

*Образовательная программа*

**Faberlic PRO**



О СКОЛЬКО НАМ ОТКРЫТИЙ ЧУДНЫХ  
ГОТОВЯТ ПРОСВЕЩЕНЬЯ ДУХ  
И ОПЫТ, СЫН ОШИБОК ТРУДНЫХ,  
И ГЕНИЙ, ПАРАДОКСОВ ДРУГ.

***А.С. ПУШКИН.***

## *Словарь терминов*

**Скрипт** - высокоуровневый язык сценариев – кратких описаний действий. выполняемых в системе.

( англ.-script-сценарий)

**Сценарий** – это программа , имеющая дело с готовыми программными компонентами.

**Алгоритм** - это набор инструкций, описывающий порядок действий исполнителя для достижения определенного результата.

**Алгоритм** на бытовом уровне - рецепт +последовательность приготовления блюда. То есть определенный порядок выполнения действий.

## *Джим Рон:*

- Дисциплина творит чудеса.
- Не ленитесь делать то , что можете делать.
- Делайте это как можно лучше.
- Привыкнете выкладываться на 100%, по полной
- Приносите пользу собственной семье.

***«Никогда и никому не позволяйте убедить вас,  
что что-то не получится.»***

***Все время удерживайте свою цель в голове.***

***Ищите способы.***

***Меняйте методы.***

***Плачьте и радуйтесь.***

***Но никогда не меняйте мечту.***

***Пока не добьетесь.***

***Потом ставьте новую цель )))***

## *Что мы имеем на старте:*

1. Свою цель. Жизненно-важную для нас.
2. Возможности и выгоды покупок в Фаберлик.
3. Личный кабинет.
4. Продукцию компании и работающий план развития.
5. Каталоги. Широчайший ассортимент.  
Привлекательные цены.
6. Пробники. Акции.
7. Подарки по различным акциям компании – 1й шаг.  
Стартовые шаги. Возвращение в бизнес .акции каталога. Бонусные карты. Бонусы за покупку. И так далее.
8. Мобильное приложение Фаберлик.
9. Группы в мессенджерах для поддержки.
10. Готовые наборы – фото , скрипты предложения , условия выполнения.
11. Горячее желание создать команду или сеть

## *Что мы имеем на старте:*

1. Веру в компанию, команду, продукт, сетевой бизнес как индустрию, маркетинг-план,
2. Веру в наставника, и в себя.
3. Ваш имидж.
4. Контактный лист или анкета для регистрации.
5. Готовые скрипты и алгоритмы разговоров в сетевом .
6. Готовые видео о продукции.
7. Странички в соцсетях, где есть больше.
8. Умение быть гибкими.
9. Умение понимать, прощать, любить и быть благодарными.
10. Умение соглашаться ,присоединяться и быть понятными)))
11. Поддержку наставника, с которым вы можете поделиться переживаниями.
12. Этот вебинар, который вы можете всегда перечитать,

Теперь осталось нам сделать только  
***одно действие – донести это до нашего клиента.***

Какие же цели мы здесь достигаем ?

Есть два типа целей в этой задаче:

Цель для вас , как для бизнес –партнера –  
***«обогащающая»*** вас :

***Максимальная*** - сделать из вашего новичка  
Генерального бизнес-партнера.

***Минимальная*** - сделать постоянным потребителем.

***Обязательная*** - продать продукцию хотя бы один раз.



## *«Развивающие» вас цели:*

- ❖ Приобрести новый опыт общения с новым человеком (познакомиться)
- ❖ Обменяться телефонами , выяснить потребности , показать способы решения.
- ❖ Пригласить на встречу, на мастер-класс, фестиваль или занятие.
- ❖ Договориться о встрече, назначить время, получить согласие.
- ❖ Зарегистрировать новичка в свою первую линию.
- ❖ Получить удовольствие от еще одной завершенной сделки.
- ❖ Повысить свой профессионализм.
- ❖ Поработать с возражениями и получить удовольствие от использованного вами хода в разговоре.

Почему эти цели называются **«развивающими»?**

Потому что именно благодаря им , вы получите достижение **«обогащающих»** вас целей.

Всегда верьте безоговорочно , что у вас получится рано или поздно.

**Абсолютно у всех есть отказы:** и у только пришедших, и у лидеров с опытом и с рангами - абсолютно у всех.

Со временем вы просто увидите, в кого вы готовы вложить больше времени, а кого оставите в простых потребителях.

# Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе

## 1. Профессиональная самоподготовка.

Вы готовитесь!

А) *Изучаете материалы* по продукции, акциям, знаете маркетинг-план, как посчитать скидку и прибыль, знаете наизусть несколько выгод от покупок и пользу, которую они несут человеку и его семье. На первое время выпишите это в блокнот и подсматривайте перед контактом или положите перед собой перед звонком.

Б) Перед вами или с собой у вас всегда *анкета* для регистрации или *блокнот*, где написано, какие данные надо взять или расписание для встречи, если вы назначаете встречу.

# Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.

В) Имидж и поза тела –

Язык жестов, одежда, поза тела, движения влияют на исход разговора на **55%**.

Эмоции и интонации – на **38%**.

Речь- содержание, грамотность и другое – Только на **7%**.

*Поэтому говорят: не столько важно , ЧТО вы говорите, сколько важно , КАК вы это делаете!!!*

Голос и настроение по телефону – это тоже ваш имидж.

## **Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.**

- ❖ Одежда чистая , ухоженная, волосы , ногти , руки, губы. Легкий макияж. Приподнятое настроение. Легкость в общении. Уважение к собеседнику.( =уважение к себе)
- ❖ Здравствуйте и прощайтесь так, чтобы человек чувствовал, что он важен для вас . Смотрите в глаза. Не обязательно долго. Но встретьтесь глазами. (Снятие страха и перевод в доверие).
- ❖ Улыбнитесь и не отводите взгляд. (Я надежен)
- ❖ Держите ровно голову. (Я уверен(а) в том , что говорю и что предлагаю)
- ❖ Используйте открытые жесты. Ладони кверху и открыты. ( Вы в безопасности)
- ❖ Повернитесь в сторону человека. (я проявляю к вам интерес)
- ❖ Не скрещивайте руки и ноги даже во время разговора по телефону. . ( Мне нечего скрывать.)
- ❖ Чуть-чуть подавайте корпус вперед. ( Мы идем к результату вместе. Заинтересованность в результате).

## ***Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.***

Г) В вашей голове не должно быть даже намёка на критику собеседника. Любой мимолетный взгляд выдаст ваше пренебрежение мгновенно. Задача максимально присоединиться к мыслям собеседника и «стать им» на мгновение. Ваша задача снять любое сопротивление до разговора, до встречи. Закон принятия – это закон Великих людей.

***Ваша задача превратиться в глаза и слух.***

Что ЧУВСТВУЕТ собеседник во время разговора С ВАМИ.

Тренируйте это качество с любыми людьми. Учитесь поднимать настроение себе и другим.

Если же вы встречаете человека, с которым не совпадаете, расставайтесь немедленно.

Следующий. Да-нет --- СЛЕДУЮЩИЙ.

## **Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.**

Д) Готовность к отказам – это тоже элемент подготовки. Просто собирайте статистику.

Ж) Поставьте себе план звонков или встреч или регистраций.

З) Выделите себе специальное время для работы. Не позволяйте никому сбивать вас. Предупредите окружающих, что вы заняты в это время.

Е) **ОБЯЗАТЕЛЬНО** положите перед собой скрипт разговора, если это телефонный звонок, обязательно исправив центральную часть текста под задачу звонка.

## Алгоритм встреч и разговоров в сетевом

### бизнесе.

И) Если идете на холодные контакты или на встречу по бизнесу: потренируйтесь на ком-то из близких или на своих же консультантах проведение встречи по плану.

Или отработайте сначала один элемент : контакт и представиться, потом второй : задавание открытых вопросов – наблюдайте, как вы слушаете ответ.

И потом идите в «поле» - звоните, встречайтесь , подписывайте. Нарбатывайте опыт. Наблюдайте, где ваше слабое место, и потом уделяйте внимание именно ему.

Постепенно весь план впишется в ваш профессиональный арсенал: и вы сможете это делать в любую минуту и секунду, когда это будет необходимо.

Приготовьтесь делать комплименты во время разговоров .  
Делайте их в обычной жизни. Тренируйтесь. И тогда в «поле» вам будет сделать это легко.



# Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.

*Комплимент можно создать даже из возражения :*

**Например:**

- Я пользуюсь продукцией только определенной марки.
- Как здорово, *Имя* ! Приятно иметь дело с человеком , Которому не все равно , чем он пользуется.
- Это так? Вы выбираете только качественные и проверенные продукты? Да?.... ( *ждем ответа* )
- А как вы подбираете для себя продукцию? ( *Ждем* )
- В какой категории это особенно важно для вас? ( *ждем* )
- Тогда наше предложение именно для вас ... И называем именно те продукты, которые попадают под требования человека.

# Алгоритм встреч и разговоров в сетевом

**бизнесе.** Алгоритм любой встречи , разговора в сетевом бизнесе и даже в обычной жизни имеет свою схему . Вспомните , как вы звоните подруге.

- ❖ Приветствие.
- ❖ Как дела? (светская беседа)
- ❖ Если ваша цель –узнать ее дела-вы будете слушать и задавать вопросы.
- ❖ Если ваша цель поделиться чем-то, то вы после вопроса сразу приступите к делу.
- ❖ Высказанная проблема или вопрос в вашем разговоре будут искать РЕШЕНИЕ.
- ❖ Вы совместно найдете,
- ❖ Поблагодарите и
- ❖ Попрощаетесь, что-то пожелав или назначив встречу.

***Помните про эту схему. И идите точно так же по ней и в деловой беседе.***

# Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.

Единственное отличие, что мы имеем дело с незнакомым нам человеком .

И нам придется вначале установить с ним **КОНТАКТ.**

От установления контакта зависит **85%** успеха нашего действия

( звонка, регистрации, презентации, встречи и так далее)

# *АЛГОРИТМ ПРЕЗЕНТАЦИИ*

- ❖ Установить контакт.
- ❖ Светская беседа – прояснение ценностей клиента. ( задать и получить ответ хотя бы на три ключевых вопроса до предложения)
- ❖ Прояснение потребностей.
- ❖ Презентация решения – компании, продукции или бизнеса в ключе ценностей и потребностей.
- ❖ Ответить на вопросы и возражения. ( задаем Альтернативные вопросы)
- ❖ Завершить сделку.

# ЧТО ДЕЛАТЬ?

- ❖ Присоединяться,
- ❖ Соглашаться ( по сути разговора)
- ❖ Подстраиваться по позе , жестам, ритму голоса, громкости голоса, по содержанию разговора.
- ❖ Когда видим, что ведем разговор, уже тогда включаем вопросы, предложения и т.д.
- ❖ Если вы не присоединяетесь, то либо провалите разговор, либо он вам неинтересен , и вы его прерываете.

## **ЧТО ОЧЕНЬ ВАЖНО:**

- ❖ Чтобы создать контакт с другим человеком, вам важно быть в контакте **С САМИМ СОБОЙ** или хотя бы в относительной гармонии.
- ❖ Если же в вашем внутреннем мире куча конфликтов, претензий, обид и боли, навряд ли вам удастся налаживать контакт с другими людьми.
- ❖ Обязательно ищите радость , вдохновение, любовь к себе, балуйте себя и награждайте за достижения, удовлетворяя свои потребности.

# ЧТО ДЕЛАТЬ?

*Какие вопросы себе надо задавать во время контакта:*

- ❖ Что я сейчас делаю?
- ❖ Борюсь я или сотрудничаю?
- ❖ В контакте я с моим собеседником или нет.

# ***ТРИ ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОРА В ЛИЧНОМ ОБЩЕНИИ:***

***ЯЗЫК ЖЕСТОВ:*** поведение, тело, движение, выражение лица, гримасы, мимика, жесты, руки.

***ЧТО ВЫ ГОВОРИТЕ:*** Сообщение, смысл, основная идея, слова , факты. Вопросы, характеристики , преимущества, **ВЫГОДЫ** и **ПОЛЬЗЫ**.

***КАК ВЫ ГОВОРИТЕ:*** Интонации, темп, тембр, громкость, экспрессия, расстановка пауз, увлеченность, улыбка, ваш образ.



# ***КАК ВЫЯСНЯТЬ ЦЕННОСТИ И ПОТРЕБНОСТИ:***

## ***Правило:***

**КЛИЕНТЫ ВСЕГДА С РАДОСТЬЮ ОБЩАЮТСЯ  
ТОЛЬКО  
С ТЕМ ПРОДАВЦОМ, КОТОРЫЙ ИЩЕТ С НИМИ  
СБЛИЖЕНИЯ, ВЫЯВЛЯЕТ МОТИВЫ ИХ  
ПОВЕДЕНИЯ, УЧИТЫВАЕТ ИХ ЖЕЛАНИЯ И  
УДОВЛЕТВОРЯЕТ ИХ ПОТРЕБНОСТИ.**

## ***ТРИ ВАЖНЕЙШИХ ФАКТОРА В ЛИЧНОМ ОБЩЕНИИ:***

Правило: Нет хороших и плохих людей. Есть люди, с которыми вы не совпадаете по ценностям, критериям оценки и суждениям.

У каждого человека есть способы сделать заключение о том, насколько плоха или хороша любая ситуация . При этом что считать плохим или хорошим – его глубоко личное дело.

Ценности человека – это то, что он считает правильным, уместным и важным в той или иной ситуации.



## **Алгоритм встреч и разговоров в сетевом бизнесе.**

**ПЛОХОЙ ПРОДАВЕЦ** рассказывает о тех преимуществах продукции, компании, бизнеса, которые соответствуют его ценностям. Покупатель устает слушать, контакт теряется.

**ХОРОШИЙ ПРОДАВЕЦ** представляет продукцию, компанию или бизнес в рамках ценностей КЛИЕНТА, показывает, какие выгоды и пользы получит собеседник в рамках ЕГО ценностей.

Поэтому не все аргументы хороши для всех абсолютно людей. В некоторых ситуациях они могут быть либо бесполезными, либо опасными.

**КЛИЕНТ РЕАГИРУЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО НА ТО, ЧТО ЕГО ИНТЕРЕСУЕТ**, а не на то, что **ВЫ** считаете

## ***КАК выяснить ценности?***

- ❖ Наблюдать за человеком.
- ❖ Подстраиваться и присоединяться
- ❖ Задавать открытые вопросы ( предполагают ответ ДА-НЕТ : Вы знакомы с компанией Фаберлик? ( ДА\_НЕТ) Вы пользовались нашей продукцией? (ДА-НЕТ) Вы видели наш новый каталог? ДА-НЕТ
- ❖ Задавать альтернативные вопросы, в которых присутствует выбор ответа : Для вас что важнее : качество или цена? Вы любите, чтобы вам предложили готовое решение или предпочитаете сами выбирать продукцию?
- ❖ Задавать уточняющие вопросы : Я правильно вас понимаю, что если вы знаете, что продукт высокого качества, вы готовы заплатить его цену? Для вас важно не зависеть от детей на пенсии, я правильно вас услышала?
- ❖ Задавать открытые вопросы: Что именно вам понравилось в нашей продукции? Какие критерии вы предъявляете к новой работе? Какой результат вы хотели бы получить, работая в сетевом бизнесе?

# ***ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКЦИИ И БИЗНЕСА.***

ЕЕ надо делать опираясь на выясненные ценности и потребности клиента.

***ЦЕННОСТИ*** - это то, что для человека крайне важно и он это никогда не предаст.

1. Любовь. Личная жизнь и отношения .
2. Дело, бизнес , работа
3. Собственное развитие, образование, опыт.
4. Красота. Здоровье. Спорт.
5. Дом . семья, дети, взаимопонимание.
6. Комфорт, материальные ценности.
7. Финансовое благополучие , карьера.
8. Самореализация в мире людей. Предназначение. Мое дело , мои проекты.
9. Образование. Повышение профессионализма. Наука.
10. Духовный рост, познание жизни.

***Если совместить в три главные позиции ,  
получится:***

1. Дело, бизнес.
2. Развитие себя
3. Личная жизнь и отношения.

# ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА КАК ИСТОЧНИК ЕГО АКТИВНОСТИ.

Сами потребности человека являются основой формирования мотива, который в психологии рассматривают в качестве **двигателя личности.**

Потребность – нужда, определяющая его зависимость от определенных условий и средств существования.

Изучите Таблицу потребностей Абрахама Маслоу.





## ***КАК ЭТО СДЕЛАТЬ?***

НЕ ведитесь на провокацию начать сразу презентовать бизнес или товар.

*Сначала идите по плану:*

- контакт,
- выяснение ценностей и потребностей через пару-тройку вопросов
- и только потом презентация характеристик и преимуществ товара или бизнеса в ключе ценностей и потребностей клиента.

***Пример.***

Как продать блеск для губ клиентке , еще не зная, что она его закажет, и попасть в ее ценности и потребности?

## Пример (выяснение ценностей и презентация).

Клиент (Тамара Ивановна):

- ну, расскажите мне о вашей продукции.

*Предлагает стать в позицию плохого продавца и начать презентацию.*

Вы (консультант):

- я рад, что вас заинтересовала наше продукция, и, так как она мне тоже очень нравится, я могу вам рассказывать про нее несколько часов. Боюсь, у вас не будет столько времени, чтобы меня слушать. Можно я вам задам несколько вопросов, ответы на которые помогут мне понять, о чем вам рассказывать в первую очередь?

- да, несколько часов у меня нет. Задавайте вопросы.

- Тамара Ивановна, что для вас важно, когда вы подбираете для себя косметику?

- Чтобы она была из натуральных ингредиентов.

- А почему для вас это важно?

- потому что тогда я не наношу вред своему здоровью ради красоты.

- а еще что для вас важно?

- чтобы упаковка была хорошая, а то открывается в сумочке, блеск, например и пачкает все.

- отлично. Эти критерии характеризуют вас, как человека, продумывающего все до мелочей. *Комплимент.*
- да, в наше время без этого никак.
- скажите мне, пожалуйста, какие критерии еще для вас важны?
- чтобы цена соответствовала качеству.
- хорошо. Это – основные критерии?
- да, пожалуй, главные.
- давайте теперь поговорим о том, какая косметика вам нужна в настоящее время больше всего. Можете вы рассказать, а я посмотрю, есть ли у нас что-то, что вас может заинтересовать.
- ну, вот блеск для губ у меня был и сейчас закончился.
- у нас есть вот такой блеск (*показываете в каталоге или натурально, если есть с собой*), упаковка хорошая (*повторение слова клиента*) с завинчивающейся крышкой, чтобы не открылась случайно и не испачкала ничего. В составе только натуральные ингредиенты, что способствует созданию красоты без вреда здоровью (*повторение слов клиента*). Продукция итальянская и оптимальное сочетание цены с высоким качеством. Вам сколько штук нужно – один или два? Один можно держать дома, другой в сумочке носить (*завершение сделки*).
- я возьму пока один, на пробу. *картошке*
- Отлично, у вас *налицо* рубли или доллары? Вам достаточно мне сейчас дать только половину суммы, я привезу вам его завтра (или др. срок), и тогда отдадите остальную часть.

# ***РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ***

- ❖ Когда появляются Возражения ?
- ❖ Собеседник не рассматривает возможность покупки или сделки , так как не налажен контакт.
- ❖ Сомневается, что продукт удовлетворит его потребность или он идет в разрез с его ценностями.
- ❖ Есть обстоятельства , мешающие покупке или сделке. ( нет с собой денег, едет в дорогу и неудобно взять с собой или только купил подобный и другие.)
- ❖ Предвззсудки.

# ***ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ :***

Соглашайтесь с мнением клиента . Это всего лишь мнение до вашего с ним разговора.

*Например :*

-Порошок в Фаберлик не очень.

-Да, я иногда такое слышу. Вы сами пользовались или вам кто-то это сказал?

Расскажите, как вы поняли , что он не очень ? Первая стирка без белья? И т.д.

То есть первая реакция ВСЕГДА:

Да , есть такое мнение. Почему вы так решили?

И когда человек заговорит , вы поймете и ценности и потребности.

А что для вас хороший порошок? ...

*Никогда не нападайте на клиента :*

Делайте различие между его мнением и им самим.

Работаем с возражением, а не с личностью.

Всегда подводите клиента к тому, чтобы он сам отвечал на свои возражения. Задавайте уточняющие вопросы ( Я правильно вас понимаю, что ...и повторяйте его фразу ).

Обязательно выслушивайте до конца. Возможно возражений несколько. И какое главное???

## ***СХЕМА ОТВЕТА НА ЛЮБОЕ ВОЗРАЖЕНИЕ:***

- ❖ Приветствие , комплимент.
- ❖ Присоединение . Согласие , что такие мнения бывают.
- ❖ Уточнение , правильно ли вы услышали возражение. ( прием называется вербализация ) « То есть , я вас правильно понял(а)...» , Ты считаешь, что .... Я правильно услышал(а)?
- ❖ Изолирование возражения ( разбить на отдельные) или даже записать . На бумаге они выглядят по-другому.
- ❖ Испытать возражение – это единственное, что вас останавливает?
- ❖ Снова уточнение: « А что для вас вот это....?»
- ❖ Ответ (опираясь на ценности клиента и на его потребности )
- ❖ Прояснить, услышали ли вас : «Я ответил(а) на ваш вопрос?»
- ❖ Повторяем предложение ( тест на сделку)

## ***СХЕМА ОТВЕТА НА ЛЮБОЕ ВОЗРАЖЕНИЕ:***

- ❖ Пауза. Ждем ответ . Молчите, даже если вас раздражает что-то добавить. Если клиент заговорил первым , вероятность завершения сделки выше.
- ❖ Согласие вы можете увидеть по взгляду, по движению вперед, по кивку.
- ❖ Завершайте . Продавайте, регистрируйте.

*ВСЕГДА старайтесь завершать сделку. Вы привыкнете и ваша эффективность вырастет в разы.*

Для повышения эффективности всегда старайтесь, чтобы Желания, потребности и цели вашего клиента перевесили его сомнения, возражения и даже обстоятельства. Настраивайте его на то, что с обстоятельствами он должен справиться. Ведь они очень мало значат по сравнению с его целью.

## ***ТИПИЧНЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ:***

1. Нет времени
2. Нет денег
3. Не умею продавать , ходить , говорить.
4. Я не знаю , кому предложить.
5. Я подумаю.
6. Ссылка на чужой опыт.
7. У меня слишком много дел.
8. Слишком дорого или слишком дешево.
9. Пирамида.
10. Мне муж не разрешает.
11. Я покупаю уже у кого –то .
12. Не нравится качество
13. добавьте свое.

*Помните: очень часто «нет» - это сигнал о том , что нужна дополнительная информация.*



## **ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ:**

*Профессионалы – это люди, которые всегда в беседе добиваются конкретного ответа.*

Поэтому стремитесь именно к этому.

Тесты на сделку:

**ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ**, проясняющие отношение клиента к покупке.

« ЧТО ВЫ **ЧУВСТВУЕТЕ** по поводу моего предложения? »

Важно создать ощущение: Это не вы продаете, это **ОН ПОКУПАЕТ**.

Какая линия из нашего ассортимента заинтересовала больше всего?

Какие плюсы вы видите в нашем сотрудничестве.

Когда вам было бы удобно оформить заказ?

Что вам больше всего понравилось в моем предложении?

## *Что делать, когда клиент ушел?*

1. Оставить анкету себе для работы.
2. Проанализировать беседу.
3. Отметить для себя, что получилось хорошо, а что можно УЛУЧШИТЬ.
4. Мысленно переписать сценарий разговора с улучшениями.
5. Отметить в ежедневнике дату следующего контакта или добавить в группу с его согласия.
6. ОТДОХНУТЬ.
7. Позвонить и назначить следующую встречу)))
8. !!!
9. Через пару лет – получить очередной гонорар в банке , выбрать страну для путешествия, недвижимость для покупки, Автомобиль своей мечты)))
10. Подпрыгнуть вверх от радости и отправить всем фото своего успеха)))

# ***ДЕЙСТВУЙ НЕМЕДЛЕННО!!!***

***Скажи себе : у меня получится!!! Я смогу!!! Я стану \_\_\_\_\_ (статус) к такому-то числу такого-то года!!!***

**Запиши и читай это каждый день и ДЕЙСТВУЙ.**

**Постоянное повторение одной и той же идеи превращается сначала в ВЕРУ, а потом в УБЕЖДЕНИЕ.**

**Регулярные действия ведут к ПРАВИЛЬНЫМ РЕЗУЛЬТАТИВНЫМ действиям.**

**Концентрация ведет к УСПЕХУ, ПОВТОРЕНИЕ ведет к МАСТЕРСТВУ.**

***ЧТО ТЫ О СЕБЕ  
ДУМАЕШЬ,  
ТЕМ ТЫ И  
СТАНЕШЬ!***

*Образовательная программа*

**Faberlic PRO**

