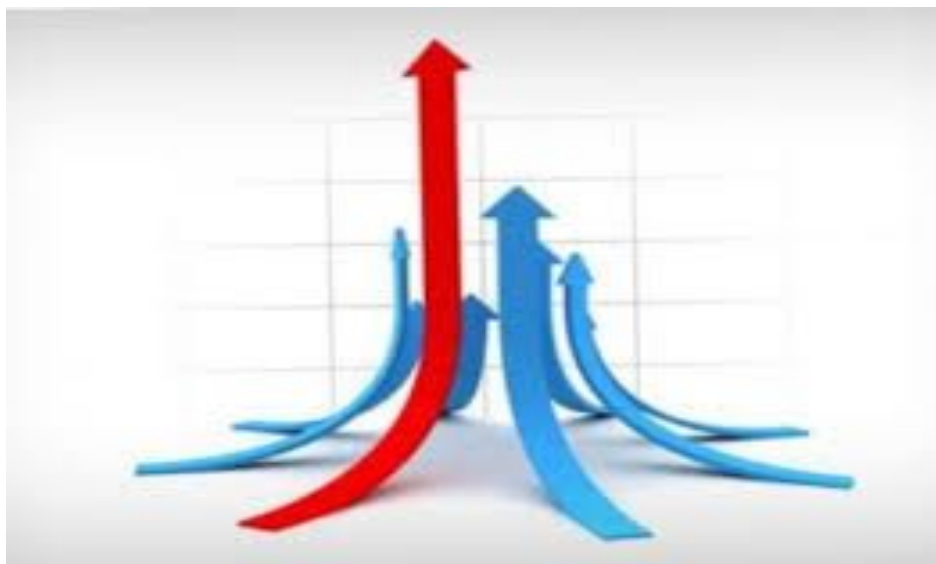
1.2. Увеличить средний заказ дистрибьютора в структуре



1.3. Увеличить количество раз в году, которое Ваши консультанты совершают заказ.



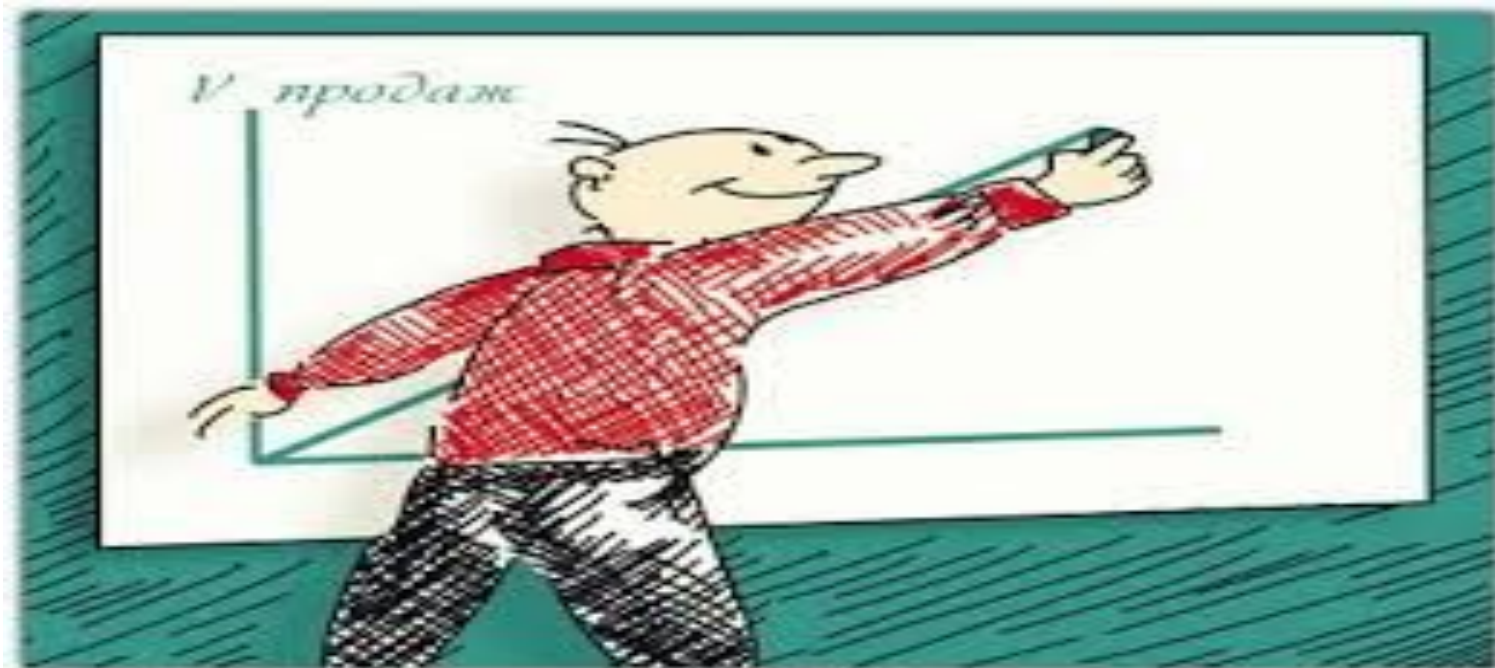
Держа в голове эти три показателя и увеличивая каждый из них всего на 10% в итоге, мы получим увеличение объема продаж в структуре на 33,1%!



Например, 25%-е увеличение всех трех параметров обеспечит почти удвоение объема продаж в вашей структуре. Концентрируясь на этой формуле постоянно, Вы можете достичь ошеломляющих результатов!



**Теперь давайте поговорим о способах
и методах увеличения показателей в
нашей формуле.**



Параметр первый: увеличить количество дистрибьюторов в структуре.

Конечно, здесь ответом будет рекрутирование в первую линию. Но главное не забывать, что мы в сетевом маркетинге и здесь сила рекрутинга в команде.

Задавайте себе вопрос, сколько встреч по бизнесу прошло сегодня в Вашей структуре независимо от Вас. Ваша задача учить своих партнеров проводить встречи.

Умножается наш бизнес количеством обученных дистрибьюторов, которые могут проводить встречи.

Увеличение параметра два зависит от того, как Ваши дистрибьюторы продают.

Умеют ли продавать. Потому что именно дистрибьюторы, умеющие продавать - это увеличение среднего заказа в вашей структуре. Чем больше дистрибьюторов собирают заказы, тем больше увеличивается ваш средний заказ. Проводите тренинги по продажам и продукции.

И третий параметр нашей формулы зависит от того, насколько быстро выстраивается под новым дистрибьютором структура. Наличие структуры и дохода за структуру оставляет людей в этом бизнесе. Пока человек без структуры он очень уязвим

Не доводите до этого, постарайтесь максимально быстро помочь ему выстроить структуру.

**Всегда держите эту формулу в голове
и работайте над увеличением каждого
показателя и увеличением объема
продаж Вашему бизнесу
гарантировано**



Рассмотрим знакомую многим ситуацию.
Мы огромное количество времени вложили в человека, а он перестал расти. Он просто присутствует в бизнесе. Давайте разберем, **почему люди перестают расти** в нашем бизнесе, и какие рецепты есть для того, чтобы справиться с этой ситуацией.

Как вернуть рост в структуру нашего лидера?



Ответ на самом деле уже давно существует и есть в книгах по сетевому бизнесу и в обучающих системах различных компаний.

Джон Каленч в своей книге «Лучший, каким Вы можете быть в МЛМ» говорит о важности непоколебимой веры, как основе для роста и успеха в бизнесе.



**Существует четыре
основополагающих веры в нашем
бизнесе.**

1. Вера в себя. Здесь вера заключается в том, чтобы верить в себя в плане реализации в нашем бизнесе. Человек должен верить в то, что то, чем он занимается - это его призвание и он способен здесь реализоваться. Поэтому при общении со своим лидером добавляйте ему веры в себя. Поддерживайте любую его инициативу.



2. Вера в индустрию. Здесь вера заключается в том, что сетевой маркетинг — это действительно идеальный бизнес, и нам нужно культивировать веру в индустрию. Так сказать, поднимать престиж индустрии. Говорить о преимуществах перед другими видами бизнеса. Наш лидер должен чувствовать то, что он в развивающейся и перспективной индустрии.

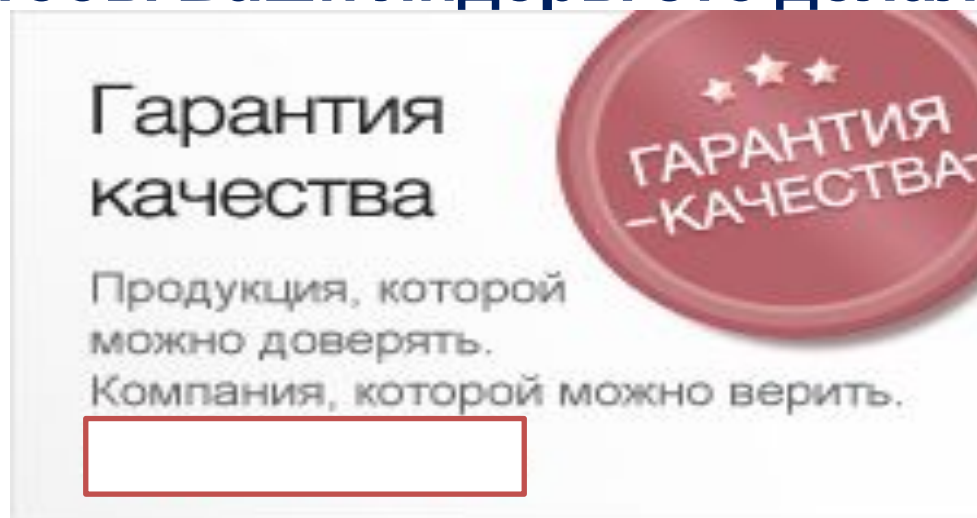


3. Вера в компанию и продукцию компании.

Знание фактов о компании, ее ценностях и миссии очень важно. Лидер должен знать позицию компании в бизнесе, что компания на рынке навсегда. Это формирует защищённость в том, что усилия, вложенные в бизнес, не пропадут.

Вера в продукт тоже играет огромную роль, не зря во многих системах построения бизнеса есть пункт «100% потребитель продукции».

Нужно верить в продукт, потребляя его. Следите за тем, чтобы Ваши лидеры это делали.



4. Вера в спонсоров. Это наиважнейший пункт для роста Вашего лидера. Как вы знаете, в нашем бизнесе все копируется. Если мы заняты другими делами, люди это видят, даже если мы говорим, что мы активно работаем. Наши люди смотрят на наши действия, а не на то, что мы говорим. И они видят, пользуемся мы продуктом или нет. Они видят, рекрутируем ли мы лично или нет, они видят нашу веру в индустрию и в компанию. И все, самое главное, запоминают.



Вера - вещь очень хрупкая, ее надо поддерживать и ухаживать за ней. На вере держится рост наших лидеров.



новых дорогих сапогах, и он в старых стоптанных ботинках. Они заходят в обувной магазин. И у меня к Вам вопрос: Что они купят? Ему новые ботинки или ей очередную пару обуви.

Правильный ответ будет: ей они купят очередную модную пару обуви.



Из всей этой ...жно сделать вывод - всегда продавай женскую продукцию и будешь отлично зарабатывать.

РiP продукт – женская продукция.

Продажа - это передача энтузиазма относительно своего продукта. Поэтому хороший способ продавать продукцию - это рассказывать истории. Истории использования продукта. Добавляйте в истории о продукте эмоции, это работает!



Следующий способ, который мы используем - это дать протестировать продукт.



Маршал однажды произнес свою знаменитую фразу:

«Никто из тех, кто купил дрель, на самом деле не хотел дрель. Они хотели просверленную дырку. Если Вы хотите продавать дрели, то Вы должны рекламировать информацию о том, как сверлить дырки, а не информацию о



следующая фраза: **НИКТО ИЗ ТЕХ, КТО КУПИЛ
МОЮЩИЕ ПРОБИОТИКИ, на самом деле их
не хотел. Он хотел красивую
ухоженную внешность, чистый и
здоровый дом, быть здоровым
самому, чтобы дети и семья были
здоровы, чтобы на это не тратить
много времени и средств!**

**Значит для того, чтобы продавать
МОЮЩИЕ ПРОБИОТИКИ нужно
рекламировать информацию об ухоженной
внешности, защите здоровья детей и
взрослых, профилактике здоровья,**

**Женщин интересує інформація і
всегда будет интересовать, как стать
моложе и красивее. Начните
знакомство с продуктом с РІР
КОСМЕТИКИ**



Если Вы станете для своих клиентов источником полезной информации, которая их интересует, то, во-первых, Вы мгновенно выделитесь из толпы конкурентов. Все предлагают гигиенические и моющие средства, а Вы **предлагаете решения их проблем**. Решение проблем в виде интересной полезной информации.



Во-вторых, такой подход позволит Вам выглядеть в глазах клиентов экспертом, а как Вы знаете, профессионалам доверяют. И следствие всего вышесказанного, Ваши клиенты сами спрашивают у Вас, что им нужно для гигиены и уборки. На этом этапе Вы и можете много продавать. При этом клиент счастлив, что покупает у Вас, ведь решение купить исходило от него. И при таком подходе клиент становится



**Хотите много и постоянно продавать,
станьте для клиентов источником
полезной, уникальной информации о
том, как выглядеть красиво и
привлекательно и быть здоровым**





**Успехов Вам в создании партнерской
организации!**