

Проект <http://mlm-audio.ru>
Твоя Успешная команда

МЛМ-ПРАКТИКУМ

Все, что мы хотим, но пока не имеем – находится
ЗА пределами нашей зоны комфорта

Часть 5. Холодные контакты

Здравствуйте!

Большинство книг по МЛМ-бизнесу рассказывает, ЧТО надо делать, но не говорит КАК.

"От моего предложения отказались все друзья, но я продолжал и сегодня я Бриллиант". За этой фразой мотивация, но ни капли информации. КАК же тогда ты это сделал? Ведь очевидно, что продолжал он уже не так, как раньше, а КАК - остается загадкой.

Как в старом анекдоте.

Среди бескрайних вод Тихого Океана встречаются две подводные лодки: русская и американская. Капитаны выходят на мостики поприветствовать друг друга. После обмен дежурными приветствиями русский капитан спрашивает американского:

- "СЭР! Как добраться до Америки?"

- "Зюйд - Зюйд - Вест" - говорит американский капитан.

На что наш простой русский капитан отвечает:

- "Ты не зююкай, ты пальцем покажи..."

Я решила исправить эту несправедливость, и собрала практический опыт сетевиков, из первых уст, - в одном месте.

Получился электронный сборник **МЛМ-Практикум**.

В нем - только практический опыт на реальных примерах из бизнеса: как я делал то-то, то-то и то-то (проводил соцопрос, раздавал каталоги, знакомился с соседями, участвовал в выставке, обучал новичков, открывал регион и т.д.).

Читайте, применяйте, знакомьтесь с авторами и перенимайте опыт;)

Сделаем наш бизнес ярче и профессиональнее!

Свободное распространение данной книги допускается и приветствуется при условии сохранения неизменного содержания и активных ссылок.



С уважением,
Марина Мазуренко,

Проект <http://mlm-audio.ru> – Твоя Успешная команда

СОДЕРЖАНИЕ:

<i>Николай Заговора.</i> «Холодные» контакты? Легко!	4
<i>Ольга Свешникова.</i> Продавать - легко и красиво!	8
<i>Трошина Ольга.</i> Ключ к лучшей жизни 3.	10
<i>Наталья Ямщикова.</i> Раздаём каталоги...нет, не так... раздаём красоту, здоровье, молодость, кому что?	13
<i>Екатерина Бокитько.</i> Советы новичку. Мозговой штурм.	15
<i>Наталья Ямщикова</i> Холодные контакты на Старом Арбате	18
<i>Арина Егорова</i> Чем полезны автомобильные пробки	19
<i>Елена Демченко</i> Холодные контакты? Да, легко!	21
<i>Елена Демченко</i> Холодные контакты. Ответы на вопросы...	25
<i>Ирина Бызалова</i> Вы завтра работаете?	28
<i>Ольга Свешникова</i> Я сделал это! И остался жив.	30
<i>Ильмира Нуриева</i> Анкетирование - это интересно!	32
<i>Александр Синамати</i> «Холодный» рынок скорее жив, чем мертв.	34
<i>Марина Мазуренко</i> 5 причин, чтобы влюбиться в анкетирование	36
<i>Наталья Ямщикова</i> Все на каток!	38
<i>Ангела Сорока</i> Метод рекрутирования "Промоакция"	41
<i>Марина Мазуренко</i> Операция "Дворик". Итоги	43
<i>Татьяна Годорож</i> Перенимаем и применяем опыт других	45
<i>Юрий Зарва</i> Отчет выставка Аптека 2008	47
<i>Ирина Воротынская</i> Про стили. Продолжение.	49
<i>Ирина Кожевникова</i> Обучение холодным контактам	51
<i>Ильмира Нуриева</i> Я испробовала новый метод обучения новичков	53
<i>Алена Антоненко</i> ОБЪЯВЛЕНИЯ В ГАЗЕТУ. 10 ПРИНЦИПОВ РАБОТЫ.	55
<i>Алена Антоненко</i> РАБОТА ПО ОБЪЯВЛЕНИЯМ - 2	58
<i>Стас и Татьяна</i> Споры Любимый метод рекрутирования	61
<i>Стас и Татьяна</i> Споры Любимый метод рекрутирования (подробности)	62
<i>Ангела Сорока</i> Рекрутируем: объявления в газете	64
<i>Ильмира Нуриева</i> "Если Бог медлит, это не значит, что он отказывает"	67
<i>Ангела Сорока</i> Лапша на уши или еще один метод рекрутинга.	70
<i>Татьяна Годорож</i> Вечный вопрос - где взять людей	72
<i>Савкина Евгения</i> МЕТОД ХОЛОДНЫХ КОНТАКТОВ- ЗА ИЛИ ПРОТИВ?	74
<i>Владимир Могиленко.</i> Началась практика! Обзвон по резюме. Часть 1.	77
<i>Владимир Могиленко.</i> Обзвон по резюме. Часть 2. Тонкости!	80
<i>Олесь Тимофеев.</i> Работа с выставками	82
<i>Шошана Бродская.</i> Как на автопилоте поработать на отдыхе?	85
<i>Сергей Мелехин.</i> Ярмарка "Мода и стиль" в г.Лыткарино	86
<i>Мария Мелехина.</i> Я не волшебник, я только учусь управлять мечтой...	89
<i>Роман Маркин.</i> Методы млм. Простота-мать эффективности!	91
<i>Владимир Могиленко.</i> Новый рубеж взят! Соц опрос жильцов квартир!	94
<i>Зинаида Турчинская.</i> Ля-ля-фа, но еще не романс.	97
<i>Анастасия Морозова.</i> Как побороть страх перед холодными контактами?	99
<i>Вера Попова.</i> Страшно впервые выходить на "Холодные Контакты"?	101
<i>Маркин Роман.</i> Холодные контакты.Мой опыт!	102
<i>Владимир Могиленко.</i> Веселые истории на холодных контактах!:)	106
<i>Ольга Семуткина.</i> Иду в народ, часть 3	108
<i>Боровкова Татьяна.</i> Флеш-моб Фаберлик!	111

«Холодные» контакты? Легко!

Автор: Николай Заговора

Источник: <http://www.mir-mlm.ru/journal/article-586.htm>



«Холодный контакт» – это момент обращения консультанта или менеджера компании к незнакомому человеку или группе незнакомых людей с предложением товара, услуг или партнерства в бизнесе. В этот момент рядом с консультантом нет никого, кто бы его представил, поэтому нужно сделать это так, чтобы не только сам консультант чувствовал себя уверенно и свободно, но и потенциальный покупатель его услышал и захотел купить предлагаемые услуги или товар.

Метод работы на «холодных» контактах очень распространен, он дает хороший эффект, но, как правило, новички боятся его использовать, их пугает перспектива «приставать на улице к незнакомым людям». Но, во-первых, кто сказал, что

«холодные» контакты – это только работа со случайными прохожими на улице? А во-вторых, такое мнение тем более странно, что вся наша жизнь, по сути, сплошные «холодные» контакты.

Кого человек видит первым, едва появившись на свет? Врача или акушерку, принимающих роды у его матери. Заметьте, это совершенно незнакомые ему люди, но он контактирует с ними – чем не «холодный» контакт! Человек подрастает, идет в садик, в школу, выходит на улицу, во двор – и повсюду ему приходится вступать в контакт с незнакомыми людьми.

Мы заходим в магазин рядом с домом, чтобы купить на ужин сыра и батон, но вместо знакомой продавщицы видим за прилавком нового человека – разве мы разворачиваемся и уходим? Нет, мы без проблем контактируем с незнакомым человеком. Разве мы ищем знакомых, чтобы передать деньги за проезд в городском транспорте? Совершенно спокойно мы обращаемся к соседу: «Передайте, пожалуйста, за проезд».

Ежедневно жители городов вступают в «холодные» контакты с десятками незнакомых людей. Но когда они слышат совет спонсора выйти на «холодные» контакты, чтобы увеличить свой товароборот, найти новых клиентов или партнеров, у многих словно что-то переключается в сознании, и воспользоваться полезным советом более опытного товарища бывает нелегко.

Так что же такое «холодные» контакты и что надо знать об этом методе работы?

1. Случайные «холодные» контакты

Такие контакты не планируют заранее, они возникают при случайном стечении обстоятельств. Но к такому повороту событий надо быть готовым и вовремя вступить в контакт.

Например, спонсор вместе с дистрибьютором едут после семинара компании из Киева в Харьков. Сидя в купе, они живо обсуждают подробности мероприятия, планируют дальнейшую работу в структуре и вдруг замечают, что соседи внимательно прислушиваются к их разговору. «Вам интересно?» – «Да». Теперь в разговоре участвуют все пассажиры. Если времени достаточно (более трех часов), к концу поездки в купе будет не двое сотрудников компании, а четверо.

Или такая история. Консультант компании едет за границу, ей нужен загранпаспорт. В паспортном отделе очередь. Делать нечего, девушка садится, вытаскивает каталог с продукцией и начинает его листать. Кто-то из сидящих рядом заглядывает ей через плечо. «Вам интересно?» – «Да». – «У меня есть еще один, возьмите, чтобы Вам было удобнее смотреть». Девушка достает каталог, завязывает разговор о преимуществах продукции, дает визитку. Кстати, весьма вероятный вариант – ей делают заказ прямо в очереди.

Но случайные контакты непредсказуемы, серьезный бизнес на них не построишь. Гораздо полезнее спланированные контакты, например, анкетирование.

2. Анкетирование

В самом начале моей сетевой карьеры я в течение двух недель позвонил всем знакомым из своего списка, и они рассказали мне все, что думают о сетевом бизнесе и моих предложениях. Тогда спонсор предложил мне выйти на «холодные» контакты. Я собрал все печатные материалы о компании, положил в сумку продукцию и вышел на улицу. Прежде чем решиться подойти к кому-либо, я минут двадцать собирался с духом; собравшись, с мрачной решимостью шагнул к избранным мною людям, а они испуганно шарахались.

И только позже я понял: к людям надо обращаться уверенно, с улыбкой, но главное – что вы им предложите. Дело у меня пошло на лад, когда, побывав на тренинге, я узнал об анкетировании и начал применять его в своей работе. Теперь я выходил на улицу с готовым текстом анкеты, с улыбкой обращался к прохожим и говорил примерно следующее: «Здравствуйте, меня зовут Николай, компания такая-то проводит социологический опрос населения. Вы можете ответить на несколько вопросов?» И если человек соглашался, я зачитывал ему вопросы анкеты и записывал ответы. Собственно говоря, это классический способ проведения анкетирования. Его большое достоинство – ничего не надо придумывать на ходу: вы зачитываете готовые вопросы и записываете контактный телефон анкетированного. Анкета экономит ваше время, а кроме того, даже неуверенному в себе человеку легко с ней работать. (Образец анкеты см. в конце статьи.)

3. Телефонный маркетинг

Еще проще работать на «холодных» контактах по телефону. Этот метод работы можно использовать, когда наступают морозные дни, и стоять на улице уже холодно. Каким образом работать? Например, ваш номер заканчивается на цифры 345, вы набираете 346, 347, 348 и предлагаете ответить на вопросы анкеты по телефону. В

чем преимущества такой работы? Во-первых, сидеть у телефона комфортнее, чем стоять на улице, во-вторых, многим новичкам легче общаться с потенциальным клиентом, когда они его не видят, в-третьих – сделать несколько звонков по телефону можно в удобное для вас время, для этого не обязательно освобождать полдня.

Пришла как-то в сетевую компанию женщина и говорит спонсору: «Мне все у вас нравится, все подходит, только времени у меня нет. С утра встаю, готовлю завтрак мужу и отправляю его на работу, потом детей отправляю в школу. Потом сама бегу на работу. Прихожу с работы – опять кормлю мужа и детей, проверяю уроки. Все это у меня заканчивается в 10–11 вечера. Вот и не знаю, как тут быть». Спонсор просмотрел распорядок ее дня и обнаружил, что у женщины на работе есть свободное время, но выходить из кабинета она не может. Тогда он предложил ей заняться телефонным маркетингом – делать до 50 звонков в день. Через три недели женщина позвонила и попросила увеличить ее задание до 100 звонков, так как на пятидесятом она только начинает входить во вкус. Спонсор ей разрешил. За полтора года эта женщина построила структуру и уволилась с бывшей основной работы.

4. Листовки

Существует еще один метод работы на «холодных контактах» – листовки или «раздашкы». Обычно в них содержится рекламный текст о продукции или услуге, а в конце указаны имя сотрудника компании и контактный телефон. Правда, результативность анкетирования все-таки выше, чем у листовок, потому что там вы лично общаетесь с людьми и успеваете их заинтересовать. И все-таки листовки – один из самых замечательных методов «холодных» контактов. Одно из его преимуществ в том, что прохожий, которому вы даете листовку, не только сам читает и запоминает ее, но и потом пересказывает знакомым ее содержание.

Однажды группа лидеров сетевой компании приехала в другой город открывать новый регион. Представительство компании работало здесь четыре года, но они решили создать свою структуру. Сняли квартиру под офис, и уже через 3–4 недели все центральные улицы и дома были буквально засыпаны листовками. Один из местных жителей говорит на работе: вот, мол, засыпали листовками весь подъезд, а другой ему в ответ, мол, и у нас то же самое, даже в дверные ручки вложили! Третий, вступив в беседу, рассказал, что его соседка позвонила по телефону, который был указан на листовке, и пожаловалась на неудобства. Там извинились, все ей объяснили и предложили прийти в офис, чтобы получить скромный подарок за неудобства. Она решила пойти и посмотреть, что же там такое? Пришла, подарок ей понравился, попробовала другую продукцию – тоже понравилось. И тут кто-то из собеседников вспомнил, что его соседка не только пробовала продукцию, но давно уже работает в этой компании, и ей нравится.

В итоге листовки вместе с другими методами сработали так, что те, кто приехал из другого города, за 4 месяца обошли по количеству клиентов и объему продаж тех, кто работал здесь 4 года!

Как вы уже поняли, при распространении листовок брать надо количеством. Достичь успеха при раздаче рекламного материала можно только в том случае, если раздать их не менее 200 штук за один раз. Кроме того, постарайтесь правильно выбрать

место для раздачи: на выходе из метро, в местах пересадок с транспорта на транспорт, там, где идет большой поток людей. Можно поступить и так, как сделали это герои нашей истории – разложить рекламные материалы в почтовые ящики жилых домов.

Надеюсь, вы убедились, что метод «холодных» контактов – это надежный и удобный способ быстро построить свою структуру, привлечь в компанию новых клиентов и партнеров по бизнесу. Дело только за вами. Выбирайте наиболее удобный для вас прием работы – и пусть вам сопутствует удача! И очень скоро вы скажете новичкам сетевого бизнеса: «Холодные» контакты? Это ведь так легко!»

Анкета.

Опрос общественного мнения по уровню финансовой обеспеченности

Добрый день, я консультант компании _____. Наша компания проводит социологический опрос на тему: «Финансовая обеспеченность жителей нашего региона».

Есть ли у Вас пара минут свободного времени, чтобы ответить на наши вопросы?

ДА НЕТ

Согласны ли Вы с тем, что средний заработок в нашей стране ниже, чем прожиточный минимум?

ДА НЕТ

Есть ли у Вас знакомые, чей месячный доход ниже прожиточного минимума?

ДА НЕТ

Как Вы думаете, среди них есть те, кто хотел бы увеличить свои доходы?

ДА НЕТ

Желаете ли Вы бы увеличить свой доход?

ДА НЕТ

Желаете ли Вы посетить бесплатный семинар на тему «Как Вы и Ваши знакомые могут увеличить свой доход»?

ДА НЕТ

Сообщите, пожалуйста, контактный телефон _____, чтобы мы сообщили Вам о месте и времени проведения семинара.

Продавать - легко и красиво!

Автор: Ольга Свешникова

Источник: http://gold-internet.blogspot.com/2008/11/blog-post_14.html

Я – не очень матерый сетевик. Но именно потому, что я много чего делаю в первый раз, всё это ужасно меня заводит, даёт кучу новых ощущений, мыслей, и желания всем рассказать!!

Я уже писала, что на многих начинающих миллионеров при слове ПРОДАВАТЬ нападает столбняк и жгучее желание самому скушать (или измылить или...) всю продукцию, которую положено закупить лично для поддержания квалификации, только бы не заниматься продажами.

Но я почему-то люблю продавать. И когда выхожу “в поле”, в голове рождаются новые идеи и технологии – как ЭТО можно сделать с удовольствием и артистично.

Начнём?!!

Метод - Телефонный Джинн

Один из моих любимых инструментов – это телефон.

Сценарий таков – берём телефонный справочник – Жёлтые страницы, Справочник города N, электронную базу данных КОМПАС и так далее. Количество потенциальных клиентов – приближается к бесконечности – пусть попробует кто-то сказать, что знакомые кончились.

Вначале составляем табличку, куда аккуратно будем заносить результаты обзвона.

Нужно быть готовым к тому, что с первого звонка отклик бывает очень редко. Обычно – ответные чувства возникают на третьем звонке.

Ещё статистика - из 10 звонков - 5 - отнесутся лояльно, и 2 согласятся на презентацию товара в офисе.

Наготове надо иметь пару-тройку рекламных материалов на одной странице каждый. Для рассылки по электронной почте. Желательно с фото – это радует глаз.

Текст материала – имеет значение. Важно, чтобы было актуально, коротко, чётким шрифтом.

Звоним – в офисы, на предприятия. Все переговоры ведутся, чаще всего, с секретарями.

Первый звонок.- Знакомство, с обязательной попыткой узнать имя собеседницы.
- Презентация своей фирмы.
- Предложение собеседнице СОТРУДНИЧЕСТВА – если она поучаствует в донесении информации до сотрудников – она получит подарок или скидку.
Получение от секретаря адреса её электронной почты.

Желательно, чтобы ваши проспекты секретарь переслала по электронной почте своим сослуживцам, предупредила их по ICQ.

- Отсылка информации.

- Прощание с договорённостью созвониться через пару дней.

Вариант второй - составляете рекламный листок с завлекательным ярким текстом типа "Презентация серии продуктов с маточным молочком ["Желанная женщина"](#)", предлагаете повесить его в поле зрения сотрудников.

Далее – звонки с обсуждением возможности приехать с продукцией.

Метод – Мимоходом

Потребуется - Цветной принтер, художественное оформление рекламных листов формата А4, желательно - завлекательная фотография по теме, рекламный текст - сочный, актуальный, краткий, ясным шрифтом, с указанием телефона.

Два варианта - по телефону звонят и заказывают то, что вы рекламируете в листке; второй вариант - вы в листке предупреждаете, что состоится презентация данной продукции - просьба позвонить и записаться. Презентация проходит в данном же учреждении, о времени надо будет договариваться с ответственным лицом.

Путешествуя по городу по своим личным делам - вы заходите - в косметологические салоны, школы, офисы, фитнес-центры, и.т.п - и предлагаете поместить у них это листок. Возможно, кто-то воспротивится. Но - если заинтересовать собеседника бонусами и скидками - ответственное лицо может снизить.

Удачи!!

Ключ к лучшей жизни 3.

Автор: Трошина Ольга

Источник: <http://olgatroshina.blogspot.com/2008/11/3.html>



Я подхватила эстафету
[Ольги](#) Свешниковой-"Продавать легко и красиво!"

У меня получается цикл статей на эту тему!

Как я это делала первый раз читайте в посте "Ключ к лучшей жизни 2".

Как я делаю это теперь?
Читайте! Узнавайте!

Итак, тема "Как собрать заказы!"
"Легко!"- сейчас отвечу я вам!

Когда-то, когда я только начинала- было нетрудно-
просто СТРАШНО!!!

Почему? А как Вы думаете!?

Жил себе человек! Закончил школу, закончил институт, работать пошёл, а то, чему его учили столько лет нужного дохода не приносит! Удовлетворения от труда нет! Что делать!?

Пришёл человек в сетевой бизнес и видит - да, деньги здесь есть, но чтобы их взять нужно уже другие действия делать: не те, которым 15 лет учился! Вот поэтому и страшно!

Но страх победить можно! И нужно! Ведь нам страшно от незнания!

Я не верю сетевикам, которые говорят: я не люблю продавать! А Ваши консультанты любят?

Нет! Почему? Ответ см.выше!
Просто нужно научиться это делать! А потом...

Вообще, слово "сетевик"-я не люблю! Оно у меня всегда ассоциируется с такой "Тётенькой"- не буду грубо говорить! У которой большая сумка и в ней много товара разного - и она ходит и продаёт! Такой подход мне не нравится в корне!

Поэтому я называю себя "**консультантом по хорошей продукции**"или "**по красоте**".

В сумке у меня лежат каталоги, тестеры, визитные карточки! Это всё что нужно для начала!

А ещё хорошее настроение, улыбка и здоровый вид! (Если что-то не так со здоровьем- лучше остаться в этот день дома!)

Итак, одна я раздавала каталоги довольно долгое время!!!

Представляете, сколько всего пришлось в себе перебороть!

Теперь я всегда выхожу с кем-то из консультантов - кто хочет научиться собирать заказы у незнакомых людей, кто говорит, что у него нет знакомых , и.д.



Я обучаю только в том случае, если у консультанта имеется минимум 10 каталогов! (Это первое условие, при котором я пойду обучать человека собирать заказы!).

Это повторяется в моей группе и мои Бизнес Партнёры делают то же самое!

Итак, 10 каталогов новичка, я всегда беру свои каталоги! и в путь!



Куда? Туда, где люди пашут от зари до зари и будут рады любым новостям извне!

Где у вас в городе такое место - думаю найти легко! Везде!

Я показываю на своих каталогах, как это делается: легко и просто!

"Добрый день!

-Сегодня я принесла Вам новый каталог Орифлэйм!

-Вы его внимательно изучите: можете дома, хотите- с подругой!

-Вас как зовут?

-Вы завтра работаете?

-Отлично!

-Я зайду в это же время!

-Будут вопросы – звоните - мои данные на каталоге!

-Всего доброго!"

Разве это трудно!? Как правило, в первый раз мы раздаём все каталоги минут за 30-40!

Эти тренинги я называю "Выход в свет!" Никакой теории - только практика! У нас бизнес действий! Этот выход убивает сразу несколько зайцев:

1.Мой авторитет, как спонсора растёт!

2.По ходу идёт тренинг, т.е. новичок получает иммунитет на отказы!

Рядом со мной ему не страшно!

3.Идёт тренинг психологический: я новичка хвалю, он сам растёт в своих глазах!

4.Он тут же видит, чего не знает по продукции и вопрос обучения снимается - без этих знаний не обойтись!

5.Ну и я тренируюсь - мне этот навык как Лидеру терять нельзя!

На следующий день - обязательно собираем каталоги! Опять вместе- тут есть нюансы, например спросят о том, чего новичок не знает!

Итак, каждый день- всю неделю! Результат - заказы и баллы, и деньги, так мотивирующие на этом этапе!

А в субботу - на нашем клубе Будущих Директоров- мы всех выслушиваем: что получилось, что не получилось, анализируем, составляем план на следующую неделю!

Те люди, которых мы обучили этому методу, легко могут теперь обучать других - что они и делают!

Я люблю этот бизнес! За эту возможность! За возможность побороть в себе комплексы!

За возможность расти и развиваться! И эту любовь я дарю всем вам, эту любовь я передаю всем своим консультантам! Неважно в какой вы компании работаете (я имею ввиду официально зарегистрированные компании на нашем российском рынке)! Даже неважно есть у вас спонсор или нет!

Важно одно - ВАШЕ ЖЕЛАНИЕ!!!

Что-то изменить, улучшить, кому-то помочь!

Что двигало мной 6 лет назад? ЖЕЛАНИЕ!!!

Что двигает мной теперь? Опять ЖЕЛАНИЕ!

У вас оно есть? ВАШЕ ЖЕЛАНИЕ? Какое оно?

Как писал Наполеон Хилл:

"Есть одно качество, которым требуется обладать, чтобы побеждать, и это определённая цель, знание, чего человек хочет, и ЖГУЧЕЕ ЖЕЛАНИЕ достичь этого!"

[Раздаём каталоги...нет, не так... раздаём красоту, здоровье, молодость, кому что?](#)

Автор: Наталья Ямщикова

Источник: http://mlmrekruiit.blogspot.com/2008/01/blog-post_19.html



Добрый день, друзья! С Праздником нас всех!

Захотелось вдруг поделиться своим небольшим по сроку, но достаточно результативным опытом розничных продаж. Начинала я летом с раздачи 20 каталогов по тем местам, где сконцентрировано много торговых точек. Поначалу путалась, в какое место отнесла каталог и кому, по всем записанным приметам на этом месте должна быть женщина... :)

Пока лично не испробовала на себе большинство продукции, отдавала каталог неуверенно, бурча под нос что-то, чуть ли не со словом "извините"... И количество заказов, соответственно, было не очень... И вообще, с каким лицом каталог в руки отдаёшь, с таким же лицом тебе его и возвращают!

Сейчас я раздаю примерно 40 каталогов. В последний раз на днях, общаясь с таким количеством потенциальных клиентов, получилось три сценария представления каталога.

Итак, павильон "Цветы" или "Торты" или "Клинские колбасы" и т. п., почти или совсем без посетителей. Утро. Женщина-продавец скучает за прилавком. Я вхожу, в руках каталог, на обложке красуется новая тушь для ресниц, правда ещё не поступившая в продажу, не беда, это я к тому, что временное отсутствие каких то позиций на складе - не повод кричать : "Всё пропало..." :)

Начало не очень то удачное, на ходу ищу, как исправить сценарий встречи.

1. - Здравствуйте!

- Здравствуйте!

- Возьмите, посмотрите, пожалуйста, наш новый каталог, а я зайду к Вам завтра в это же время.

- А что это?(разглядывает тушь)

- Это компания"Эдельстар"...

- Не знаем такую... не надо, спасибо (протягивает обратно)

Можно продолжать рассказывать, но уже как-то не очень гладко сценарий развивается, я в этом случае предпочитаю дружелюбно попрощаться (конечно же зайду ещё, в следующем месяце).

2. - Здравствуйте! Возьмите, пожалуйста, наш новый каталог, ознакомьтесь, а я к Вам завтра зайду.

- Здравствуйте... А что тут? (смотрит на тушь)

- Здесь широкий ассортимент разнообразной продукции....

- Косметика? Не, косметики под Новый Год накупили (надарили), куда её столько. Нам тут носили уже...

(опять не очень)

3. Здравствуйте! Возьмите наш новый каталог, посмотрите, я зайду к Вам завтра вечером.

- А что это? (смотрит на тушь)

- ...Стиральный порошок! Пятновыводитель! Чудо-насадка на унитаз! :) (варьирую) Да много всего полезного здесь найдёте.

- Эээ...(смотрит на тушь с удивлением, потом на меня, в глазах появляется интерес, неуверенно открывает где-то на середине, медленно листает, похоже ищет всё-таки вышеназванные предметы)

- Да Вы смотрите, не спешите, а что Вас заинтересует - завтра обо всём расскажу, я - 100% потребитель. До свидания!

- До свидания! (взгляд совсем просветлел, улыбка, продолжает листать) Спасибо!!! (я уже почти вышла).

Остаток каталогов раздаю весело. Знакомлюсь по имени уже при повторном визите.

На следующий день собрала заказы, получила их в офисе на 117 баллов и вернулась к клиентам, вместе с заказами оставила каждому этот каталог, потому что довольные клиенты обязательно порекомендуют продукцию своим родственникам и знакомым. Одна моя клиентка, продавец тортиков, недавно выслала каталог своей родной сестре по почте в Таджикистан, оказывается, все члены семьи этих женщин давно пользовались продукцией компании "В. Довгань", а потом как то потеряли её из виду. И вот теперь им прислали наш каталог, они увидели знакомый ассортимент и вскоре продиктовали мне такой огромный и явно не разовый заказище!

Естественно, я предложила сёстрам подписаться в компанию и иметь пожизненную скидку, а также рассказала, откуда берётся собственно заработок. Обо всём об этом они уже знали и не раз разговаривали, но не было толчка, а тут я с каталогом...

Этот пост к вопросам о том, *как и где делать розничные продажи и как заинтересовать человека стать консультантом*. С первым вопросом всё понятно, а на второй я долго не могла дать самой себе ответ. Пока на данный момент ответила так: никак.

Заинтересованные стать консультантами уже оформились, они есть, их надо только случайно встретить в нужном месте и в нужное время и познакомиться. :) Но этот ответ вытекает из моей, пока ещё небольшой, практики везения. Скорее всего, с опытом, появятся и другие ответы. А как бы Вы ответили на эти вопросы?

Советы новичку. Мозговой штурм.

Автор: Екатерина Бокитько

Источник: <http://www.pro-mlm.ru/blog/sovety-novichku-mozgovojshturm/>

Вчера в нашей дискуссионной группе “Миллион Друзей” завязалась интересная переписка. Результаты нашего мозгового штурма, уверена, будут полезны многим сетевикам.

Добрый день! У меня есть одна большущая проблема. Я панически боюсь идти раздавать каталоги незнакомым. А нужно. Я знаю что нужно, но все равно боюсь. Знаю что волка ноги кормят, но меня это не убеждает. Думаю вот пойду завтра 10 каталогов раздаю, а как завтра начинается, я на послезавтра оставляю. Уже всем своим близким каталоги показала, подарила даже, чтобы они знакомым показывали. Первый шаг прошла, а теперь надо идти к незнакомым на “холодный рынок” искать клиентов, а страшно. Я один раз пробовала, многие вообще не хотят брать, и никому ничего не нужно от меня. У меня после пятого отказа руки так и опустились. Читаю на сайте советы, рассказы о том, кто как это делает, а сама не могу. Толчок что ли нужен какой - не пойму. Помогите!!!!!!!!!!!!
Юлиана Олейникова, Рязань

Юлиана привет!

Хочу сказать, что тебе нужно “взять за грудки” спонсора и вытащить его на улицу!:-) Пусть поддерживает морально!:-)

Если он не живет в твоём регионе, тогда придется справляться самой. Если тебе не подходит тотальная раздача каталогов по 30-40 штук в день (согласен, многим это тяжело), тогда раздавай поменьше, но используй метод Владимира Довганя! Делай примерно так: Возьми и подпиши 10 каталогов, положи их в сумку, и представь себе, что идет Великая Отечественная Война, и всех твоих ближайших родственников (буквально всех!!!) фашисты схватили, и их главарь кричит тебе:

“Если ты, Юлиана сегодня за день не раздашь людям 10 каталогов, мы уничтожим всех твоих ближайших родственников, и ты их никогда больше не увидишь!!!”

”Юлиана, попробуй в красках представить эти события и иди раздавать! Как только тобой начнут опять овладевать сомнения и лень, посмотри в сумку на каталоги, вспомни, что тебе кричал главарь фашистов!

И ТЫ ПОЙДЕШЬ РАЗДАВАТЬ КАТАЛОГИ!!! Еще есть один способ, который мне тоже нравится. Раздавай каталоги там, где оставляешь свои деньги! В тех местах, где тебе нужно платить, вытаскивай каталог, клади на него деньги и передавай это человеку (деньги прямо на каталоге). Все равно, ведь тебе нужно отдавать человеку деньги, так используй это! Передай вместе с ними и каталог! Правда, этот метод не работает с платежными терминалами и автоматами:-):-)

Юлиана, буду очень рад, если мои советы тебе помогут!

Дмитрий Овсянников, Санкт-Петербург

Здравствуйте, Юлиана!

У самого до недавнего времени была такая же проблема. Особенно, насчет “завтра”. Что мне помогло? Найдите себе напарника (партнера по бизнесу). Вы слушали школу продавцов от К.Бармашова? Я перенял его опыт, и мне это помогло. Берете с собой новичка и говорите: “Я буду тебя учить раздавать каталоги”. Или просто “Завтра идем вместе раздавать каталоги”. Вам просто деваться будет некуда:)) Вдвоем намного легче! Со временем привыкнете и будете получать от работы на “холодном” рынке удовольствие. Победить страх можно только ДЕЙСТВИЕМ! Делайте как можно чаще то, чего больше всего боитесь и страх обязательно пройдет! Удачи!

*С уважением, Алексей Исеев
Кривой Рог*

Здравствуйте Юлиана! Я хочу с Вами поделиться, со мной происходит тоже самое. Я также каждый день планирую раздачу каталогов по “холодному кругу” и если планы мои не осуществляются, ищу причину в себе. Я также знаю, что в моем подсознании сидит страх отказов, но я все равно иду, зная, что мои люди всегда придут ко мне, и будут со мной, и у меня обязательно со временем выстроится хорошая структура. Просто надо преодолевать свой страх, идти и делать и всегда помнить, что есть люди, которые ждут нас с таким товаром, как у нас в Эдельстар, качественной и не дорогой продукцией. Очень приятно получать отзывы от клиентов, которые с удовольствием пользуются нашей продукцией. У меня сразу появляется стимул работать дальше.

*Вам желаю больших успехов, уверенности, преодолевать свои комплексы и идти только вперед и действовать. У Вас все обязательно получится.
Больших успехов!!!*

С Уважением Нина Крылова, Санкт-Петербург

Юлиана, здравствуйте!

Не унывать ни в коем случае! В редких случаях кому удаётся исполнить виртуозно то, чего никогда в жизни не делал, и раздача каталогов не исключение. Хотите расскажу, как у меня прошёл первый контакт с потенциальным клиентом? Я ехала в маршрутке на работу и листала первый в своей жизни каталог, знакомилась с ассортиментом и представляла, как я буду рассказывать людям о том, что в нём содержится. И тут неожиданно ко мне откуда то сбоку наклонилась женщина и спросила: “Девушка, а Вы распространяете косметику?” и с интересом уткнулась в каталог. Не поверите, но моя реакция также неожиданно была такой: “Я???? Нееееет!!!!” Женщина потеряла интерес, а я

сидела в шоке от самой себя - ну как такое могло вырваться! Сейчас работаю с 40 каталогами.

Попробуйте разделить в мыслях такое “страшное” дело, как передача каталога в руки клиента на много маленьких действий.

- 1)Подойти к двери магазина. Легко? Очень.*
- 2)Достать подписанный каталог из сумки. Тоже легко и не страшно.*
- 3) Открыть дверь и зайти. Мы делаем это везде, каждый день и по несколько раз.*
- 4) Улыбнитесь, самое трудное длится 4 секунды: “Здравствуйте, возьмите, посмотрите наш новый каталог, я на днях к Вам зайду!” Всё! Что бы ни произошло дальше ,Вы уже ВСЁ сделали! А ничего страшного и не происходит, либо “да” либо “нет”.*

Если “да”, то победа, а если “нет”, ну какая же это трагедия? Будем уважать время и желание другого человека, мы тоже в своей жизни не всё принимаем. А ещё знаете, как классно срабатывает начало не “возьмите...”, а “я Вам оставлю...” Попробуйте , действует безотказно. Фраза ” я Вам оставлю ...” воспринимается клиентом, подсознательно видимо, почти как просьба “постерегите мои вещи...” 😊 Реакция клиентов в большинстве случаев запрограммированная, на “автопилоте”: “Конечно, оставьте...” А вот ещё: помните такую жизненную ситуацию, когда Вам жаль с чем либо расставаться, а потом широким жестом, от души, с широкой амплитудой движения руки отдаёте это, можно сказать, от сердца отрываете, со словами: ” Ааа, чего только для лучшего друга не жалко, забирай, твоё!”

Так вот, если произносить, конечно же, нормальные слова “возьмите”, “посмотрите”, но при этом вручать каталог с такой широкой от души амплитудой, будто он у Вас единственный, то процент отказов психологически не может быть большим. Я своим новичкам говорю: “Ни в коем случае наш классный каталог не должен выползать из под прилавка, будто в нём что-то неприличное уготовано! Не можешь забыть о страхе, так и не забывай о чести компании!” Желаю смелости, бодрости, действовать и находить свои фишки!

Наталья Ямщикова, Химки

Холодные контакты на Старом Арбате

Автор: Наталья Ямщикова, дата: 16.02.08

Источник: <http://bloggerov.net/xolodnye-kontakty-na-starom-arbate/>

Недавно я решила испробовать контакты с людьми, раздающими листовки в многолюдных местах - листовки-рекламки ювелирных магазинов, ресторанов, салонов красоты и т.п. Захватила из дома 14 каталогов, в каждый вложила прайс-лист и прикрепила красно-жёлтый купон с 40% скидкой. Прогуливалась по Арбату до Смоленской, подходила к симпатичным мне женщинам и студентам обоих полов, протягивала каталог, предлагала ознакомиться с материалами нашей компании, тут же спрашивала телефон, чтобы я могла позвонить и рассказать о моём предложении позже, в спокойной обстановке, не отвлекая человека в его рабочее время. Каталоги закончились прежде, чем я дошла до метро, оказывается, людей, раздающих листовки на улице гораздо больше, чем я думала, просто в обычное время я их не замечала. Отказов не было ни одного, в итоге, принесла домой 14 телефонов. Все жители Москвы и ближайшего Подмосковья.

Сегодня позвонила всем этим людям, начинала разговор с вопроса о каталоге, ассортименте и т.п. (что дала домой посмотреть, про то и спрашивала), ... а дальше люди говорили сами. Ключевые фразы, выписанные ниже, определяли исход разговора - либо вежливо прощались, либо назначали встречу. И вот какая получилась статистика, прямо по порядку:

- 1) Анна - абонент не доступен.
- 2) Аня - "я не буду этим заниматься, 100%"
- 3) Лилия - "а я хотела Вам сегодня позвонить, давайте созвонимся после четырёх, меня в это время отпустят с работы!" Созвонились, кратенько поговорили и назначили встречу, Лилию заинтересовало содержимое каталога и разница цен в прайс-листе.
- 4) Мила - абонент недоступен.
- 5) Дмитрий - "я знаю, что это всё, конечно, интересно, но немножко не моё".
- 6) Фаина - "я заинтересовалась вашей продукцией, как её можно приобрести?". Назначили встречу!
- 7) Лариса - "я каталог подругам отдала, мне косметика неинтересна".
- ☺ Дмитрий - за него ответила женщина: "Дима стоит на посту, освободится и Вам перезвонит" 😊
- 9) Александр - "ну, я полистал, если что, я Вам позвоню как-нибудь".
- 10) Александр - "мне то ни к чему, а жене интересно стало, она его (каталог) всё смотрела". (взяла телефон жены)
- 11) Элла - звонок сбросила.
- 12) Ольга - автоответчик.
- 13) Марина - "я решила, что нет..."
- 14) Роман - "мне сетевой маркетинг всегда был интересен, только я в этом не особо понимаю, давайте встретимся, Вы объясните мне, по-честному только, как это всё-таки работает, а то не первый раз предлагают, а толком ничего не объясняют." Назначили встречу!

На прогулку по Арбату было затрачено около 40 мин. На обзвон - около получаса. Продолжение следует. 😊

Чем полезны автомобильные пробки

Автор: Арина Егорова, дата: 23.01.09

Источник: http://apiarina.blogspot.com/2009/01/blog-post_23.html



Ну, казалось бы, ну, чем они могут быть полезны, эти вечные надоевшие противные автомобильные пробки?

Что делают люди в автобусе, который попал в пробку?

1. Поминутно смотрят на часы. От этого автобус будет ехать быстрее? Или время будет идти медленнее? Нет, от этого владелец часов будет больше беспокоиться и раздражаться.

2. Болтают по мобильному телефону. Тоже выход. Причем иногда интересно бывает не только болтать, но и слушать чужую болтовню.

3. Толкаются. Казалось бы, автобус стоит, часто совершенно неподвижно. Но человеку надо же чем-то занять себя? Вот он нашёл такой способ - толкаться. Зимой это, видимо, особенно удобно - возможностей для толкания больше.

4. Общаются с соседями по несчастью, то есть, с другими пассажирами. Вот! Вот чем полезны автомобильные пробки! Конечно, если не портить нервы себе и соседям ворчаньем, стонами, бранью и т.д. и т.п.

Общайтесь!!!

Соседка не дай Бог чихнула? "Будьте здоровы!" - и потихоньку завязывается разговор о здоровье, кто чем лечит насморк, простуду, суставы, зубную боль (боль в боку, пояснице и проч.), а что может быть естественнее и лучше для здоровья, как качественный мёд, восковые компрессы, грязевые аппликации, ванночки для ног с настоями трав?

Сосед начал говорить о погоде? Чудесно! Поговорим о погоде, суровом уральском климате, к которому привычны не только люди, но и пчёлы, а настоящие среднерусские пчёлы за короткое "малоснежное" уральское лето запасают питательные вещества на 9,5 - 10 месяцев и живут себе всю зиму в тепле, достатке и уюте. Как? Вы не знаете, уважаемый сосед, что это за пчёлы? Да это же несколько лет назад открытая популяция прикамской среднерусской пчелы, которую активно развивает компания "Тенториум".

Коснулся разговор детей? Ну, это же просто клад, а не тема для разговора! Каждая мама любит своего ребёнка и хочет, чтобы он рос умным и здоровым. Всегда можно услышать в таком разговоре что-то новое и полезное, а заодно рассказать и о том, как продукты пчеловодства замечательно стимулируют интеллект ребёнка, его развитие и рост.

И в конце беседы - телефончик и приглашение на одну из информационных встреч, которые проходят каждые вторник, четверг, пятницу в 18:15 и в субботу в 13:15 в г.Перми, ул. Стахановская, 11.

Очень хорошо, если есть визитка.

Сегодня я попала в такую замечательную автомобильную пробку! А визиток нет :-(
Так что - общайтесь и носите с собой визитки!

Холодные контакты? Да, легко!

Автор: Елена Демченко

Источник: <http://doctorargo.wordpress.com/2008/12/07/holodnie-kontakti/>

Наряду с современными технологиями приглашения в MLM-бизнес по интернету, существуют и более древние)), такие как ХОЛОДНЫЕ КОНТАКТЫ...

Часто приходится слышать: “Приставать на улице к незнакомым? Нет, это не для меня!”

А что, если взглянуть на это занятие под другим углом?

С детских лет я четко усвоила две истины: 1) в любом деле можно найти свой собственный интерес, чтобы появилось желание этим заниматься. 2) Иногда сначала нужно заставить себя это сделать, приложить усилия, тогда в процессе откроются преимущества и достоинства, незаметные на первый взгляд.

Несколько лет я работала исключительно со своими знакомыми, и так называемым теплым рынком. Володя Рудюк повторял нам: скорость построения бизнеса по холодным контактам неизмеримо выше работы со знакомыми.



Общение со спонсором - Владимиром Рудюком

И однажды я решилась. Первые уроки, как и положено, были получены от спонсора. Мы стояли на улице и Виталий комментировал: так, этот человек спешит, у этой женщины две тяжелые сумки, эта глаза отводит, а вот это лицо мне нравится, – и останавливал: «У вас есть полминутки?»

Чтобы отступить было некуда, мы пошли вдвоем: сама я наверное так и не решилась бы подойти к человеку с вопросом, но я была не одна...

Я сделала глубокий вдох, шаг навстречу и произнесла:

- Извините, вы могли бы ответить на несколько вопросов? Как вы оцениваете наше здравоохранение?

Равнодушных к здравоохранению практически не оказалось...

- Есть ли у вас или у вашей семьи нерешенные проблемы со здоровьем?

- Да,- вздыхали отвечающие, -Еще сколько! Следующий вопрос: - -Связываете ли вы нарушения в состоянии здоровья с неблагоприятной экологией нашего края? - настраивал собеседников на серьезное отношение к опросу... И никакого негатива...Полтора часа, 25 опрошенных, 15 телефонов...неплохо!

В один из дней, разговорившись в центре города с удивительной женщиной, кардиохирургом, ученицей Амосова, я вдруг отчетливо поняла, что если бы не холодные контакты, мы бы никогда не встретились, и никогда бы так не поговорили...

Со временем, идя по улицам, и видя открытое, располагающее лицо, добрый взгляд, я ловила себя на мысли, что если я сейчас не остановлю этого человека, наши дороги в миллионном городе больше никогда не пересекутся... Да, он может отказать, зато я не буду сожалеть, что не сделала этого.

Я так увлеченно рассказывала об этом на школе, что Виктор попросил: «Давай завтра пойдем вместе, я хочу научиться» Хорошо, договорились.

В морозном январе холодные контакты четко оправдывают свое название. Сначала останавливала и говорила я, потом мы стали разговаривать вместе, потом сам Виктор.

- Может быть, пойдем в офис, я уже вроде как научился.
- Еще рано, давай еще походим.

И вот наконец-то, остановилась женщина, и дело не ограничилось вопросами анкеты. Они оживленно беседовали. Я все это время наблюдала со стороны. Виктор подошел с сияющими глазами:

- Ну что, удовольствие от общения получил?
- Еще какое! Мы договорились о встрече. Завтра в 4 она придет в офис. Слушай, оказывается, это так здорово! А поначалу у меня даже колени дрожали...
- У кого они не дрожали поначалу... Вот теперь можно и в офис.
- Я понял, я теперь тоже своих так учить буду. Нужно, чтобы в первый же день человеку понравилось. Тогда в дальнейшем ему будет гораздо легче решаться на это и делать.

Когда навык получен, можно совершенствоваться с помощью профессионалов. На тренинге Александра Ильинского «Уверенность в себе» мы получили навыки техник, помогающих быстро преодолеть страхи, и обрести энергию, облегчающую «выход в люди».



Вводная на технику. Тренинг А.Ильинского

А после тренинга Николая Заговоры «Холодные контакты», у нас словно выработался стойкий иммунитет на отказы: мы вообще перестали на них реагировать.



Тренинг Николая Заговоры. Фото на память

К такому выводу мы с Виктором пришли в один из жарких летних дней, когда, не желая ходить по солнцу, мы тормозили прохожих в тенечке возле областной больницы с любимым вопросом: «Как вы оцениваете наше здравоохранение? Хорошо, средне или плохо?»

С улыбкой записывали ответы, спокойно встречали: «Извините, мне некогда», а статистика давала свой результат: за час работы: 20-25 опрошенных, 13-15 телефонов, после беседы по телефону - 5-7 соглашающихся прийти на встречу, 3-5 приходящих, 1-3 подписанных.

Со временем у нас выработалось несколько вариантов «опросов общественного мнения». Те, кому надоедало возиться с анкетированием, по примеру Владимиру Рудюка обращались к людям кратко, например: «Извините, вы могли бы мне помочь? Скажите, как вы оцениваете по пятибалльной системе возможность заработать в МЛМ в нашем городе?»

Особенно «изощрялся» в этом плане Дмитрий Щедрин: « Вам дополнительный заработок нужен?»- интересовался он у прохожих, протягивая флаер. И если человек пытался взять распечатку, Дима, не выпуская ее из рук, говорил: «Подождите, может вам это не очень надо... Я хочу чтобы эта информация попала в руки только к серьезным людям, к тем, кому она действительно нужна...» И серьезные люди меняли свои маршруты, шагали вместе с Дмитрием в офис, беседовали, и таки заключали соглашение тут же, без особых раздумий.



Холодные контакты - легко! Виталий Водолазов, Дмитрий Щедрин, Виктор Гидиримский

Словом, увлекательное это занятие – холодные контакты!

Как и в любом другом деле, важен первый шаг. Возможно, кому-то будет легче его сделать, если вместо беспокойства о том, как выглядит со стороны «приставание» к незнакомым людям, вы будете радоваться возможности в толпе идущих встретить будущих сотрудников и друзей .

К тому же, холодные контакты - это шаги не только к увеличению своей структуры, а - однозначно - навстречу своему здоровью! Ежедневная полуторачасовая прогулка по свежему воздуху непременно порадует ваше физическое тело и освежит цвет вашего лица. Признайтесь честно, разве будет у вас - занятого человека - более веская причина проходить в сутки столь необходимые 10000 шагов?

Поэтому, не откладывайте в долгий ящик!

Попросите одного из верхних спонсоров, а еще лучше - возьмите с собой своих консультантов, и у вас непременно все получится!!!

Холодные контакты. Ответы на вопросы...

Автор: Елена Демченко

Источник: <http://doctorargo.wordpress.com/2008/12/17/holodnie-kontakti-2/#respond>

Спасибо всем за интерес к холодным контактам. Развиваю эту тему дальше, чтобы ответить на заданные по почте вопросы:

Как выходить на холодные контакты : группой или по одному?

По одному работают “асы” и “виртуозы” - те, кому этот вид общения наиболее по душе, и у кого опыт такой работы исчисляется не одним месяцем. Комфортней работать группой - когда на расстоянии нескольких метров друг от друга команда проводит опрос в людном месте. Оптимальней по времени и удобству - проводить его парой: один спрашивает, другой записывает. И конечно, у пары: мужчина и женщина,- число отказов, как правило, наименьшее.

Где лучше проводить опросы?

В людном месте, где много людей, ожидающих или проходящих. На авто и железнодорожных вокзалах, рядом с крупными супермаркетами и магазинами, на конечных остановках маршруток - там где люди ожидают и есть время ответить на вопросы. Там, где хорошая аура и энергетика - например неподалеку от Дворца Бракосочетаний)).

Какие вопросы лучше задавать?

Лучше иметь подготовленную, продуманную анкету. Варианты можно найти в различных источниках, желательно, чтобы вопросы касались деятельности именно вашей компании и продукции, хотя, есть конечно общие темы: здоровье, финансы. Готовый вариант анкеты имеет смысл переделать под себя, чтобы было легко задавать вопросы людям, чтобы было комфортно их произносить. скажем, кто-то легко озвучит слова “финансовая обеспеченность”, а другому легче произнести слово “доход”, “дополнительный заработок” или “сумма, которую вы зарабатываете”

Приведу два варианта опроса, которыми мы пользовались.

В первом случае это лист с расчерченной ниже таблицей, в которой мы записываем имя и фамилию опрашиваемых, и в клеточках выставляем плюсы и минусы, как “да” и “нет” по номерам вопросов. На одном листке А4 размещается краткая информация о 20-25 наших новых знакомых.

Опрос общественного мнения: «Экология и здоровье»:

1. Как Вы оцениваете наше здравоохранение: (положительно, отрицательно, средне)?
2. Есть ли у Вас или у вашей семьи нерешенные проблемы со здоровьем?
3. Связываете ли Вы нерешенные проблемы со здоровьем с неблагоприятной экологической обстановкой в нашем регионе?
4. Есть ли у Вас возможность посещать здравницы, курорты?

5. Считаете ли Вы, что вода, которую Вы пьёте, чистая?
6. Хотели бы Вы решить проблемы со здоровьем?
7. Устраивает ли Вас сумма, которую вы зарабатываете?
8. Хотели бы Вы иметь дополнительный доход?
9. Ваше имя, отчество, вид деятельности?
10. Ваш телефон и время, удобное для звонка.

Во время диалога устанавливается контакт с человеком, ты улыбаешься ему, отслеживаешь его реакцию, и поэтому человеку легче называть свое имя и давать номер телефона - если он легко это делает - по сути - вы уже знакомы и сумели произвести хорошее первое впечатление.

Ирина Астапова, придумавшая вопрос о здравоохранении, предпочитала пользоваться опросными листами по одному на человека, чтобы можно было на обороте записать более подробную информацию о нем, что облегчало дальнейшую беседу по телефону.

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ

1. Как Вы оцениваете наше здравоохранение:
 - положительно;
 - отрицательно;
 - средне.
2. Считаете ли Вы необходимым заниматься профилактикой своего здоровья.
Да. Нет.
3. Вас устраивает сумма, которую вы зарабатываете.
Да. Нет.
4. Хотели бы иметь дополнительный доход.
Да. Нет.
5. Имя, отчество.
6. Возраст.
7. Вид деятельности.
8. Контактный телефон.

Куда приглашать людей, если нет офиса?

Работая в Симферополе, мы назначали встречи в кафе, заказывали чашку чая или стакан сока и... обитали там по несколько часов, беседуя с приглашенными.



В каждом городе можно найти хотя бы пару подходящих кафе, либо предложить выбор места встречи будущему кандидату в сотрудники, как человеку, лучше знающему свой город. Можно беседовать и в парке, и на вокзале и прямо на улице.

14 декабря я проводила тренинг “Холодные контакты”, фактически сдавая экзамен на эту тему.

Среди участников были и новички, и те, кто делился своим практическим опытом.



Так, Евгений Лукьяненко непременно берет с собой как цветные, так и черно-белые визитки, на обороте которых указывает адрес, время и место встречи, а еще - раздаточный материал о любимой продукции и простой карандаш в карман - вдруг ручка перестанет писать.

Встречаются люди, которые сразу хотели бы узнать более подробную информацию, и располагают для этого временем.

Поэтому очень неплохо, когда в дипломате находится соглашение и каталог продукции, диски с видеопрезентацией.

С особо настойчивыми можно пройти и в офис, особенно если опрос проводится неподалеку.

Предварительная подготовка включает в себя отдых, позитивный настрой, и техники, повышающие уверенность в себе. И тогда даже первый выход для начинающих обязательно приносит положительный результат.

Удачи вам на холодных контактах!

Вы завтра работаете?

Автор: Ирина Бызалова

Источник: http://edstar-uspex.blogspot.com/2008/03/blog-post_28.html

Замечательный, великолепный способ для новичка, когда боишься просто рот открыть и надо начать хоть с чего-то...

Но приходит время и надо идти дальше. И делать больше. Потому что иногда этого становится уже слишком мало.

Ситуация 1.



Хозяйка маленького магазинчика "Аквариум". Постоянно у неё бываю, покупаю корм для рыбок. Ко всему новому она относится крайне настороженно.

Трижды я давала ей каталоги, но она молча их возвращала.

В четвёртый раз решила-таки, заказала "Гризли" (средство для мытья печей, духовок, СВЧ, двигателей...), он шёл со скидкой 30%.

Всё ей рассказала и объяснила, и получилось так, что около месяца никак не могла до неё добраться...

Прихожу снова, спрашиваю: "Ну как? Рассказывайте!"

Какие тут полились восторги! "Да, всё как вы говорили, я всё, что хотела, отмыла, что-то ещё не успела - просто руки не дошли!.."

Скоро снова дам ей новый каталог - уже знаю: её торопить нельзя! У каждого - своя скорость... Даже настолько слабая...

Ситуация 2.

Ближайшее Подмосковье, раздала каталоги в одном магазинчике, в другом, третьем... Пошла на следующий день собирать - и удивительную картину наблюдаю!

Дамы за прилавком в ряд, ушки остро, как у перепуганных птичек, в зале - явно кто-то из руководства, в воздухе висит липкий страх.



Подхожу к той самой девушке, говорю: "Здравствуйте, я вам вчера каталог оставляла..." Мне молча его дают, я благодарю и молча ухожу. С чётким ощущением: малейший шаг вправо-влево - они вызовут милицию... До какой же степени они смертельно напуганы!

Проходит пара дней, прихожу снова, капаю пару слов, потом снова и снова...

Чувствую, уже становлюсь "своей", пока ничего не берут, но того ужаса уже нет...

Ситуация 3.

Девушка со смехом возвращает каталог: "Так не бывает! Вас же за нос водят, а вы верите?!" Мне в лицо высказать, что "я её за нос вожу" - не решается...
Начинаю объяснять, почему, например, такие смешные цены...

К сожалению, нельзя так огульно: если вернул человек каталог - то и до свидания!

Всё-таки мы с людьми работаем. У каждого свой срок. Свой уровень. Свой горький опыт.

А это наши клиенты. Наши соратники. Наши будущие друзья.

И часто долго объясняешь, откуда такие низкие цены (к нам от производителя идёт сырьё, у нас идёт конкретно расфасовка), откуда такие высокие цены (сырьё настоящее - Франция, Италия...), почему они про нас ничего не слышали (работаем без рекламы, мы сами - реклама) и т.д. и т.п.



Постепенно, раз за разом, настороженность уходит и люди смотрят каталог уже гораздо осмысленнее, внимательнее, результативнее.

Обязательно оставляю им старый каталог - другие скидки, другие картинки, больше времени для ознакомления...

Слишком много вокруг людей, с которыми не сделаешь "быстро и много", которым просто нужно время, много времени.

И с ними нужно РАБОТАТЬ, а не проходить мимо - типа они не готовы...
Работать долго, упорно, терпеливо...

И дать им время поверить: конкретно нам с вами, нашей компании, самим себе, наконец... Уж слишком часто их обманывали!..

У каждого из них - свой срок. И увы, другому свою голову не поставишь...

Я сделал это! И остался жив.

Автор: Ольга Свешникова

Источник: http://gold-internet.blogspot.com/2008/11/blog-post_20.html



Продолжаю исследовать и оттачивать разные продающие способы.

Уверяю вас – это настоящее приключение!

Лирическое отступление. Я – большая любительница психологических тренингов. Это прекрасная возможность за 3-5 дней сделать “квантовый скачок” в развитии. В бизнесе, самопознании, в отношениях.

И на таких мероприятиях излюбленный инструмент – ролевые игры. Роли достаются самые разные – от карапузов пяти лет до попрошаек и бомжей, панков в боевом раскрасе. И подчас в этом образе надо выйти в мир.

Представьте, например – почтенная дама 60-ти лет, одержимая желанием познать “что есть я” – накладывает себе грим “Ирокез” – и в метро!! И доезжает до дома. Ну чего ей ещё в жизни после этого бояться?!!

Вот и я сейчас преодолеваю внутренний бастион страха перед насмешкой и отвержением. Для этого я использую маркетинг прямых продаж.

Очередной метод – “Сим-Сим”

Это авторский метод [Екатерины Бокитько](#) – “Познакомимся с соседями”. Но исполненный в новых боевых условиях.

Суть метода – предложение каталогов по своей [горячо любимой продукции](#) людям на пороге их квартир. В наших мегаполисах у этого метода неограниченные возможности. Одно осложнение – как преодолеть дверь подъезда с кодовым замком. Поэтому и название у метода такое – Сим-Сим.

Я давно подумывала – как это сделать, пока мне в голову не пришла до смешного простая мысль – нужно просто набрать код любой квартиры и – попросить впустить!

“Я забыла ключ”

“Я - ваша соседка”

“Я предлагаю продукцию для здоровья” – вот простые объяснения своего посещения.

И главным кодовым шифром должно быть – дружелюбие.

И вот – СОБСТВЕННЫЙ ОПЫТ – это работает.

И на шести (или 15-ти) этажах обязательно найдётся светлая души, и дверь вам откроет.

После входа - собственно общение с народом:

Свежая статистика – из 15-ти контактов:

Грубо послана – 2 раза (всего!)

Нейтральное “нет” – 9 раз
Взяли каталог – 4 человека.

Результаты просмотра каталогов узнаю спустя несколько дней. Но главный итог – я перешагнула через страх. И столько энергии освободилось в ответ! Усталости – как не бывало.

Для меня продажи – коктейль из разных напитков. Это и труд, и забава, и вызов самой себе, и служение, если хотите.

И повод погрузиться о том, что недоверие друг к другу – это обычная ситуация, а открытость – редкостное чудо...

[Анкетирование- это интересно!](#)

Автор: Ильмира Нуриева

Источник: http://iandmlm.blogspot.com/2008/10/blog-post_17.html



Доброго времени суток, дорогие мои!

Прочитала сегодня очередную рассылку [Александра Синамати](#) «Сетевой маркетинг и прямые продажи» и была приятно удивлена! В этом выпуске он рассказывал о спецкурсе «Путь лидера» и о таком инструменте сетевого бизнеса как анкетирование.

Дело в том, что буквально четыре дня тому назад я решила попробовать /первый раз!/ и проверить этот инструмент в действии. Скажу честно – было немножко боязно, поэтому решила пригласить принять участие и одного из своих консультантов. Она с удовольствием согласилась. С одной стороны – мне ведь надо обучать своих консультантов, возвращать из них лидеров, прививать им навыки успешных людей, отвергающих всякие страхи. С другой стороны – я ведь не могу «ударить лицом в грязь» перед своими консультантами. Хочешь- не хочешь, боюсь - не боюсь, а надо быть на высоте! Осознаешь, что ты должна показать собственный пример. Это подстегивает!

Почему была приятно удивлена? Объясню. Как говорят «первый блин комом», вот и у меня остались кое-какие вопросы... Нет, конечно же я рассказала о своем опыте своему наставнику [Рамзию](#) – и конечно же она подсказала, подправила, так сказать «откорректировала» - спасибо ей огромное! Но мысль засела – а как же проводят анкетирование другие? И вот тебе пожалуйста – через четыре дня пришел ответ! Действительно похоже на чудо – Вселенная посчитала нужным ответить на мой вопрос /значит я на правильном пути!/

Спасибо, Александр! У меня появилась четкая ясность того, как это все проводится. Подтвердились слова Рамзии о том, что необходимо было брать «обратную связь» - телефоны для связи, чего я, к сожалению, не сделала. Но это был все равно хороший опыт! Мне понравилось! Не побоюсь сказать, что мы, наверное, изобрели новую разновидность анкетирования! С удовольствием расскажу об этом.

Как я уже писала в прошлых своих постах – компания наша называется «Си Эль парфюм» и основным приоритетным направлением являются духи. Так вот мне пришла в голову замечательная идея – а почему бы нам не рассказывать о духах несколько иным, непривычным способом – задействовать не только органы зрения, но и органы осязания...

Я подготовила небольшие полоски разноцветного картона /по три на женские духи и по три на мужскую туалетную воду/, из шерстяных ниток вышила на них небольшие аккуратные цветы, и на каждую капнула несколько капель замечательного парфюма... Получилось очень оригинально и интересно!

Многих людей привлекало то, чем мы занимаемся...

А занимались мы тем, что задавали вопросы и получали ответы. Мы предлагали прохожим уделить нам две минуты и помочь выбрать один понравившийся аромат из трех предложенных.

Надо сказать, что данный процесс вызывал у людей огромный интерес и желание проявить себя в качестве эксперта! И интерес этот был далеко неподдельный! К тому же необычные разноцветные полоски у нас в руках сами по себе заставляли немного «притормозить» и приглядеться – а что же это у них там такое?

В процессе этого процесса мы успевали задать пару вопросов о нашей компании и о том, какими духами пользуются и где их приобретают наши анкетированные. Параллельно с этим один из нас успевал фиксировать результаты опроса на бумаге с планшетом. И вот что получилось.

Из 45 опрошенных 39 /! – это же поле непаханое!/ ни разу не слышали о нашей компании! Два человека попросили каталоги, а восемь человек серьезно заинтересовались нашей продукцией и сами попросили у нас наши координаты! Тем не менее, всем анкетированным мы оставляли свои визитки /и все с удовольствием их брали – никто не говорил, что им это не надо!/ Скажу честно, анкетирование мне понравилось – на выходных идем еще!

Согласна со слушательницей курса «Путь лидера», что останавливать надо тех людей, которые не торопятся и могут уделить нам пару минут. В любом случае, даже если вам отказывают – не расстраивайтесь! Позитивных людей гораздо больше и общаться надо именно с ними!

И еще я поняла очень важное для себя! Я всегда почему-то думала, что боюсь холодных контактов, что это не для меня. И как же я была приятно удивлена обратным!

Оказывается, надо было только попробовать, начать – и ничего в этом страшного нет! А у вас был опыт первых холодных контактов? Ну и как?

«Холодный» рынок скорее жив, чем мертв.

Автор: Александр Синамати

Источник: <http://sinamati.livejournal.com/11415.html>

Недавно я прочитал (не помню уже где), что рынок холодных контактов «умер», и бесполезно надеяться найти на нем новых клиентов и дистрибьюторов. В связи с этим хочу рассказать о опыте одной из групп, с которой мы проводили анкетирование на улице.

Идея проводить анкетирование возникла, естественно, после обсуждения «вечного» вопроса «А где взять людей?». Я скромно поделился своим наблюдением, что людей можно встретить например на улице)), и предложил попробовать поработать с ними с помощью анкетирования. Разгорелась бурная дискуссия, одни участники группы говорили, что этот метод давно не работает, другие говорили, что еще вчера видели в парке (на улице) консультантов других компаний, которые с успехом работали с анкетами. Чтобы разрешить спор, я напомнил участникам, что единственным критерием истины является практика)), и предложил попробовать. То есть – провести анкетирование и по его результатам приглашать людей в офис на день клиента.

На следующем занятии мы составили анкету, и образец приглашения на день клиента. Параллельно шла подготовка к проведению дня клиента – ведь приглашенных людей надо было куда-то приглашать?))). Наконец, день «Х» настал, мы взяли планшеты с анкетами, приглашения на день клиента, надели бэджи и пошли к метро. Настроение у группы было боевое лишь одна участница – Татьяна - честно призналась, что это первый в ее жизни опыт «холодных» контактов», и что она боится безумно.

Участники группы «рассосались» по близлежащим улицам и начали проводить анкетирование – останавливать идущих навстречу людей и просить их ответить на наши вопросы. Меня за первые пятнадцать минут «послали» все двадцать человек, которых я вежливо просил «уделить мне две минуты», после чего я понял, что делаю что-то не так. Потом понял, что именно: я пытался делать контакты, а в перерывах между контактами ругался по телефону с менеджером типографии, в которой печатался тираж моего журнала. И очевидно, не успевал «переключаться», и поэтому пугал)). Я встречных людей перекосившейся физиономией и негативной энергией прекратил телефонные переговоры, настроился на доброжелательное общение, и народ ко мне потянулся.

Когда я вернулся в офис, первая кого я увидел, была Татьяна. Верее это была уже совсем другая женщина. Ее глаза горели, она радостно улыбалась. – Я проанкетировала 15 человек, и 8 человек дали мне свои телефоны, - с гордостью сказала она. – Это оказалось совсем не так страшно, как я думала.

Когда вернулись остальные участники группы, мы подвели итоги. В среднем за 40 минут анкетирования каждый из участников сделал от 15 до 30 контактов. Успешными контактами (то есть когда человек дает свой номер телефона и соглашается прийти на день клиента) были в среднем 1 контакт из 4-5.

Общие впечатления участников группы: «Это не так страшно, как мы думали, люди даже рады общению, люди доброжелательны, когда идешь на контакт надо думать о том, что ты даешь людям нужную и полезную им информацию. Если чувствуешь, что не лежит душа к человеку. лучше не подходи к нему. Нужно выбирать людей, которые никуда не спешат».

Дальнейшие действия, которые сделали участники: обзвонили людей, с которыми был контакт накануне дня клиента и напомнили им о том, что они собирались придти.

Результат: в среднем на день клиента пришли 1 из 3-4 человек, которые обещали придти. В результате на день клиента удалось собрать 12 человек.

Еще одним итогом работы с анкетированием стало составление методики «Как проводить анкетирование» и «Как проводить день клиента». Эти методики участники группы разослали в регионы своим консультантам.

Так что «холодный рынок» живет и процветает, и остается прекрасной возможностью для привлечения новых клиентов и консультантов.

5 причин, чтобы влюбиться в анкетирование

Автор: Марина Мазуренко

Источник: <http://mlm-audio.ru/blog/?p=97>



Если честно, то раньше подойти к незнакомому человеку на улице для меня было смерти подобно. Как говорил Владимир Леви - легче выгрузить вагон кирпичей.

А уж приставать на улице к спешащим людям, рискуя нарваться на разные страшносьти, во всех красках рисуемые нам нашим воображением - нет уж, лучше убейте меня сразу.

Однако с недавних пор я следую правилу, о котором говорил Том Хопкинс - делай то, что тебе страшнее всего, и ты победишь свой страх. Это как прыгнуть в холодную воду - страшно, но как классно, когда прыгнешь, и вода уже не холодная, а приятно прохладная, и ты ПЛЫВЕШЬ, а не стоишь на берегу. Теперь каждый раз, когда я нахожу в себе эти предательские мыслишки ("а может не надо", "а может в другой раз"), я мысленно закрываю глаза и сознательно прыгаю в воду (это мое правило-двигатель бизнеса: ["послушай, что скажет лузер, и сделай наоборот"](#)).

Так было и с анкетированием.

Памятуя о том, что вдвоем и море по колено, мы пошли вдвоем с моим спонсором. После первых контактов море стало вообще по щиколотку;)

Мы решили, что спешащие люди - это не наша целевая аудитория. Есть много людей у нас в городе, которые никуда не спешат и вполне расположены пообщаться. **Которым мы хотим сделать подарок в виде нашей прекрасной возможности.** С этой установкой мы и пошли к мамочкам с детьми, гуляющим на набережной проходим, продавцам, у которых нет в данный момент посетителей.

Говорят, брак по расчету может быть счастливым, если расчет был сделан верно. В итоге, только 2 человека отказались ответить на наши вопросы. Никто не послал нас, никто не посмотрел как на ненормальных - все, что мы сами себе напридумывали, и из-за чего не выходили работать этим методом - все это лишь плод нашего воображения.

Более того, были люди, которые в процессе анкетирования (а у нас были вопросы про аллергии, экологически чистые средства бытовой химии) сами начинали нас спрашивать: девушка, а что, такие средства бывают? А где их взять?

У заинтересованных брали номер телефона и, в тот же день или на следующий, по горячим следам, приглашали в офис на презентацию.

И из 20 контактов - 2 контракта. 2 часа работы на улице + 2 часа на презентацию в офисе!

Определенно, этот метод мне нравится!..

Поэтому вот 5 причин, чтобы влюбиться в анкетирование:

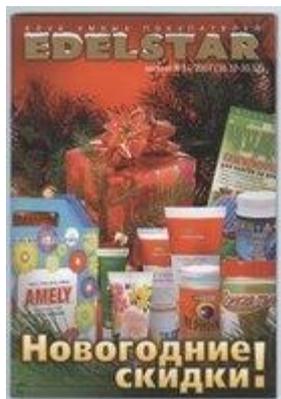
1. Сразу видишь интерес человека, его потребности, как и о чем с ним дальше говорить, что конкретно ему предложить.
2. Понимаешь, знаком он с компанией или нет.
3. Получаешь кайф, когда ДЕЛАЕШЬ, и видишь, что людям это надо: ведь ни один из тех, кто дал телефон, не отказался прийти потом в офис.
4. Избавляешься от вредного мифа, что "все уже всё знают". Как минимум 50% людей ничего не слышали даже о таком зубре, как наша компания. Что уж говорить о более молодых компаниях. У нас море работы!
5. Получаешь бесценный навык, который позволяет очень быстро находить заинтересованных кандидатов и в больших количествах.

А недавно я опробовала этот метод и на знакомых. Тоже отлично работает!

[Все на каток!](#)

Автор: Наталья Ямщикова

Источник: http://mlmrekrut.blogspot.com/2007/12/blog-post_16.html



В какое время вероятнее всего встретить на улице отдохнувших, никуда не торопящихся, прогуливающихся людей? В воскресенье вечером! Вот я и вышла сегодня пообщаться, и не куда-нибудь к метро, а на каток во двор самого длинного в районе 14-и подъездного дома. Картина замечательная - детки катаются, мамы болтают в сторонке, папы с пивком тоже отдыхают.

Я второй год работаю по совместительству в одной из крупных маркетинговых компаний и давно сделала вывод: **люди любят общаться!** Кроме того, большинство людей любят общаться с незнакомыми людьми. Возможно, в жизни кому-то из них не хватает уверенности и нет повода начать самому разговор с незнакомым человеком. А тут подходите Вы с какими-то интригующими цветными материалами в руках и просите уделить 5 минут для соц. исследования.

Вообще, маркетинговые исследования у нас в городе проходят очень интенсивно. Интервьюеры огромного количества крупных и не очень компаний еженедельно (квотное задание даётся обычно на неделю) работают в каждом секторе Москвы и других городов. Так что "квартирники", "уличники", приглашения на *фокус-группы* и *холл-тесты* для людей совсем не новость.

Помню, когда впервые, в июне прошлого года я вышла на улицу с четырьмя первыми пробными анкетами, я долго изображала прогуливание по парку с какой угодно целью, но только не с целью проведения соц. опроса. :) Теперь я точно знаю, что навык не бояться людей - это практический навык, который формируется как и любой другой, более того, даже если начинаю соц. опрос в уставшем состоянии, к концу приходит какой то задор, может это энергетический вампиризм? Мои любимые методы - это "уличники" и "снежный ком" (опрос по рекомендации от предыдущего респондента к последующему).

Структура анкеты в любом проекте примерно одинаковая. Это:

1. *Знакомство* (имя и контакт)
2. *Отборочные вопросы*-прохождение по квоте: пол, возраст, является ли потребителем интересующего нас продукта.
3. *Вопросы по маркам*: привычки покупки и потребления продукта, верность любимой марке и взаимодействие её с конкурентами (для этого даётся ряд положительных и отрицательных высказываний, а человек выбирает, какие из известных ему марок подходят под каждое высказывание)
4. *Оценка эффективности рекламы*. Показываем раскадровку рекламных роликов или рекламу марок в печатных изданиях и оцениваем по шкале.

5. *Тестирование нового продукта* (оценка названия, внешнего вида упаковки, предполагаемого качества, цены, вероятность покупки)

6. *Демография* (образование, семейное положение, трудовая занятость, наличие детей и какого возраста, день рождения)

7. *Стиль жизни* (тут может быть что угодно, в зависимости от темы опроса: традиции в приготовлении пищи, варианты проведения свободного времени и т. п.)

В конце интервью респонденту вручается маленький презент: пачка печенья или шоколадка.

Заполненные анкеты передаются в маркетинговую компанию, отдел контроля проверяет качество заполнения и осуществляет телефонный контроль, после всего этого информация кодируется и в обобщённом виде, без имён и адресов поступает заказчику.

Я сегодня решила применить известную мне схему опроса, чтобы раздать каталоги и наладить контакты. Короче, была сама себе заказчиком, менеджером проекта и интервьюером. И в отдел контроля поиграю на днях. :)

Если честно, никакой анкеты я пока не составила, придерживаясь плана в голове, задавала вопросы и записывала информацию в блокнот, и то, значительно уменьшила количество вопросов по схеме. А в конце вручила каталог и дала важное задание (!) - блок "*Тестирование продукта*". Оценить по 5 бальной шкале каждую серию в каталоге на предмет:

- а) внешний вид упаковки
- б) предполагаемое качество
- с) насколько устраивает цена
- д) вероятность покупки

Это блок я подготовила на листочках, чтобы отдать каждому домой на *самозаполнение*. Вообще, надо как-нибудь сесть и разработать анкету. Если у кого есть в работе примеры подобных анкет - поделитесь, идеи не лишние. :)

Итак, что получаем:

У меня осталась информация, вот пример:

Ольга, адрес и телефон, 35 лет, пользуется средствами по уходу за кожей - каждый день; носит бижутерию - чаще летом; принимает витамины - в периоды обострения гриппа; пользуется порошком - при каждой стирке; средством для мытья посуды - несколько раз в день. (Всё, больше не надо, этого хватит)

Предпочитает "Гарнье" и не любит "Чёрный жемчуг"; марки любимой бижутерии не знает - покупает на местном рынке, что понравится; пьёт "Компливит", чтобы что-то не любить - нет таких витаминов; любимый порошок - "Тайд", не любит "Пемос"; средство для мытья посуды - "Фэйри", не любит какую-то "Каплю"(не знаю такую). Все ответы устно обоснованы, обоснования я не записывала, человек просто выговорился расположился :)

Образование средне-специальное, замужем, неполная рабочая занятость, ребёнку 8 лет, день рождения 15 октября. Традиции в приготовлении пищи - печь блины, проведение свободного времени - гости, телевизор , дача, поездка в Ашан и Мегу. (сама рассказала, варианты ответов я не подготовила ещё, теперь думаю, а надо ли?).

У Ольги остался каталог, она обещала его протестировать, и она знает, что я позвоню, чтобы дозаполнить анкету (это у нас называется "двухвизитник"). И она рада, что очень помогла мне в соц. исследовании. Ещё одно наблюдение, благодаря работе в маркетинговой компании: **Люди любят помогать!** А также получила шоколадку в вознаграждение за труд и потраченное время.

За 2 часа 10 минут во дворе у катка таких клиентов получилось 8 человек. Отказы были, но это естественно, а люди, отвергающие общение, нам изначально не подходят.

О результатах телефонного контроля расскажу.

Метод рекрутирования “Промоакция”

Автор: Анжела Сорока

Источник: <http://magpie.com.ua/2008/07/metod-rekrutirovaniya-promoakciya/>

Лето это долгожданная пора, которую ждут все. У одних лето ассоциируется с солнцем, пляжем и морем, у других с отдыхом на даче и работой в саду и огороде. У нас же, у сетевиков, ассоциируется с работой. Т.к. лето это и хорошо и плохо. Плохо потому, что многие люди разъезжаются по морям и дачам, а также экономят деньги для отпускных поездок. Хорошо потому, что летом приятно работать, особенно с холодным рынком. Не мешает холод и морозы, люди охотнее останавливаются для того, чтобы ответить на вопросы. И сегодня я хочу поделиться с вами одним из методов работы на холодном рынке. Называется этот метод «Промоакция».

Я уже работаю 10 лет в сетевой индустрии и испробовала различные методы поиска клиентов и партнеров. Но «промоакция» мне нравится больше всего. Этот метод очень хорошо подойдет тем людям, которые не могут просто так подойти к чужому человеку и заговорить с ним.



Сразу хочу предупредить, что работать необходимо в паре, т.к. одному будет тяжело и физически и морально. Все вы знаете и видели в продаже пластиковые столы и пляжные зонты, такие как стоят в летних кафе. У многих такая мебель есть на даче, также подойдет любой складной переносной столик.

Так вот, берете такой столик и зонтик и выходите в парк, на аллею или еще куда-нибудь, где есть люди. Но ни в коем случае не возле магазинов и кафе, т.к. у этой территории есть частный хозяин.

Устанавливаете столик. На столе выкладываете несколько видов продукции (косметика, БАД), но не сильно много. Все это необходимо не для продажи, а для демонстрации. А также выкладываете каталоги, ими вы должны запастись как можно больше, визитки, брошюра по продукции и различные рекламные материалы.

Люди проходящие мимо обязательно заинтересуются, что это у вас такое и начнут подходить сами. Вашей целью должно быть в это время не зарегистрировать человека и не продать продукт, а выяснить, что его заинтересовало, обменяться контактами или назначить встречу.

Поймите, если вы тут же будете, что-то продавать, то вас могут оштрафовать, т.к. у вас нет специального разрешения на продажу. Если вы будете на месте регистрировать человека, то вы не сможете уделить внимание остальным.



Поэтому вы кратко рассказываете о компании и о возможностях. После чего обмениваетесь телефонами или сразу договариваетесь о встрече. Можете дать каталог со своим телефоном, визитку.

Когда люди проходят мимо и только смотрят в вашу сторону, пригласите их подойти к вашему столику и познакомиться с компанией. Когда я приглашаю людей подойти к столику, они видят там продукцию, сразу говорят «Нет, спасибо, у меня нет денег», т.к. думают, что я собираюсь им, что-то продать. На что я отвечаю «Мне не нужны Ваши деньги, я сама хочу предложить Вам деньги». Человек сразу же останавливается и с недоумением смотрит на меня. Смотрит и думает «Она, что с ума сошла? Что значит, предлагает мне деньги?» Ему становится любопытно и он, таким образом, подходит к моему столику. А дальше все зависит уже от Вас.

Самое интересное то, что вы со своим напарником пригласили к столику по одному человеку, а тут смотрите, а вокруг столика уже стоит 10 человек. У людей появляется интерес, когда они видят, что кто-то другой чем-то заинтересовался, и думают «а чем я хуже их, мне тоже интересно, что там такое».



Таким образом, вы за один час можете получить от 10 до 20 контактов, из которых Вы четко будете знать, что этот человек интересуется продуктом, а этот бизнесом.

Еще одно обязательное условие: созвониться со всеми этими людьми Вы должны в этот же вечер, по горячим следам, не откладывая в долгий ящик.

Таким образом: один день «Промоакции», два дня проведение встреч. И все сначала.

Я уверена, что этот метод станет не только моим любимым, но и многих из Вас. Успехов и удачи Вам в бизнесе.

Операция "Дворик". Итоги

Автор: Марина Мазуренко

Источник: <http://mlm-audio.ru/blog/?p=101>

Отрицательный результат - тоже результат, как говорится;).

Конечно, можно утешаться тем, что первый блин и все такое, но я лучше попробую разобраться, что же мы сделали не так.

Итак, как все было.



За день до операции я оклеила все окрестные (самые окрестные) подъезды, соответствующими объявлениями, с указанием дислокации, времени и места операции. Кстати, они не остались незамеченными - все кто подходил, спрашивали - а, это Ваше объявление висело у нас...

В день, вернее вечер операции мы с отрядом добровольцев расположились в траншее у меня во дворе на пешеходной дорожке, в полной боевой готовности - столик, продукция, пробники, визитки, календарики, каталоги.

К нам подходили люди, интересовались, что у нас тут такое. Мы, довольно сумбурно и многословно, объясняли - про магазин, экономию, качество и гарантии.

Наши ошибки:

1. Она же самая главная: не согласовали между собой цель операции.
2. Говорили много, не продумав свое краткое обращение к подошедшим, опять же, теряя временами цель операции из вида.
3. Давали свои телефоны, но не брали "ответные" телефоны.
4. Стремилась выложить на столике практически весь спектр продукции.

Как действовать в следующий раз:

1. Четко держать в фокусе своего внимания цель данной операции - заинтересовать и пригласить на встречу.
2. Заранее составить одноминутную презентацию, исходя из п. 1
3. Обязательно брать телефоны у тех, кого заинтересовала наша одноминутная презентация.

4. Помнить - что краткость сестра таланта. Меньше продукции, меньше народа, и больше согласованности в действиях.

В общем-то, за исключением предварительного "оповещения", принципы этой операции такие же, как и в методе рекрутирования ["промоакция" Анжелы Сороки.](#)

А дополнительный плюс проведения ее в своем дворе - это становится уже не холодным, а прохладным, а где-то даже теплым контактом:). Ведь соседям по дому как минимум знакомо Ваше лицо. А значит, барьер недоверия у людей будет немного меньше.

[Перенимаем и применяем опыт других](#)

Автор: Татьяна Годорож, дата: 03.11.08

Источник: <http://tatjanagdr.blogspot.com/2008/11/blog-post.html>

Не знаю как вам, коллеги, а меня давно мучает желание посмотреть как в других компаниях проводят презентации "один на один". А тут, как раз, подвернулся удобный случай.

А дело было так.

В [нашей компании](#) сейчас период новичков. Новичку - скидка 40% на один любой продукт из каталога, а спонсору, который создаст товарооборот новичков на 250 баллов, в подарок [шикарная кастрюля](#) на 4,5 литра, в которой можно готовить без воды и жира.

Хороший стимул встать с дивана, если кто еще сидит или лежит.

Итак, я пошла в "поле", т.е. в людное место знакомиться с людьми и дарить им купоны на 40% скидку. К каждому купону я предварительно прикрепила листовку с текстом:

Приглашаем ознакомиться с [каталогом](#) "Уникальных товаров для всей семьи".

Закажите доставку свежего каталога товаров, не продающихся в обычных магазинах на дом, в почтовый ящик, на работу. Тел....".

На этой же площади работали ещё одни раздавальщики листовок. Они крепят страницы из старых каталогов в качестве рекламы к листовке. Дали и мне. На листовке было написано "Отправьте SMS с Вашим именем на номер такой-то, чтобы получить ПОДАРОК от компании (название очень известной косметической компании) и узнать о её возможностях".

Мне очень понравился прием с SMS-ками. Во-первых SMS в состоянии отправить любой, даже очень стеснительный человек. Кто-то пришлет просто из любопытства, и тут уж от вашего мастерства зависит сделать так, чтобы ему захотелось с вами встретиться.

Во-вторых ваш Список имен САМ пополняется новыми телефонными номерами.

В-третьих, вполне возможно, что человек, приславший вам своё имя, заинтересовался или подарком, или предлагаемой возможностью. Поэтому, звоня ему, вам не надо наводить "тень на плетень" как это часто бывает. Абонент знает КУДА пишет и ЗАЧЕМ, то есть происходит естественный отсев незаинтересованных.

Даже, если человека заинтересовал только подарок, все равно он согласится послушать ваше предложение (раз уж пришел). А там, чем...

В-четвертых, раздавать листовки под силу любому новичку.

А вы, как спонсор, поможете ему отвечать на звонки и проводить встречи.

В-общем, я отправила SMS. Мне было любопытно, что скажут по телефону, какой будет подарок и как они представляют своё бизнес-предложение. Признаюсь - не разочаровали.

Позвонила девушка и приятно-приятным голосом сказала:

- Здравствуйте, Татьяна. Вы прислали нам ваше имя. Запишите, куда вам нужно прийти за подарком. Вам удобно в 12 или в 15 (и возразить-то нечего). Все! Любой самый новый новичок справится.

На следующий день я отправилась со "шпионским визитом" в их офис.

Прослушала 15-минутную ненавязчивую презентацию (думаю внимательней, чем я их никто не слушал) и получила в подарок в фирменном пакете - корпоративный журнал компании, пробник нового крема и пробник помады. Рекламная задача выполнена.

В качестве критики скажу, что мне не предложили каталог. Ни посмотреть, ни купить, ни просто дать с собой, как это делаю я. А вдруг бы я захотела что-нибудь купить.

Да простят меня коллеги из этой "очень известной косметической компании" за плагиат, но я пожалуй воспользуюсь этим способом пополнения Списка имен.

Кстати, дорогие читатели моего блога, хочу вам подарить очередные [хитрости Тома Шрайтера](#) о проведении одноминутной презентации.

Отчет выставка Аптека 2008

Автор: Юрий Зарва

Источник: <http://www.mlm-blog.ru/?p=589>

Как и писал вчера -сегодня был в Олимпийском на про-те Мира был на выставке Аптека 2008, мы стоим на стенде совместно с российской компанией с Пензы "Биокор". Биокор производит БАДы. Очень приятные люди как в общении так и снаружи. А стоим мы друзья не с бадами НСП 😊а именно с оборудованием для диагностики кожи лица и волос, которое помогает продавать БАДы.

Хе хе знали бы кто стоит с ними за одним стендом 😊Человек который продвигает [Американские бады](#) на отечественный рынок 😊

А начинали ребята так же как и американцы ну семья Хьюз с НСП -15 лет тому поставили линию по производству бад и вуаля через 15 лет уже стали довольно крупной российской компанией по БАДАм. Правда наверно могли бы стать еще крупней продавая и продвигая продукцию по системе млм -ну это у каждого свой опыт и свое виденье бизнеса!

Да да друзья с помощью [оборудования для диагностики кожи лица и волос](#) можно продавать Бады и весьма весьма успешно!

Вот фото- выстроилась очередь:



И люди терпеливо ждут когда дойдет очередь до них. Прекрасный инструмент для увеличения продаж косметики и бад! Отзывы можно почитать [здесь](#) .

Были стенды и сетевые к примеру Белый кот. И еще кто то но чето не помню или не было... А было Пальмовое масло было точно!

Да был интересный стенд ТНИ или Моринда, я даже сфотался на фоне его попросил девушку со стенда сфотать меня так сказать для завязки разговора :



со стороны выглядит как будто я работаю на стенде и продвигаю [сок нони от ТНИ](#) хе хе

Правда стенд как всегда позорный. Но там женщина сетевичка работала очень профессионально-угощала всех соком и хорошо рассказывала, так что она практически и была украшением стенда!



Были вопросы и по [соку нони в пластиковой бутылке](#), очень было интересно послушать ее ответы - долго ржал.... Хотел поговорить с женщиной на стенде но отвлек телефонный разговор и потом уже не было времени подойти пообщаться.

Был и индийский сок нони вот он на переднем плане:



в яркой упаковке и куча других бадов, тоже хотят выйти на жирный российский рынок!

Ходили по выставке и потенциальные клиенты сетевых фирм, очень много пожилых людей ищущих бады для поправки собственного здоровья! Работай - просто бери и работай на этой выставке - можно сделать кучу холодных контактов! Которые очень скоро могут стать горячими!!!

[Про стили. Продолжение.](#)

Автор: Ирина Воротынская

Источник: http://mlm-inn.blogspot.com/2008/12/blog-post_19.html

Вернемся к разговору о стилях.

Холодный рынок.

Холодный рынок – это самая многочисленная ваша аудитория. Это все незнакомые люди, которые встречаются в вашей жизни. Если ваш бизнес – сетевой маркетинг, то это огромный сегмент ваших потенциальных покупателей – сотрудников – лидеров. По моему, у Джона Каленча был вопрос к Богу показать ему его структуру через 10 лет. И Бог показал. Структура состояла на 98% из абсолютно незнакомых людей. О чем это говорит? Это говорит о том, что чем раньше мы перестанем бояться этого самого холодного рынка, тем быстрее в нашей структуре появятся и вырастут потенциальные лидеры. Могу сказать исходя из собственного опыта, что спустя 4 года, моя структура на 90% состоит из незнакомых людей.

Так вот, есть люди, которые начинают исключительно со своего теплого рынка. Как-то комфортнее среди своих близких знакомых и родственников. Но комфортнее, если только у вас есть репутация. Вас уважают и за вами долго ли, коротко ли, но идут. А как быть тем, кто не имеет такого счастья: или еще не успел эту самую репутацию наработать или уже успел как следует ее испортить?

Холодный рынок к вашим услугам! Знакомьтесь с людьми. Помните, опять же у Джона Каленча: «Целью моей жизни стало иметь 1 000 000 друзей». А где их взять? Ну конечно на холодном рынке. Будьте приветливы, открыты для общения, заводите разговоры о том, о сем. Люди на самом деле достаточно общительны. Главное почаще «открывать рот», улыбаться. Искренняя улыбка разоружает, располагает к общению. Знакомьтесь везде: в магазине, на почте, в банке, в электричках (как у [Ирины Бызаловой](#)). Главная задача - это превратить холодные контакты в теплые. Сначала познакомился, потом подружился, потом рассказал о своем бизнесе, пригласил, помог, и поехали....Пусть человек сначала попробует продукцию, потом можно и о бизнесе поговорить.

Я очень люблю делать подарки. В нашей компании очень много продукции, которая годится для подарка. Недорогие и дорогие штучки, подходящие для всех, независимо от пола и возраста. К любому празднику – только наша продукция и каталог.

Как правило, это срабатывает. Человек начинает спрашивать о продукции из каталога, покупать. Здесь очень важно не продавать этому человеку по каталогу, а предложить сразу оформить скидку. Так сказать, по-знакомству. Вот так и появляются новые консультанты. Это общение может перерасти в дружбу, а может и не перерасти, но если вы правильно построите отношения дальше, то человек, глядя на вас, может и захочет начать расти. Нужно только держать его в курсе всех новостей.

Есть другой подход. О нем я прочитала на блоге у [Егора Арсланова](#). Здесь подход другой: кто не с нами – тот против нас. Не хочешь расти – ты мне неинтересен. Я

когда-то тоже была максималисткой и говорила, что я бы на работу (в компанию прямых продаж) мамочек в декрете не принимала. А теперь сама в таком же положении и достаточно успешна... Правда не в компании прямых продаж, а в сетевом бизнесе. Есть – таки разница. Честно сказать, в той компании прямых продаж, где я была тогда, я бы сейчас не смогла ни работать ни зарабатывать. А здесь могу. Но есть и другие примеры. Именно мамочки с маленькими детьми добиваются невероятных успехов. Другой вопрос - какой ценой?

Итак, холодный рынок – это самая благодатная почва для тех, кому не совсем удобно начинать с теплого, и единственный выход для тех, у кого этого теплого поблизости нет (например вы переехали в другой город и надо с чего-то начинать). Мое мнение, основная задача при работе на холодном рынке – это превращение его в теплый. Это, конечно, требует немного больше времени, чем пришел, увидел, предложил: «нет» - следующий, но по-моему более эффективный и «на перспективу». Мы же строим бизнес не на один день. А взаимоотношения – главное в нашем бизнесе. Взаимоотношения – вещь тонкая, здесь переборщить так же плохо, как и недоборщить. Золотая середина ловится, как правило, на интуиции и нарабатывается с опытом, как в спорте. Поэтому – больше холодных контактов!

Обучение холодным контактам

Автор: Ирина Кожевникова

Источник: <http://profi-mlm.blogspot.com/2009/01/blog-post.html>



Сегодня я расскажу о том, как учу консультантов работать на холодном рынке.

Сама я не сразу стала такая смелая, и у меня тоже коленки тряслись и ноги не шли, я тоже испытывала дискомфорт перед тем, как подойти к человеку и задать ему вопрос: А хотите ли Вы... А надо ли Вам...и т.д. и т.п....

Все случилось не сразу, со временем, с приобретением опыта, с наработкой большого числа контактов.

Сейчас у меня есть своя система обучения консультантов холодным контактам.

Я очень осторожно подхожу к тому, чтобы человека, только что заключившего контракт, брать на холодный рынок. Всё-таки, согласись со мной, это довольно-таки стрессовая ситуация. И конечно, это метод для более зрелых консультантов, для более мотивированных на построение группы.

На холодный рынок пойдет тот, кто уже обошел всех своих знакомых, и большинство из них ему отказали, или тот, у кого совершенно нет знакомых в городе.

В Орифлэйм ситуация облегчается тем, что у нас очень хорошие каталоги, и люди легко откликаются, когда ты им даёшь каталог.

Сначала консультанта надо смотивировать идти на холодный контакт, причём мотивация начинается задолго, скажем, за месяц, как я запланировала его взять с собой.

Конечно, лучше брать не одного, а группу, тогда будет веселее!

Для первого раза достаточно взять с собой старые каталоги, со стикерами, со своими данными, и просто раздать каталоги людям на улице. Говорю, чтобы консультанты тоже подготовили свои каталоги – важно, чтобы у человека было всё своё, а не спонсорское! Для начала можно взять штук 20. И своих каталогов(про запас) для консультантов - ещё 40 -когда разгорается аппетит, оказывается, что 20-мало.

Начинаю сама – показываю, как это делать – с улыбкой подхожу к понравившемуся человеку, протягиваю ему каталог и говорю: “Это Вам. Возьмите пожалуйста!”

Потом консультантам - Давайте теперь сами!

Вижу, что у кого-то тормоза, тому : “ Давай вместе! Ты будешь предлагать каталог и говорить, а я буду рядом ”, идём вместе, я на подхвате.

Важно, чтобы у людей в итоге получилось, и чтобы у них поднялось настроение, чтобы им понравилось, и они сказали: "О! так это же легко! я так могу! У меня получается!" И чтобы они захотели пойти на опрос.

Людей очень подбадривает и мотивирует, когда ты им говоришь: "Молодец! Как это здорово у тебя получается! лучше, чем у меня! – или - также хорошо, как у меня!"

И в тот момент, когда они довольны, когда горят, когда хотят, обязательно говорю: "Вы молодцы, умеете, у вас здорово получается подходить к незнакомым людям, разговаривать с ними, и поэтому тогда-то (называю день, время, место) пойдём на опрос."

О том, как проходит опрос - в следующем посте.

Удачи!

[Я испробовала новый метод обучения новичков](#)

Автор: Ильмира Нуриева

Источник: http://iandmlm.blogspot.com/2009/01/blog-post_08.html



Доброго времени суток!

Сегодня я хочу рассказать, как прошли последние две недели прошедшего года для меня.

Я уже писала, что осваиваю новые рынки сбыта. В декабре в мою команду пришел новый человек, у которого кстати, уже был опыт работы в сетевом бизнесе. Потом был 3-хлетний перерыв. Я не стала особо вникать в причины, почему человек остановился. Я рассказала о

нашей компании и нашем маркетинг-плане, показала продукцию, провела мини-презентацию. Времени было мало, мы были с супругом проездом по его делам в другом городе. Мы уехали, а у нее было время подумать.

Для меня было важно то, что она самостоятельно приняла решение и позвонила в тот же день.

На следующий день я уже была у нее. На тот момент я договорилась с одной организацией о проведении на их территории презентаций продукции нашей компании и поскольку Кристина /так звали моего нового консультанта/ работала по скользящему графику, я предложила ей начать свое обучение сразу на практике под моим чутким руководством, на что она с удовольствием согласилась!



У меня был такой опыт обучения новичка впервые. На презентациях-продажах Кристина получала знания о нашей компании, продукции и одновременно приобретала навыки продаж.

В общем, дуэт у нас получился замечательный! Нас даже не испугало то, что мы были в разных городах!

Проезжая мимо города, в котором жила Кристина, я забирала ее по пути, а после проведения презентаций потом в обратном порядке возвращались обратно домой.

В перерывах /пока ехали в машине/ мы разговаривали с ней о жизни, о нашем бизнесе, о ее целях и мечтах... Я потихоньку давала ей читать книги и видео, которые мы потом опять же обсуждали. Одним словом, времени даром не теряли, как говорится, использовали любую минуту.

Сюрпризом для нас явилось то, что на территории этой организации мы повстречали представителей нашего бизнеса из других компаний, можно сказать наших конкурентов! Но мы ничуть не расстроились!

Поначалу кое-кто из них встретил нас настороженно... Но мы приняли их! И они потом приняли нас! Более того, мы подружились с ними, обменялись телефонами; кое-что из нашей продукции конкуренты взяли у нас, а кое-что мы взяли у них. Кстати, они с удовольствием согласились с нами сфотографироваться.



А кому мы не понравились, они почему-то там больше не появлялись. Это еще раз подтверждает мысль о том, что настоящие сетевики – люди позитивные и доброжелательные, нам нечего делить между собой.



Что касается продаж, то дни были разные. Хочу сказать, что если шло что-то не так /например, бывали дни, когда у нас не окупалась даже дорога/, мы не расстраивались, и как результат – после спокойных дней были дни с хорошими продажами.

После подведения итогов, получилось, что себестоимость одного часа нашей работы в среднем составила 290 рублей.

Мы стояли по 1,5-2 часа в день. Может быть, для кого-то это и небольшие деньги, но если сравнить с себестоимостью одного часа людей наемного труда, то для начала получается очень даже неплохо! При том, что мы занимались любимым делом и нам никто не

диктовал условия!

Кристине такой метод обучения понравился. Она сказала, что за этот небольшой промежуток времени получила хороший опыт, знания и приобрела практические навыки. Кстати, она выразила желание продолжать в том же духе!

Я рассказала вам о моем новом опыте обучения новичков. Как говорится, «с корабля на бал». Как вам такая идея? А у вас был такой опыт? Если да, то расскажите нам о нем на страницах своих блогов!

ОБЪЯВЛЕНИЯ В ГАЗЕТУ. 10 ПРИНЦИПОВ РАБОТЫ.

Автор: Алена Антоненко

Источник: http://supertarget.blogspot.com/2009/01/10_30.html

Как работать по объявлениям в газете? Что говорить позвонившим? И стоит ли вообще работать с объявлениями?

Мария Алешкина в своем посте [Мой провал операции "Объявление в газете"](#) задается вопросом о причине провала "операции".

Мария подняла интересную тему, и честно написала о своем опыте. Хотелось бы высказать свою точку зрения по этому поводу.

Конечно, я не претендую на единственно правильное мнение по поводу размещения объявлений в газетах. Но, во-первых, имею определенный опыт, в том числе и опыт работы по объявлениям, а во-вторых, нашу команду волнуют обычные сетевые вопросы: где брать людей, стоит ли работать по объявлениям, и если стоит, тогда, каким образом.

1. Сама уже давно не даю объявления, по разным причинам. Во-первых, количество людей в моей структуре, которые пришли по объявлению можно пересчитать по пальцам. Может быть именно поэтому объявления – непопулярный для меня метод работы.

Во-вторых, никто из этих людей так и начал зарабатывать деньги (не достиг высоких статусов), хотя именно заработок был их целью, когда они читали объявление.

В-третьих, живу я в сельской местности, и чтобы встречаться с возможными кандидатами, надо ежедневно быть в городе, хотя кандидат может и не прийти.

2. Естественно, если какой-то метод не дает ожидаемого результата, тогда не стоит применять его в своей практике. Тем не менее, знаю, что некоторые лидеры работают по объявлениям, применяя при этом определенную систему.

3. Теперь несколько советов по поводу самих объявлений. Размещать объявления рекомендую не в покупных изданиях, типа из «Рук в руки», а в бесплатных рекламных газетах, которые бесплатно распространяются по магазинам, офисам, почтовым ящикам.

Обычно эти газеты распространяются не только в вашем городе, но также и по области - это увеличивает количество потенциальных кандидатов. Цена такого объявления значительно ниже, чем в популярных городских газетах. А если регулярно давать объявление, тогда получается существенная экономия.

4. Теперь о тексте объявления. Применяя концепцию Сетевого маркетинга 2.0, работаем с целевой аудиторией. Объявления типа: «работа...», «подработка...» конечно, вызовет шквал звонков, но тогда придется отсеивать кандидатов, жаждущих получить работу «на окладе», делая презентацию вашего бизнеса по телефону.

В результате может случиться так, что из трехсот позвонивших придет один. Можно автоматизировать процесс сортировки текстом объявления. Например, включая в объявление такие фразы, как: «Работа с каталогами...», «сетевой маркетинг...» Конечно, это существенно сузит количество позвонивших, зато увеличит качество кандидатов, с которыми придется общаться.

5. Если все же вы не решились включить в свое объявление такие страшные слова, как «сетевой маркетинг», тогда можно продолжить отсеивать кандидатов на этапе телефонного звонка. Вот как я рекомендую отвечать на телефонные звонки своим консультантам, которые работают по объявлениям:

«Здравствуйте. Меня зовут..., Как Вас зовут?»

Очень приятно.

(Имя собеседника), наша компания занимается продвижением на российский рынок товаров народного потребления и финансовых услуг методом рекомендаций.

Требуются консультанты для работы по каталогам и страховые агенты.

Собеседование каждый день в 12 часов. Когда Вам удобно подойти? (назначаете день) Записывайте адрес»

Диалог занимает 2-3 минуты. Опять же параллельно идет процесс сортировки. Никаких даже 10-минутных презентаций по телефону проводить не надо - только назначение встречи!

6. Если к назначенному времени в офис подходит несколько человек, сначала заполняем [анкеты](#). После заполнения анкеты у Вас остается имя кандидата, иногда в процессе разговора имя собеседника напрочь вылетает из головы, в самый неподходящий момент, как раз в тот момент, когда необходимо обратиться к человеку по имени.

Остается телефон, который может понадобится для дальнейшей работы. А сама анкета прекрасно выявляет потребности вашего кандидата. После заполнения анкет всеми кандидатами проводим мини-презентацию минут на десять, об основных возможностях заработка в компании.

Тем, кто хочет узнать подробнее о деятельности компании и возможностях заработка, даем информационный пакет, который может включать в себя: диск о бизнесе, диск о продукции вашей компании, каталог.

Выдачу информационного пакета советую сопровождать словами, «материалы могу дать Вам на 2 дня, ознакомьтесь с нашим предложением, и какого бы не было ваше решение прошу вернуть мне материалы, они необходимы мне для дальнейшей работы.»

7. Если на встречу приходит один кандидат, работаем по этой же схеме. Только общая презентация заменяется на «встречу 1+1». Анкета поможет выбрать правильное направление дальнейшего разговора с кандидатом.

8. После просмотра кандидатом дисков - вторая встреча. Если кандидат готов заключить контракт – работайте по обычной схеме: список знакомых, расписание школ, информационная поддержка: диски, книги, сайты. Если нет – берем рекомендации, пополняя свой список знакомых. 10% информационных пакетов не

возвращается. Издержки бизнеса. На дисках и каталогах пишите свои телефоны, e-mail, адрес сайта, кто знает дальнейшую судьбу дисков. Помните о законе притяжения...

9. Хотя метод работы по объявлениям и не дает гарантированного результата, тем не менее, новичкам рекомендую его использовать, как прекрасный метод тренировки, оттачивания ораторского искусства и навыков общения по телефону и т.д.

10. Израель Кляйн – легендарный лидер компании Гербалайф, говорил «делайте, хоть что-нибудь». И еще, все методы хороши – если делать их регулярно. Работа по объявлениям – один из методов работы. Решайте сами – насколько он подходит именно Вам.

Интересно Ваше мнение, а главное, результаты работы по объявлениям. Пишите комментарии и посты.

О том, как я последний раз разговаривала с кандидатом, пришедшем по объявлению, можно почитать [здесь](#)

[РАБОТА ПО ОБЪЯВЛЕНИЯМ - 2](#)

Автор: Алена Антоненко

Источник: <http://supertarget.blogspot.com/2009/02/2.html>

Тема [работы по объявлениям](#) вызвала бурное обсуждение, не только на блогах, но и в нашей дискуссионной группе. Потрясающее письмо прислала Алла Ляпустина из Астрахани. Конкретные действия - конкретные результаты. Bravo Алла!

"...В моей структуре половина дистрибьюторов пришли именно по объявлению. Это один из моих любимых методов работы. С первого дня работы в компании я даю объявление о работе и этому же учу своих дистрибьюторов. А начиналось все очень забавно. Первое мое объявление было «Работа». Звонков было по 20-30 в день. Мои родные не могли находиться дома, когда выходило объявление.

К вечеру язык уже не поворачивался, но это была великолепная школа. Сначала я пыталась рассказать по телефону и о продукции и о компании и о невероятных возможностях, которые дает наш бизнес. И была крайне удивлена тем, что собеседник оставался равнодушным к моему "красноречию" Чаще всего вежливо отказывался прийти на встречу.

Затем наступила усталость. Так как звонков много, а результата мало, естественным образом стало снижаться и мое желание много говорить по телефону, мои ответы стали более короткими и более конкретными, и о чудо люди стали приходить на встречи.

Это так вдохновило, что на первых своих презентациях, я тут же наступила на свои любимые грабли, и уж тут моему "красноречию" не было предела. Мне казалось, что чем больше я расскажу, тем легче мне удастся убедить моего собеседника принять мое предложение. И лишь со временем я научилась больше слушать, чем говорить, но это тема другого разговора. Вернемся к объявлениям.

Основные плюсы работы по объявлению:

1. Этот метод, на мой взгляд, не должен быть основным, а как дополнительный метод пассивного привлечения консультантов, дает замечательные результаты пополнения своей структуры.
2. Это так же великолепная возможность пополнить ряды ваших клиентов. Если человека не заинтересовала возможность работы, то получить бесплатно каталог при личной встрече или на свой почтовый ящик, а так же оформить дисконтную карту, редко кто отказывается.
3. Не редко по объявлению звонят сетевики, проводя разведку боем. Сначала меня огорчали эти звонки, мне казалось что они отнимают у меня время. Я просто недооценивала этой возможности. Сейчас меня расстраивает, когда таких звонков нет. Я с удовольствием отвечаю на звонки сетевиков, тем более, что сетевик сетевика слышит из далека.

И конечно, с удовольствием соглашаюсь на встречу, тем более, что нам есть что предложить. Ни об одной встрече мне не пришлось пожалеть. Если это был опытный человек, мне было чему поучиться и как надо проводить презентации и, иногда, правда и как не надо проводить презентации. Учтя эти плюсы и минусы, я могу совершенствовать и свою работу.

Кроме того я получаю информацию из первых рук о том кто работает в нашем городе с чем и как они работают. Некоторые из них стали моими партнерами, однажды я подписала человека из другой страны.

Почему новички редко дают объявления. Во-первых наверное по той же причине, по которой они не проводят презентаций, не приглашают на работу – они боятся сделать что ни будь не правильно.

Во вторых они боятся отказав. Консультанты стараются найти самый правильный текст объявления, самую правильную газету, самые правильные слова. В итоге они ни чего не делают.

Своим консультантам я стараюсь объяснить как работаю я. Помогаю определиться с текстом и набросать основные фразы ответа на объявления.

Основные пункты которых я придерживаюсь в работе с объявлениями:

1. Объявление должно выходить регулярно 1-2 раза в неделю. Однократное объявление результатов не дает, и это я обязательно объясняю новичку.
2. Текст не должен быть большим, иначе он будет дорогим. Текст может быть разным. Каждое новое объявление я даю не меньше 2-3 недель, а затем анализирую как оно сработало и в зависимости, от результатов (как часто звонили и какая аудитория) я либо продолжаю работать с этим текстом, либо пробую новый.
3. Газета должна быть популярной. Малотиражки дают очень небольшой выход. Обычно я даю объявление в 2-3 газеты, такие как «Из рук в руки», «Все для вас», «Работа» и т.д.
4. Первое слово или фраза текста обязательно в кавычках и желательно с первых букв алфавита, это позволяет моему объявлению оказаться в первых рядах. Так как редкий соискатель дочитает до конца рубрики «Работа». А объявление типа: Эта работа для вас -обязательно окажется в конце списка, что значительно снизит количество звонков.
5. Отвечая на звонки не нужно зазубривать текст, разговор не должен быть как рекламный лозунг, а так же не стоит переходить на уговоры и попытки убеждения, и уж тем более пытаться спорить.
6. Отвечая на звонки я стараюсь всегда иметь под рукой блокнот и ручку, для того что бы записать имя, телефон и дату назначенной встречи.
Вот примерный текст как я отвечаю на звонки:
 - Алло! Я по объявлению.
 - Добрый день. Вас как зовут и сколько Вам лет?
 - Татьяна, 25 лет. (Обязательно записать).
 - Очень приятно. Меня Алла.

- Татьяна, по объявлению в какой газете Вы звоните? Это нам необходимо для статистики.
 - ВДВ (Записать)
 - Спасибо. Татьяна Вы ищите основное место работы или дополнительный доход?
 - Основное.
 - Поскольку наша компания предлагает разные варианты сотрудничества, Вам необходимо приехать в наш офис на собеседование. Возьмите ручку, запишите адрес ...
 - Вам когда удобно во вторник или в среду, в 14.00 или в 15.00.
 - В среду в 14.00 (Записать)
 - Татьяна, давайте уточним: ваше собеседование во вторник в 14.00 по адресу ... Паспорт с собой обязательно.
- Всего доброго.

Я стараюсь говорить коротко, твердым голосом, не давая возможности собеседнику задавать какие либо вопросы. По телефону невозможно провести полноценно презентацию. Невозможно показать качество нашей продукции. Невозможно показать фотографии с успехами своей команды. Я не заискиваю перед собеседником, не разговариваю просящим голосом.

Он ведь не делает мне одолжения. Это я даю ему новую возможность. Я не задаю вопросов типа: а могли, бы Вы записать; а нет ли у Вас ручки и т.д. Такие вопросы позволяет лени взять верх над человеком, не охота поднять «пятую точку», а тут еще ручку заставляют искать. Вопросы в повелительном наклонении (возьмите ручку, запишите адрес) заставляют сначала сделать. Это значительно повышает эффективность вашей работы.

А теперь немного о результатах работы по объявлениям:

- Татьяна - пришла по объявлению "попробовать", через 5 каталогов вышла на товарооборот 3000 баллов, в этом ей к стати помогли так же объявления, так как к ней пришла лидер из другой компании приведя с собой свою ветку.
- Елена - проживает в области, пришла по объявлению за неделю до окончания каталога, ее заинтересовала продукция и она вместе со своей семьей сделала товарооборот позволивший ей получить четыре пылесоса по акции "Активный спонсор".
- Екатерина - стабильный товарооборот 1000 баллов и т.д.

Результаты работы сегодняшнего дня: четыре звонка, назначено три встречи на завтра.

И в заключении хочу привести объявление консультанта одной известной компании, который видимо, решил сэкономить, сократив текст, которое я прочитала в местной газете:

«Компания Э-н, приглашает консультантов. Бесплатная регистрация. Новичкам по-рки».

Желаю всем Успеха в нашем замечательном бизнесе.

Алла Ляпустина. г. Астрахань..."

Любимый метод рекрутирования

Автор: Стас и Татьяна Спорые

Источник: http://mlm-inform.blogspot.com/2007/07/blog-post_24.html



Наиболее полюбившийся нам метод рекрутирования – объявления в газете.

Для этого есть несколько причин.

1. Этим методом может работать даже новичок. (Например, сегодня этим методом начали работать новички в г. Сумы.)
2. Экономия времени - отсеив «случайных» людей происходит в течении одного звонка.
3. Выявление лидера, так как звонят и приходят самые активные и решительные.
4. Возможность подготовиться к встрече с учетом индивидуальных особенностей позвонившего.

Поскольку цель НАШЕЙ работы – это построение стабильной и самостоятельной бизнес структуры то мы придерживались ОПРЕДЕЛЕННОГО плана. (Другая цель требует корректировки плана):

1. Текст объявления: « Работа в компании Эдельстар. 11 видов дохода»+ телефоны консультантов.
2. Разместили в местной районной газете, как наиболее читаемую в нашем районе в рубрике «объявления» (работа, недвижимость и т. д.)
3. Периодичность выхода объявления 1 раз в неделю (во вторник).
4. На звонки по телефону отвечали: "Мы предлагаем сотрудничество с новой компанией Эдельстар, которая представляет на рынке различные товары и услуги, используя принцип сетевого маркетинга.

Для получения более подробной информации..." далее назначаем встречу.

Статистика за 28 дней (в методе участвовало 5 консультантов):

1. Позвонили – 80

Согласились встретиться- 10

Пришли на встречу- 5

Стали активными в этом месяце – 3 (они дали 1\3 прироста товарооборота в этом периоде)

По итогам работы принято решение:

1. Объявление дать не только в местную, но и в областную прессу.
2. Подключать к работе этим методом большее количество консультантов.

Любимый метод рекрутирования (подробности)

Автор: Стас и Татьяна Спорые

Источник: http://mlm-inform.blogspot.com/2007/07/blog-post_30.html



Наш спонсор Екатерина Бокитко попросила дать ответ на приведенное ниже письмо.

Здравствуйте Екатерина! Меня зовут Дейникина Ольга. Я бы очень хотела научиться у Вас построению бизнеса в Эдельстар. Немного о себе. Мне 34 года, живу в Ставрополе. Эдельстар - моя первая МЛМ-компания, в которой я 5-ый месяц. За это время выходила на 15%, а сейчас только на 12%. Теплые контакты уже позади, теперь надо осваивать холодный рынок. Подскажите, какие должны быть ключевые фразы, чтобы сразу

заинтересовать человека, когда он звонит по объявлению или по купону? Заметила, что люди насторожены, реагируют на приглашение подойти в офис. Видимо думают, что там на них будут давить или вербовать. Буду Вам очень признательна за ответ. Очень надеюсь на дальнейшее общение.

Так как мы только что провели рекрутирование по объявлению в газете, делимся своим опытом.

Всем позвонившим мы говорили примерно одну и ту же фразу:

Мы предлагаем сотрудничество с новой компанией Эдельстар, которая представляет на рынке различные товары и услуги, используя принцип сетевого маркетинга.

Мы предлагаем работу на полный и неполный рабочий день.

Для подробной информации нам необходимо встретиться.

В ответ на эту ключевую фразу было получено несколько вариантов ответов, но мы разделили все звонки на две категории, которые различались по конечному результату.

1 категория (не захотели встречаться, не пришли на встречу и т. д.)

Ответы:

- А что такое сетевой маркетинг? (далее в различных фразах шла просьба обо всем рассказать по телефону).

- А что это за работа? (далее в различных фразах шла просьба обо всем рассказать по телефону).

- А что такое 10 видов дохода? (далее в различных фразах шла просьба обо всем рассказать по телефону).

- Это как Гербалайф? (Орифлейм, Эйвон и т. д.)

-Это ходить по квартирам и продавать?

Наш ответ заключался в том, что мы предлагали встретиться для передачи информационного пакета о компании и видах дохода, просили контактные телефоны.

Кто-то согласился встретиться, но не пришёл. Кто-то не согласился. Кто-то сразу попрощался.

2 категория

Наташа:

в ответ на ключевую фразу про сетевой маркетинг сама предложила встретиться, чтобы узнать, что это такое и принять окончательное решение. Встреча состоялась, решение было принято. Активность в первом месяце 130 баллов.

Галина:

знала о компании, искала возможность сотрудничества и обучения. Была назначена встреча. Активность в первом месяце 230 баллов.

Маша (12 лет):

захотела заниматься в новой компании, приехала на встречу, занимается розничными продажами.

Учитывая предыдущий опыт работы с ПРОДУКТ-ориентированными структурами, которые не всегда дают стабильный товароборот, требуют больших затрат времени на мотивацию и развитие, консультанты нашей структуры поставили цель построить БИЗНЕС-ориентированную организацию. Поэтому было принято решение данным видом рекрутирования выявить людей позитивно настроенных для работы в сетевом маркетинге, заинтересовать их работой в нашей компании.

Мы не претендуем на истину, это наше частное мнение.

Рекрутируем: объявления в газете

Автор: Анжела Сорока

Источник: http://misslika.blogspot.com/2008/02/blog-post_15.html

В продолжение темы рекрутирования, сегодня хочу поделиться с вами методом «**Реклама в газете**». Данный метод я использую постоянно, кроме летнего периода. Почему кроме летнего? Да потому, что летом многие люди разъезжаются по дачам и отпускам, и обычно поиск работы или дополнительного заработка оставляют на сентябрь. Не отрицаю, бывают исключения. Но это не значит, что летом я перестаю работать. Нет. Просто в этот период я использую другие методы рекрутинга.

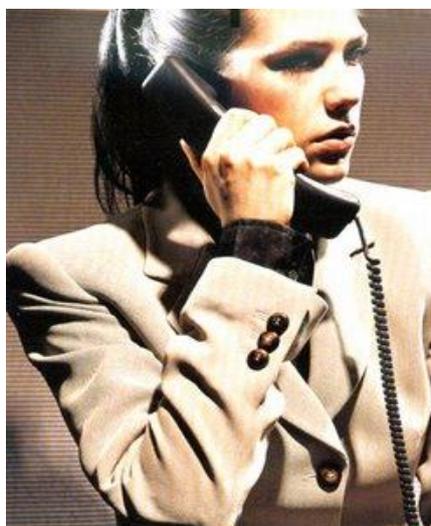
Так вот, я даю объявления в многотиражную газету. Например: «Авизо» это из серии «Из рук в руки», «Пропоную роботу» это специализированная газета, которая у нас в Киеве и области пользуется популярностью. Объявления даю каждую неделю, используя возможность скидок (четыре выпуска + 5й бесплатно).

Здесь главное - количество звонков. Текст стараюсь каждый месяц давать разный, по звонкам отслеживаю: работает он или нет. Если звонков мало - текст меняю.

Сейчас у меня самый большой отклик на самое банальное объявление «*Возможность дополнительного и основного заработка. Свободный график работы. Прописка и образование значения не имеют*». Как видите, ничего супер-пупер магического нет.

Еще использую такие тексты:

1. Новая МЛМ-компания. Предлагаем выгодное сотрудничество, желающим начать собственное дело и преуспеть. Тел.
2. Женщинам! Собственный бизнес – независимость от мужа. Интересно? Звоните, тел.
3. Лидерам МЛМ. Выгодные условия сотрудничества. Не верите? Звоните, Тел. Последнее, если хотите направленно поработать с сетевиками.



Когда вам звонят по объявлению, важно помнить, что цель разговора - **назначить встречу**. Много информации по телефону никогда не даю, сразу знакомлюсь, называю потом по имени (рядом с телефоном всегда лежит записная книжка и ручка). Спрашиваю всегда я! Задаю простые вопросы по типу квалифицирующих.

Думали о собственном бизнесе?
Думали о дополнительном заработке?

Затем говорю, что на сегодняшний день у нас есть следующие направления работы:

- Консультант – работа с продукцией и каталогами

(розничный доход 29 %)

- Лидер группы – поиск и обучение людей, которые будут заниматься продвижением товара, а также рекрутингом.

Если интересно, назначаю встречу.

Мое резюме: Анализируя свои ответы по объявлениям, я делаю вывод - если звонков много, а назначенных встреч мало, значит что-то не то с ответами. Встреч много, подписаний мало – неполная или не совсем качественная, или убедительная информация, которую я даю при встрече и т.д. После чего, стараюсь что-то изменить, улучшить в подаче информации. И так анализирую себя на каждом этапе.

После того, как вы взяли телефон, назначили встречу, но кандидат не явился, не сбрасывайте его со счетов. Позвоните после несостоявшейся встречи и спросите о причинах неявки. Скажите, что вы его ждали, и что он подвел вас. Назначьте новую встречу.

Согласна, часто бывают случаи, когда телефон молчит и на него никто не отвечает, или не хотят отвечать. В таком случае, я больше человеку не звоню. Если он сочтет нужным, то перезвонит сам.

По сетевикам вопросы немного другие. Спрашиваю: *«Почему вы решили позвонить?»* А дальше уже по ответу и собственному опыту - или действительно ищет что-то более прогрессивное или попытается сам рекрутировать.

Просто на встречи с предложением обменяться информацией я не хожу.

Встречаюсь в офисе своей компании. Никогда не встречаюсь в их офисе, это точно попытка рекрутировать. Вы спросите, откуда я знаю, что звонящий человек, является сетевиком? Все очень просто. За годы общения с сетевиками и работы в сетевом, я могу отличить сетевика по интонации голоса, а также по ответам и по вопросам, которые он мне задает.

Преимущества данного метода – работаю дома на телефоне, чувствую себя комфортно. Легче регулировать отношения, чем глаза в глаза, можно просто положить трубку, чтобы прервать разговор при необходимости.

Сложности - мы полностью зависим от количества звонков и, соответственно, контактов. Очень важно хорошее настроение во всем!!!

И два последних слова о рекрутировании. Помните, что человек, пришедший на встречу, хочет получить ответ на три основных вопроса:

- С чем связан бизнес?
Что нужно делать?
Сколько я буду здесь зарабатывать?

И еще, с незнакомым человеком нужно вначале немного познакомиться - узнать, чем занимался раньше, какую бы работу он представлял для себя идеальной, чем доволен и недоволен в своем нынешнем положении, чтобы понять, что хочет от нашего предложения. Т.е. его потребности завернуть в наши возможности. И одновременно понять подойдет ли он нам.

В процессе отбора людей я в первую очередь ищу ответы на следующие вопросы:

- Доволен ли материальным положением?
Любит ли общаться?
Хочет ли изменить свою жизнь?

А какие у Вас результаты по работе с объявлениями? Поделитесь своими изюминками.

"Если Бог медлит, это не значит, что он отказывает"

Автор: Ильмира Нуриева

Источник: http://iandmlm.blogspot.com/2009/03/blog-post_14.html

Доброго времени суток!

Многие мои читатели, наверное, заметили, что я начала писать реже... Дело не только в том, что закончился конкурс, а значит, можно расслабиться. Я считаю, что писать надо в блог тогда, когда чувствуешь, что есть полезная и интересная информация, которой ты хочешь обменяться с другими; тогда, когда есть что сказать; когда тебя переполняют чувства...

К тому же, я сторонник той идеи, что не имея опыта и практики в оф-лайне /то есть в жизни/, в он-лайне /то есть в интернете/ добиться хороших результатов тоже будет сложно.

В Интернете начинают хорошо зарабатывать те, у которых уже создан какой-то хороший остаточный доход /гонорар/ в жизни, который позволяет больше времени проводить у компьютера; а если ты сводишь концы с концами и надеешься, что в Интернете «вот щас как рванет!» - то это иллюзии. Кто на тебя такого придет, если ты сам не умеешь заработать деньги, тем более научить других зарабатывать, то есть: продавать, приглашать, обучать, стать для других настоящим наставником. Это моя точка зрения.

А поскольку я так считаю, то мне пока приходится больше времени проводить в оф-лайне. А стало быть на компьютер остается мало времени, хотя про него совсем забывать не стоит. Я сейчас так сказать «готовлю площадку», понемногу обучаюсь на практике, набираюсь опыта, стараюсь идти в ногу со временем, быть в курсе.

Представьте, что ко мне придет в команду «продвинутый» консультант и спросит: «А знаете ли Вы, что такое сетевой маркетинг 2.0?» Что я тогда должна буду ответить, чему я его тогда смогу научить и как я буду выглядеть в его глазах, если услышу впервые эту информацию от него? Мне почему-то кажется, что ему со мной будет неинтересно...

Поэтому, не судите меня строго, а постарайтесь понять. Я обязательно буду продолжать начатое мной дело, то бишь, мой блог!

А пока я хочу поделиться своими результатами за 3 месяца работы по объявлениям.

Объявления я давала следующего содержания: « Хотите заработать в условиях кризиса? Звоните прямо сейчас: тел. ...». Звонков было очень много... И это понятно, ведь наш город в основном работает и живет за счет «КамАЗа» и в связи со сложившейся ситуацией занял, к сожалению, 1-ое место по безработице в Татарстане; по приведенным данным у нас в городе из всей Республики самое плачевное и критическое состояние.

Честно говоря, у меня были планы Наполеона... Встречи я проводила по 2-3 в неделю, народу приходило много /не буду вам заморачивать голову с цифрами, но у меня все записано/. И вот прошло 3 месяца.

Казалось бы, результат должен был превзойти все ожидания. Ан нет! Ни один человек не заключил контракт! Но забегаю вперед, скажу, что желающие были, и не мало, но как только им давалось время /по их просьбе/ для обдумывания – мы договаривались встретиться на следующий день – их как будто подменяли, они начинали говорить совсем другие слова типа: «я еще подумаю», «мои родные против того, чтобы я этим занималась», «а если у меня не получится», ну и т.д. – в общем масса отговорок и сомнений, было видно, что с ними хорошо «поработали», а они «прислушались» к советам....

Некоторые консультанты из нашей компании, узнав о моих нулевых результатах, даже посочувствовали мне и пожалели меня, что я зря потратила так много денег, времени, сил и энергии.

Я как человек, работающий над собой и во всем видящий позитив, начала анализировать эту ситуацию. Почему же ни одного человека? Что я вынесла из этой ситуации и какой приобрела опыт? Кстати говоря, думаю, что не каждый человек после такого опыта, решится продолжать свое дело. Но я нисколько не расстроилась и не разочаровалась!

Проанализировав ситуацию, я сделала следующие выводы:

1. Я на «пять с плюсом» отработала проверенный алгоритм приглашения людей в бизнес за 15-20 минут и сейчас меня хоть ночью разбуди, я не смущаясь и не заикаясь, смогу повторить то же самое; к тому же меня нисколько не смутит, кто будет передо мной: учитель, студент, школьник, предприниматель или домохозяйка – я одинаково найду общий язык с каждым.
2. Я научилась интуитивно чувствовать людей: как им преподнести материал, какие слова сказать, какой пример привести, как задеть «за живое» /в хорошем смысле/. Это пункт, как и следующий, связан уже с психологией;
3. Я научилась слушать и слышать людей, а это в нашем бизнесе очень важно! Я наработала навык общения с людьми;
4. Предлагая другим начать свой бизнес с минимальными инвестициями, я еще больше утвердилась во мнении, что это - мой бизнес! И я – бизнес леди /бизнес вумэн/;
5. Я поняла, что мне в команду нужны люди уверенные в себе, амбициозные, целеустремленные, сильные, одним словом – Лидеры, а ко мне приходили люди, которые ищут работу. Поэтому, Высшие силы и не допустили их ко мне. И слава богу! Предвижу, что некоторые скажут: «Надо было брать их сразу, пока они тепленькие, а не на следующий день». А я опять не соглашусь – зачем мне в команду люди, которые сегодня тепленькие, а завтра холодные; я вижу в своей команде людей горящих, «кипящих и бурлящих» и не зависимых от внешних обстоятельств!
6. Я посеяла семена; а прорастут они или нет – время покажет! Главное, что я совершала целенаправленные действия, а не сидела и не смотрела только на свою карту желаний, медитируя. Я и сейчас не остановилась. А Высшие силы это видят и обязательно пошлют мне таких людей, каких я заслуживаю – настоящих Лидеров! Я

создам отличную, огромную и успешную команду. Мы создадим, с моим мужем – он хотя и не консультант нашей компании, но очень меня поддерживает, верит в меня и всячески помогает. И я ему за это очень благодарна!

Не скажу, что 3 месяца для моего бизнеса прошли впустую. Я закрыла два последующих больших ранга: увеличились мои бонусы, товарообороты, увеличилась моя команда – ведь я работала во всех направлениях. А насчет результата по объявлениям скажу так: «Лучше меньше, да лучше!» Для меня важно качество, а не количество.

И еще хочется привести здесь слова Б.М.Конни: «Если Бог медлит, это не значит, что он отказывает». Это я к тому, что если нет пока результата по объявлениям, это вовсе не значит, что не будет результата в бизнесе вообще.

Доказано, что если кулаком постоянно бить в стену в одну точку, то через какое-то время стена все равно сдастся и рухнет. А в нашем бизнесе надо не бить, а качать и качать; и результат обязательно будет! Это я уже усвоила!

До новых встреч!

Лапша на уши или еще один метод рекрутинга.

Автор: Анжела Сорока

Источник: http://misslika.blogspot.com/2008/02/blog-post_08.html

Что же такое «**лапша**» в рекрутинговом понятии? Нет, это не вермишель или макароны, которые едят или вешают на уши разным лохам. Это один из методов рекрутинга.

"**Лапша**" – это объявления в виде листовок с отрывными ленточками, на которых написан номер телефона, по которому предлагают позвонить.

Такие объявления расклеивают на улице на столбах, на подъездах домов, а также на досках объявлений.

Эффективность данного метода невысока, т.к. вслед за вами будут идти дворники, которые срывают все объявления без разбору, т.к. в их обязанности входит чистота подъездов и столбов, находящихся в рабочей зоне.

А также конкуренты других компаний, которые завидев ваше объявление, тут же наклеивают поверх него свое. Ну, конечно же, клеить рядом нет смысла, а вдруг ваше объявление заинтересует кого-то больше, чем его, а это означает, что клиент тю-тю ушел.

Чтобы данный метод работал, необходимо каждый день или через день, ходить по своему маршруту и обновлять объявления.

Честно говоря, времени теряешь не мало. Проще найти кого-то, кто согласится за символическую плату проделывать эту работу.

Могу сказать из своего личного опыта, что для развешивания лапши в количестве 100 шт., затраты по времени составят примерно 3 часа. Вот и подумайте, есть ли у вас 3 часа лишнего времени.

В данном методе могу дать вам маленькую подсказку, где выгодно развешивать «**лапшу**».

Практически возле каждого высшего учебного заведения, есть местная доска объявлений. Студенты, это народ, который с удовольствием занимается деятельностью, которая приносит дополнительный доход.

А также не забываем про общежития. Договорившись с вахтером общежития, можно повесить свое объявление прямо внутри помещения.

Так выглядели объявления, которые я **когда-то** использовала:



Дополнительный заработок

Клуб умных покупателей
компании **Edelstar**

[Эдельстар] приглашает к сотрудничеству всех, кто понимает, что сэкономленные деньги - заработанные деньги. Легко выполнимый маркетинг-план, дающий возможность хорошего заработка и карьерного роста.
- *качественная продукция*
- *скидка до 30 %*
- *бесплатная регистрация*

Звоните: 512-13-55 Анжела

«EDELSTAR» 512-13-55 Анжела	«EDELSTAR» 512-13-55 Анжела	«EDELSTAR» 512-13-55 Анжела	«EDELSTAR» 512-13-55 Анжела	«EDELSTAR» 512-13-55 Анжела
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

Важное дополнение от [Екатерины Бокитько \(http://www.promlm.ru/promlm/contacts/index.html\)](http://www.promlm.ru/promlm/contacts/index.html) :

Я в тот момент дала объявление о поиске мастера для циклевки паркета.

Звонок. - Здравствуйте, я звоню по объявлению. Что вы продаете?

- Ничего. - А покупаете? - Ничего. - А меняете? - Ничего.
- А зачем тогда объявление давали?!

После этого звонка я ВСЕГДА на отрывных листочках пишу о сути объявления.

Вечный вопрос - где взять людей

Автор: Татьяна Годорож

Источник: <http://tatjanagdr.blogspot.com/2009/02/blog-post.html>



Зима - холода. Где-то холода покрепче, где-то климат помягче, как у нас в Украине. Но, погода погодой, а построение команды на зимний период никто не отменял. Даже наоборот, пока конкуренты ждут потепления, нужно пользоваться моментом. Так я решила и пошла клеить объявления.

Здесь есть некоторые тонкости, которые замедляют процесс, а всё, что на морозе приходится делать медленно, приводит к замерзанию и желанию плюнуть

на всё и пойти в тепло.

Например, раньше мы пользовались клеем, а сейчас специальным канцелярским двухсторонним скотчем. Дома его можно порезать на квадратики и приклеить к каждому объявлению. А на улице снимаешь верхний слой скотча и лепи на любую поверхность.

Клеить лучше не на остановках и столбах, а на подъездах многоэтажных домов. И делать это желательно после 12 часов дня, когда бдительные дворники ушли, но до 16 часов, когда люди возвращаются домой. Кто с работы, а кто с поисков работы. А тут вы, со своевременным предложением в своём объявлении.

Я заметила, что объявлений сетевиков на подъездах очень мало. Вы можете быть вообще единственным работодателем, хотя ещё недавно была совсем другая картина. В основном коллеги дают объявления в газеты. А вот в газеты сейчас, можно сказать только наш брат-сетевик и пишет, из-за чего конкуренция возрастает в разы.

Теперь о том, что писать. По опыту знаю, что это должна быть одна фраза крупным шрифтом, побуждающая позвонить вам. Например: "РАБОТА С КАТАЛОГАМИ" или "СВОЙ БИЗНЕС В КОМПАНИИ ЭДЕЛЬСТАР", или "НЕТ РАБОТЫ? ОТКРОЙ СВОЁ ДЕЛО!" Смею вас заверить, что слова "[каталог](#)" и "[бизнес](#)" сейчас почти никого не пугают. Можете написать "Дополнительный доход", звонков будет много, а толку мало. Зато, если вы новичок, то можете потренироваться отвечать на звонки.

Менять текст не возбраняется, хотя, если объявление нормально работает, то пусть работает. Мой любимый спонсор уже лет пять даёт одно и то же объявление "Обучение, работа, бизнес". Но вы должны найти своё, придуманное лично вами, иначе оно может не давать звонков.

Сколько штук нужно клеить. От 50 до 100, в зависимости от величины вашего города. Причём каждый день.

Недавно купила книгу бриллиантовых директоров нашей компании Татьяны и Константина Акимовых "Добейся успеха в Эдельстар. Практические советы." И что вы думаете! Они делают то же самое, что и мы, только много-много раз.

Вот примерное расписание их рабочего дня:

с 6 до 8 - расклейка объявлений,

с 9 до 12 - приём звонков,

с 13 до 15 - анкетирование,

с 16 до 18 -19 - проведение встреч с позвонившими,

с 20 до 21 - обзвон по результатам анкетирования.

Когда собирается 10-15 новичков, они начинают проводить для них школы, старт-тренинг, то есть запускают новичков в бизнес.

Как они это делают - отдельная песня.

Но в режиме вышеописанного расписания они работают полгода, строят стабильную надёжную команду и... едут в другой регион. Наша песня хороша, начинай сначала, как говорится. И опять в таком же напряжённом режиме клеят объявления, отвечают на звонки, проводят анкетирование, презентации, школы, делают звонки, клеят объявления.

И так много - много раз.

Хотите вы после этого стать бриллиантовыми директорами? Я хочу! И вообще, если уж бриллианты со своим немалым доходом работают с объявлениями, то нам ли стесняться со своим? А вы как думали, вам обещали, что будет легко и почти ничего делать не придётся? Так, немного - 2-3 часа в день? Нет, братцы! В сетевом маркетинге, как нигде халявы не бывает.

Итак, вы расклеили объявления, пришли домой и ждёте, когда вам позвонят. Основные звонки идут на следующий день, поэтому не расстраивайтесь вечером раньше времени. Подумайте заранее, что вы будете отвечать позвонившим. У вас есть только пару минут, чтобы удержать их внимание и пригласить на встречу.

Сейчас такая ситуация на рынке труда, что приходящие по объявлениям уже обошли массу сетевых компаний, за это время они поняли, что сетевой маркетинг это не секта и не лохотрон и, что в нём делают свой бизнес обычные люди, такие же как они. И самое главное, что в СМ действительно можно хорошо зарабатывать.

Это уже не те потенциальные партнёры, которые совсем недавно боялись сетевого маркетинга. Кризисная ситуация заставила их разобраться, что это за "возможность" такая. И теперь они хотят знать [маркетинг-план](#), [ассортимент продукции](#) и т.д. Всё по-взрослому.

Но, уверяю вас, что компания, маркетинг-план и продукция, это для них второстепенно по сравнению с вашей личностью. Подсознательно эти люди ищут человека, который им чётко объяснит, что нужно делать, кто и за что получает деньги и как мы всё это делаем. Они хотят увидеть в нас надёжность и профессионализм. И они от нас хотят получить уверенность в том, что мы им обязательно поможем и, что у них всё обязательно получится.

Желаю вам удачи и больших команд!

МЕТОД ХОЛОДНЫХ КОНТАКТОВ- ЗА ИЛИ ПРОТИВ?

Автор: Савкина Евгения

Источник: <http://savkina09.ru/holodnyie-kontaktyi-za-i-protiv>

Здравствуйте, дорогие друзья! Что такое холодный контакт? Холодный контакт это обращение к незнакомому человеку с целью установления доверительного миниразговора. Целью холодного контакта является взять контактный телефон или электронный адрес, если вы работаете в интернете. Нельзя предлагать бизнес на улице!

Холодный контакт бывает случайным и запланированным. Запланированный холодный контакт это анкетирование и раздача листовок и других рекламных материалов. Сегодня я хочу посвятить пост именно методу раздачи листовок и рекламных материалов. За эту неделю я прочитала много различных, в том числе и отрицательных мнений в адрес этого метода, а вот Ольга Короткова написала, что она использует холодный контакт- как метод личностного роста!

Действительно, бывают сетевики, которые работают непрофессионально, но это не означает, что виноват **метод холодного контакта**. Еще я прошла по некоторым блогам и сайтам профессиональных МЛМщиков и нашла немало положительных отзывов, с которыми я была солидарна. Я тоже считаю, что этот метод повышает уверенность, смелость и самооценку сетевого, умение распознавать людей и заводить беседы. Кто прошел настоящую школу холодных контактов может смело назвать себя профессионалом.

Я лично **метод холодных контактов** использую на протяжении нескольких лет (5 точно) вплоть до лета прошлого года. Эффективный он или нет? Конечно, его эффективность немного уменьшилась за последнее время, чувствуется, что народ слегка устал от всевозможной рекламы. Но это не значит, что мы должны от него полностью отказаться, не будем использовать мы, будут использовать наши конкуренты, я имею в виду представителей розничной торговли. А для того чтобы меньше раздражать народ, давайте подходить к его применению цивилизованно!

Сегодня я расскажу немного о том, как проводит мероприятия такого рода наша команда. Напомню лишь, что компания Фаберлик выпускает отличные миникаталоги, которые можно использовать как визитки, а также промо - стойки, кроме мини каталогов можно использовать обычные каталоги, листовки, визитки и листочки каталогов, пробники, флаеры. Т.о. мы сочетаем раздачу рекламных материалов и опрос одновременно, используя при этом промо-стойку.

Первым делом мы проводим собрание для всех, кто будет участвовать в проведении акции.

Более опытные сетевики проводят инструкции, а если требуется, то и тренинги для новичков для отработки основных навыков.

Оговаривается имидж, требования к тому, как должен выглядеть консультант косметической компании строгие, это ухоженный и деловой вид, присутствие атрибутики компании обязательны.

Для максимального эффекта существует схема, что и как говорить и как работать с возражениями

Как завершать разговор и брать контакт, обязательно надо взять предварительное согласие человека перезвонить ему.

Как работать с полученной базой контактов. Не ждем, когда нам позвонят, берем инициативу в свои руки.

Я решила поделиться, как и прежде, своими рекомендациями по этому методу:

Мы не обращаемся ко всем подряд, уже на самом первом этапе мы отсеиваем часть не своей целевой аудитории. Нам подходят: позитивные, ухоженные, улыбающиеся люди.

Нам не подходят: негативные, злые, с опущенными уголками губ, надменные, спешащие, идущие с тяжелыми сумками, говорящие по телефону, старики, дети, неадекватные (три последние категории проявляют всегда повышенный интерес к различным акциям 😊)



Нужно правильно задавать вопросы для того, чтобы получить больше информации о тех, кто заговорил, нам нужно узнать, что их может заинтересовать больше: хорошая косметика или возможность заработка или им вообще ничего не надо. Это нам пригодиться, когда мы будем звонить.

Мы стараемся выбрать правильное место и время, последний год мы стали использовать фирменную промо-стойку, и тогда люди сами подходят и нам надо будет просто правильно вести беседу

Если все-таки, люди проходят мимо, можно обратиться к тем, кто бросил заинтересованный взгляд на нас. И не обращаться к тем, кто прячет взгляд или упорно нас не замечает.

Работать на улице можно только в хорошую погоду, иначе мы можем вызывать жалость у прохожих. На случай непогоды лучше арендовать место в торговом центре или супермаркете

Лучше не проводить акции холодного контакта в одиночестве. Даже если одинокий консультант чувствует себя комфортно, потенциальный кандидат подумает, что ему придется тоже вот так, одному потом работать. Но ситуации бывают разные, иногда надо срочно пригласить людей на какое нибудь мероприятие...

Я противница того, что нужно работать по системе чем больше и быстрее "распихать" тем лучше. Лучше меньше, но качественнее провести диалоги, тогда и рутинной работы будет меньше в дальнейшем.

Работая по схеме, внутри схемы я всегда импровизирую и слегка шучу, но при этом веду себя солидно.

Работать надо легко и в удовольствие! Если так не получается - учитесь или бросьте, может этот метод действительно не ваш. Мы же вправе выбирать методы работы.

Не делайте поспешные выводы, что бы получить результат, нужно, что бы все участники акции набрались опыта и проводили холодные контакты на протяжении определенного времени регулярно.

За вашей личностью пойдут обязательно, даже если вы познакомились на улице, если вы излучаете уверенность, культуру, доброжелательность и профессионализм!

Необходимо учитывать местный менталитет и особенности. Мы работаем в небольших городах и поселках и этот метод здесь не вызывает антипатии. Народ у нас не избалован сильно вниманием, жизнь течет более размеренно и люди охотнее идут на контакт, чем в крупных городах.

Этой весной компания Фаберлик выпустила новые **миникаталоги**, и мы планируем провести весенние акции по сбору холодных контактов. Ну что ж! Будем надеяться на хороший результат!

Желаю всем удачного бизнеса и продуктивных холодных контактов!

Началась практика! Обзвон по резюме. Часть 1.

Автор: Владимир Могиленко

Источник: <http://coldmarketmlm.blogspot.com/2010/10/1.html>

Здравствуйте, дорогие друзья!

Сегодня первый пост, который будет посвящен практическим навыкам и работе на холодных контактах. Тему "Обзвон по резюме" я выбрал не случайно - это был мой первый опыт работы на холодных контактах, эту идею мне подкинул [мой спонсор](#), когда мы небольшой командой ходили на Байкал на выходные, чтобы отдохнуть в наших прекраснейших местах.



У вас могут возникнуть вопросы, а почему именно резюме, а не встречи на улицах или еще что-то? На тот момент я только начал задумываться о холодных контактах, начал подбирать информацию, слушать крупных лидеров, таких как **Всеволод Татарин** и **Артем Нестеренко**.

Придерживаюсь следующей поговорки: *"Дурак учиться на своих ошибках, а умный на чужих"*.

На мой взгляд сразу выходить не подготовленному новичку на "жесткий" прямой контакт (когда подходишь к человеку на улице) просто нежелательно, может сразу все желание пропасть строить бизнес, а наша задача, чтобы наши новички росли и дорастали до больших высот.

Поэтому проще начать с обзвона по телефону, хотя и это для многих очень сложно.

В первый раз нас было трое: Я, мой спонсор и мой бизнес-партнер. В офисе было тихо.

Никого не было. Утро выходного дня. И мы все вместе обсуждаем, что кто придумал, какую речь подготовил для звонка. Вспоминаю свои ощущения, перед тем как сделать первый звонок: был явный мандраж, слова забывались, страх потерять потенциального партнера при звонке.. В голове были одни вопросы: Как начать? Что

говорить, а что не говорить? А если спросят это, то что? У меня была целая блок-схема звонка по резюме. Думали мы думали, обсуждали, и все никак не решались и тут мой спонсор говорит:

Хватит уже теоретизировать, давайте позвоним и по результату будем анализировать и корректировать!

Спонсор начал первым, чтобы показать нам, что не зря он наш спонсор!:) Выбрал первый контакт, набрал номер и сказал:

- Здравствуйте, Ирина! Меня зовут Андрей. Вам сейчас удобно разговаривать?

-Да.

-Я увидел ваше резюме в интернете по поводу поиска работы, вы еще работу ищете?

-Да.

-О компании Флоранж, чтобы-нибудь слышали?

-Нет.

-Компания занимается французским нижним бельем по каталогам. Вам это интересно?

-Да.

Дальше была назначена встреча.

После этого примера, я последовал за спонсором, снял трубку и сказал тоже самое. Мне отказали. После обзвона примерно 20 человек у меня не было назначено не одной встречи.

И мне в голову закралась мысль, что, что-то в этом диалоге не так... Я продолжал обзванивать небольшое количество резюме примерно по 100-200 в месяц, а отдача была всего несколько встреч, но я понимал, что метод должен работать, просто, что-то я делаю не так.

После этого я начал искать другой вариант диалога и спустя несколько недель я его нашел! Это был синтез знаний Всеволода Татарина и Артема Нестеренко при работе на "жестких" контактах.

Диалог получился следующим, которым мы сейчас и пользуемся:

-Здравствуйте! Ирина?

-Да.

-Меня зовут Владимир. Я увидел ваше резюме в интернете по поводу поиска работы. Вы еще работу ищете?

-Да.

-Дело в том, что я сейчас развиваю новый бизнес в Иркутске, связанный с французским коллекционным нижним бельем и подбираю себе в команду от менеджеров продаж до руководителей команд. Вам это интересно?

-Да.

-Давайте встретимся и уже детально обсудим мое предложение. У меня есть свободное время 8 октября в 18:00 или 9 октября в 12:00?

-Я приду 8 октября в 18:00.

Моя статистика показывает, что на каждых 5 звонков, я назначаю 1 встречу. Скажу вам это очень хороший показатель! На звонок примерно уходит около 3 минут - быстро и эффективно.

Спустя несколько десятков звонков, мой страх пропал, начала появляться уверенность и спокойствие, а через несколько месяцев у меня укрепился новый навык и теперь я уже совершенно спокойно и с удовольствием делаю эти звонки.

В завершении осталось сказать, где же я беру эти резюме? Ответ прост: в интернете огромное количество сервисов, предоставляющих такие услуги абсолютно бесплатно, вы без труда их найдете с помощью поисковиков (google, yandex и других).

P.S. Помните, что информация без практики, так и остаются информацией и не увеличивает ваш чек! Только действия и практика даст вам необходимые знания и уверенность в себе, а также увеличит ваш чек!

P.P.S. Пост разбит на части с целью облегчения восприятия информации, не хочу вас сразу перегружать различными тонкостями. В следующем посте поделюсь опытом, как изменить выше описанный диалог под различную целевую аудиторию!

Обзвон по резюме. Часть 2. Тонкости!

Автор: Владимир Могиленко

Источник: <http://coldmarketmlm.blogspot.com/2010/10/2.html>

Здравствуйте, дорогие друзья!

Долгожданная вторая часть с различными тонкостями, которые я использую на практике.

Перед тем как звонить по резюме, прочитайте резюме человека и определите:

- Кем он хочет работать?
- Какая зарплата ему нужна?
- Какие у него предпочтения?

Тонкость №1. Хорошее настроение. С улыбкой на лице и звонок приятнее делать и человеку приятно с вами общаться. Даже если человек не согласится на ваше предложение зато о вас останется приятное впечатление.

Тонкость №2. Будьте уверенными в себе. Когда человек не уверенно говорит, то это чувствуется через телефонный разговор, соответственно у человека появляются сомнения на ваш счет. Поставьте себя в позицию, что Вы - бизнесмен, Вы владелец бизнеса и Вы делаете предложение человеку. У вас бизнес есть, а у него его нет!

Тонкость №3. Определите цель звонка. Перед тем как позвонить подумайте, какую цель Вы преследуете, что Вы хотите предложить этому человеку. Как только Вы определитесь с целью Ваше предложение станет четким и ясным.

Тонкость №4. "Принадлежность к группе". Условно всех кандидатов можно разделить на группы:

- продавец;
- предприниматель.

Эти группы можно выделить по следующим критериям:

- сумма ежемесячного дохода (не забывайте, что сумма ежемесячных доходов зависит от города, страны. Например, средний уровень доходов в Москве примерно в 2 раза превышает уровень доходов в Иркутске. Поэтому определяйтесь по месту);
- должность (я к тому что не стоит директору предлагать быть продавцом, а директору предлагайте партнерство в бизнесе).

Пример, приглашения для продавца:

-Здравствуйте! Ирина?

-Да.

-Меня зовут Владимир. Я увидел ваше резюме в интернете по поводу поиска работы. Вы еще работу ищете?

-Да.

-Дело в том, что я сейчас развиваю новый бизнес в Иркутске, связанный с французским коллекционным нижним бельем и подбираю себе в команду от менеджеров продаж до руководителей команд. Вам это интересно?

-Да.

-Давайте встретимся и уже детально обсудим мое предложение. У меня есть свободное время 8 октября в 18:00 или 9 октября в 12:00?

-Я приду 8 октября в 18:00.

В этом приглашении, я предлагаю должность менеджера по продажам и руководителя команд. Бывают ситуации, когда делаешь такое предложение "продавцу", он отвечает: "Интересно, хотела бы попробовать себя в роли руководителя".

Пример, приглашения для предпринимателя:

-Здравствуйте! Ирина?

-Да.

-Меня зовут Владимир. Я увидел ваше резюме в интернете по поводу поиска работы. Вы еще какие-нибудь варианты рассматриваете?

-Да.

-Дело в том, что я сейчас развиваю новый бизнес в Иркутске, связанный с французским коллекционным нижним бельем и ищу себе партнеров по бизнесу. Вам это интересно?

-Да.

-Давайте встретимся и уже детально обсудим мое предложение. У меня есть свободное время 8 октября в 18:00 или 9 октября в 12:00?

-Я приду 8 октября в 18:00.

Тонкость №5. Презентация под приглашение. Не забывайте, что под каждую группу людей необходимо делать свою презентацию! Нельзя приглашать одинаково студентов и пенсионеров, директоров и продавцов и т.п. Потому что у этих людей разные потребности.

Студентам нужен опыт и быстрые деньги, а пенсионерам, чтобы не умереть с голоду на пенсию и чтобы наконец-то по путешествовать по миру.

P.S. Используйте этот метод, ищите свои варианты приглашения, зарабатывайте опыт и вы создадите свою команду мечты! Я думаю, что если вы сделаете 100 звонков и при этом найдете только одного бизнес-партнера, который действительно будет заинтересован, этот метод будет того стоить.

P.P.S. Каждый имеет право выбора и люди в праве решать нужен им бизнес или нет. Не забывайте, что все не будут заниматься бизнесом, поэтому не все примут ваше предложение. Делайте! Ищите! Анализируйте! Корректируйте! И Вы найдете того кого ищите!

Работа с выставками

Автор: Олесь Тимофеев

источник: <http://olestimofeev.com/?p=1568>

Теплый привет Вам, из наконец-то начавшего теплеть Киева 😊

Как я и обещал, информация для Вас, которая может быть отличным тренингом и так же источником поиска людей в бизнес. Говорим о «**работе с выставками**».

Сказать честно? Участвовать на целенаправленных выставках мне нравится, но в большинстве я веду свою команду на них только из-за тренинга. Находясь в интенсивном темпе 2-3 дня, человек развивает и выносит свои качества коммуникабельности, и не только, на новый уровень. **Но есть несколько важных моментов, которые нужно понимать и делать, что бы Выставки приносили Вам пользу!**



Давайте изначально начнем с того, что я рекомендую участвовать на целевых выставках. То есть на тех, где аудитория людей расположена к тому, что Вы им собираетесь предложить: продукт/услугу/возможность.

Я помню, когда мы принимали участие на прошлой выставке в Киеве, где было порядка 20 сетевых компаний и еще 10 компаний прямых продаж, я слышал от многих жалобы на то, что нет людей, нет продаж, как-то скучно. Я могу объяснить, почему так происходит. **Для того, что бы было не скучно, НЕ надо сидеть или стоять за своим столиком и втыкать или ожидать чудо!** К сожалению или скорее к счастью для нас, таких, кто просто сидел, и чего-то ждал было большинство.



Когда мы идем на выставку, **наша задача создать Шоу! Феерию! Предоставить радость гостям!** Начну с того, что в зависимости от размера выставки наша команда всегда числится больше участников, чем у других. Это позволяет отлично работать с каждым человеком и поддерживать контроль в процессе выставки.

Сейчас один из моих активных партнеров первой линии забрал полностью под себя целую серию выставок, и активно участвует на них со своей командой. На самом деле это здорово и если ко мне попадает информация об интересных выставках, на которых есть смысл быть, мы принимаем участие.



Для того, что бы выставка прошла успешно, Вы должны задавать на ней ритм! Именно этим мы и занимаемся. Зачастую она у нас окупается, и к тому же мы получаем много довольных клиентов и новых партнеров. Необходимо движение, люди не должны проходить мимо Вашего стенда и уходить с пустыми руками или не оставив Ваш свои координаты.

Как это сделать? Вопрос индивидуальный и лично Ваш. Я лишь скажу, что у Вас должна быть определенная фишка, которая может зацепить гостя. Неважно насколько разукрашен Ваш стенд, сколько там плакатов и постеров. На последней выставке на стенках нашего стенда было минимально информации, буквально логотип компании и пару картинок, но людей у нас было как обычно больше всего. Главное на выставке это не то, как разукрашен Ваш стенд, а то, **как работает Ваша команда.**



Подведем итог и мои рекомендации к участию на выставках:

- Логотип Вашей компании, команды должен присутствовать, но не облепливайте Ваш стенд под завязку. Людей это не особо интересует;

- Работайте командой, если Вы берёте стенд **2 м2**, смело формируйте команду из 5-6 человек, если Вы берёте стенд **4 м2**, формируйте команду из 8-10 человек и так далее по мере роста. Обычно всегда 1-2 человек приходят позже или уходят раньше или кто-то уходит на пару часов и возвращается;
- На выставке нужно работать! Не сидите, сложа руки за Вашим стендом!
- Произведите впечатление, показывайте Вашу фишку гостям и участникам;
- На сетевых выставках есть сетевики из других компаний, обменяйтесь телефонами, возможно, Вы будете полезны друг другу в дальнейшем 😊
- Ассортимент продукции должен быть подготовлен заранее и подобран грамотно;
- Информационная литература должна быть красивая, на качественной бумаге. Не тупые белые, желтые или зеленые листочки с чёрным текстом;
- И всегда улыбайтесь! 😊

А Вы участвуете на выставках? Поделитесь Вашим опытом, если он есть. Напишите, что Вы об этом думаете в комментариях.

Как на автопилоте поработать на отдыхе?

Автор: Шошана Бродская

источник: http://business-mamasha.blogspot.com/2011/05/blog-post_1940.html

Вопрос может показаться дурацким - если едем отдыхать, то при чем тут работа? Но если учесть, что у сетевого нет понятия "рабочая неделя" или "отпуск", то и понятие "отдых" (тот же отпуск) нивелируется, и получается, что мы либо все время работаем, либо все время отдыхаем - кому как это представляется)))

Итак, неумолимо надвигается лето, а с ним - массовые отъезды клиентов на дачи, курорты и пр. Для того, чтобы объемы наших продаж не снизились, у нас есть два варианта: 1) больше работать, искать по месту жительства новых клиентов; 2) уехать на отдых!

Сразу признаюсь, что я сама не слишком разъезжаю по курортам, так сказать, семейное положение не позволяет. Поэтому в качестве примера "работы на отдыхе" приведу историю, рассказанную лидером нашей ветки, сеньор-менеджером Евой Шабтай.

Однажды, в такое же замечательное лето, Ева поехала на курорт. Автобус, перевозивший отдыхающих, был полон. Люди коротали время, занимаясь кто чем: кто-то жевал, кто-то зевал, кто-то трепался по мобильнику.

А Ева вышла в проход автобуса и громко сказала: "Дорогие отдыхающие! Пока мы скучаем в этом автобусе, вы позволите мне рассказать вам что-то интересное?"

У народа пропала зевода, и лица отдыхающих повернулись к ней. Она рассказала, что сотрудничает с компанией натуральных экологических продуктов, и что эти продукты могут быть полезными отдыхающим на курорте, а также после отдыха. Спросила, у кого какие проблемы, и дала рекомендации. Короче, использовала на полную катушку долгий и скучный переезд на курорт. Взяла телефоны.

После этого все дни, пока она отдыхала, к ней непрерывно обращались люди.

Во-первых, они ее хорошо запомнили по импровизированной лекции в автобусе, и тут же рассказали об этом неординарном событии другим отдыхающим, которые приехали не с этим автобусом.

Во-вторых, у нее были с собой продукты, которые могли понадобиться на отдыхе, и об этом уже знал весь курорт.

Так что, поработав всего 1 час во время переезда, на курорте она могла спокойно отдыхать. И при этом прилично заработать!

Всем здорового лета и хорошего заработка!

Ярмарка "Мода и стиль" в г.Лыткарино

Автор: Сергей Мелехин

Источник: <http://sergeymelehin.blogspot.com/2011/02/blog-post.html>

Мы с Машей поучаствовали в ярмарке. Там мы представляли продукцию фирмы Florange.



Наш городок - [Лыткарино](#), расположен в 15км от МКАД. Большая часть населения работает в Москве и приезжает только переночевать. Остальные работают на оборонных предприятиях в черте города. Т.к. жители, работающие в Москве, возвращаются после закрытия выставки, то в будние дни мы ожидали посещения только тех, кто работает в городе, а работающих в Москве - в выходные, причем больший наплыв мы планировали на выходные, когда все жители города будут дома.

Маша поставила себе цель. Я взял отпуск, что бы Машу не отвлекал быт. В выходной напечатали [визитки](#) 100шт, на розовой бумаге, заняли на месте проведения ярмарки столик, собрали все белье и каталоги, которыми успели обзавестись за 3 недели работы с Florange и в понедельник с утра отправились в ДК "Мир" на выбранное место. Место нам несколько раз меняли, в итоге мы оказались в самом центре Ярмарки. Можно сказать, что вся ярмарка вращалась вокруг нашего стола.



В общем хорошо устроились, вокруг модули с другим товаром, сквозняков нет, тепло, светло. Доступ к столику с трех сторон. Столик был пластиковый, квадратный, 70x70см. Сначала переживали, что нечего на него положить, но потом докупили каталогов и продукции, огромное спасибо девочкам они подвезли своих демо-экземпляров и все перестало помещаться. Маше удалось выпросить на несколько дней еще один столик за ту же цену и вот тут она развернулась. К Маше на помощь приезжали [Лена](#), [Вера](#) и [Туяна](#).



Они задавали направление в котором двигаться и показывали, как нужно говорить с клиентом, что бы он заинтересовался продукцией. Огромное им спасибо.

Ярмарка удалась. Было много интересных товаров, все места были заняты. Продавцы на соседних точках, как правило, люди настроенные на получение дохода и они всегда интересуются, чем можно еще заработать денег. Т.е. при отсутствии покупателей Маша пыталась наладить контакт с продавцами.

На этой ярмарке удалось подписать 2-х девочек. Продавцы со своим товаром со следующего понедельника были на другой ярмарке, причем все на разных и в разных городах Подмосковья.

Поэтому их внимание к нашей продукции дорогого стоит.

ДК расположено в 700м от проходной оптического завода ([ЛЗСО](#)).

И получалось так что в будние дни наплыв был с утра около 12.00 и после 17.00, когда люди шли с работы. В 18.30 посетителей уже не было. Чуть меньше народа было в понедельник, в остальные рабочие дни примерно одинаково.

Основным нашим разочарованием стали выходные, мы рассчитывали на увеличение покупателей, но этого не произошло, их стало даже меньше, как мне кажется все кто работает в Москве предпочитает закупаться в ближайших МЕГА-Моллах, до соседнего всего 8,5км по прямой и ходит маршрутка.

В день мимо Маши проходило около 100 человек. Была часть посетителей, которая приходила каждый день на Ярмарку что-то меряли и смотрели у них был ежедневный променад.

Машин стол стоял между стендов на которых весела до потолка одежда и люди шли и смотрели "по верхам", чтобы обратить внимание посетителей на столик приходилось идти на "холодный контакт". Люди опускали глаза вниз и скидывали бровями: "О, а тут тоже что-то есть!" и начинали рассматривать.

Были очень взрослые женщины, которые приходили за покупками для своих занятых дочерей.

Были такие, кто требовал привезти им три комплекта одного размера, а они выберут из них один.

В общем, было по разному, но большая часть впечатлений осталось у Маши, будем ждать, когда она выложит в сеть свои впечатления.

[Вера](#) сказала, что надо озаботиться рекламой. Ее муж сказал, склотить стенд дело пяти минут, только нужны две швабры доска, голова и пара рук. Тут я с ним полностью согласен. И к третьему дню у нас стоял на улице перед входом рекламный щит из швабр.

Сначала мы хотели поставить его в зале, но соседние продавцы сильно возмутились и мы его вынесли на улицу ко входу. Эффект был потрясающий - все мужчины сворачивали голову и теряли равновесие на ступенях ДК. В следующий раз надо будет сделать бОльший акцент на название фирмы, а не на изображения из каталога.

Факты:

- 1) Стоимость 1-го столика 70x70 в день 700р. Ярмарка была 7 дней. Итого 4900р.
- 2) Время работы ярмарки с 11 до 19 часов.
- 3) По окончании ярмарки не продано образцов примерно на 30 000р, все продали через 2 недели.
- 4) К концу месяца Маша вышла на уровень "Бизнес-координатора"

Вот вкратце, что я хотел рассказать о Ярмарке.

Я не волшебник, я только учусь управлять мечтой...

Автор: Мария Мелехина

Источник: http://sergymelehin.blogspot.com/2011/03/blog-post_24.html

После нашего участия в [ярмарке 7-13 февраля в ДК «МИР» г. Лыткарино](#) я выделила для себя следующие плюсы и минусы ярмарки:

- + большое количество холодных контактов;
- + контакты, прошедшие отбор, т.к. в основном подходят те, которых заинтересовало белье;
- + большое количество клиентов сейчас (важно окупить затраты на ярмарку);
- + клиенты на перспективу (оставляют телефоны те, которые не могут приобрести белье сейчас), особенно это важно для новичков;
- + клиенты (большинство) в выбранном городе;
- + возможности партнерства;
- + отличный тренинг наработки профессиональных качеств для новичка;
- + замечательный тренинг по продукции;
- + отличное мероприятие для сплочения команды;
- + замечательная работа по преодолению страхов;
- + тренинг по повышению уверенности в себе;
- + работа в тепле;
- + с/у под боком;
- + все инструменты с собой: каталоги, визитки, блокноты, продукция, даже флаг;
- затраты на оплату места;
- одному тяжело работать с несколькими клиентами. Т.к. если подходит один – за ним выстраиваются трое;
- одному не просто представить большое количество образцов и размеров продукции;
- полный рабочий день с 11 до 19, а иначе: зачем платить?
- если один, то некогда поесть.

Вывод: ярмарка – это здорово, когда ты работаешь с командой. Прекрасный инструмент для обучения новичка.

Огромное спасибо тем, кто мне помогал и поддерживал!

Вывод есть.

Желание повторить с командой понятно.

У меня в голове сумбурно формируется и прокручивается мечта, текст примерно следующий:

На следующей ярмарке в ДК «МИР» г.Лыткарино, которая будет проходить с 11 по 17 апреля... Дату бы другую, у нашей младшей 17 апреля день рождения... Я, Мелехина Мария, буду участвовать в этой ярмарке вместе с командой партнеров. Расходы, представляемые образцы, время пребывания на ярмарке мы с командой моих партнеров (более 4-х человек – для начала) поделим между собой в равных частях. Я беру на себя организацию.

Эта мечта крутилась у меня в голове. Оговорюсь: целью для себя я такую не ставила, иначе бы прописала на бумаге. Единственное, на чем я делала акцент: контроль эмоций. Т.к. давно за собой заметила, что люблю радоваться исполнению желаний заранее. Сами знаете, что из этого получается: моя мечта сбывается, но у соседа, друга, того кто рядом со мной... Сергей, тебе со мной повезло! ;-)

Резюмирую:

Сейчас ярмарка проходит с 21 по 27 марта (изменили дату), я в ней участвую вместе с командой партнеров, образцы продукции и время пребывания на ярмарке мы с командой (более 20 человек) представили вкладчину по мере возможностей каждого, время организовано так, что на выставке все время находится два и более человек, одним из организаторов являюсь я, администрация нашего города оплатило место на ярмарке. Но кое-что не так, как мне действительно хотелось...

Вопрос к читателям:

Где допущена ошибка? Просьба к тем, кому я уже рассказала эту историю: "Пожалуйста, не выдавайте секрет!!!! "

Ответ будет опубликован после окончания ярмарки.
Оставайтесь с нами!!!

Методы млм.Простота-мать эффективности!

Автор: Роман Маркин

Источник: <http://www.romanmarkin.com/metody-mlm-prostota-mat-effektivnosti/>

Приветствую, уважаемый посетитель моего блога!

Пост этот «с пылу с жару». Реалити шоу- show must go on !:)

Вернулся только что, с «полевых работ» - трудился в «оффлайн». Не всё же **млм** **через Интернет** развивать. Надо же, и поразмяться на свежем воздухе 😊. Тем более, что периодически надобно делать самому то, что хочешь, что бы повторяла твоя организация.

| А в рекрутировании, все способы хороши...~~Победителей~~ Президентом Бриллиантовых не судят:))

Практиковал старинный метод- раздача листовок.

Метод этот, некоторые сетевики считают «методой динозавровой». Малоэффективной и без перспективной.

До недавнего времени, я крайне скептически относился к такому способу, создания товарооборота. В оффлайне «лапшой» забавлялся, [методики сетевого маркетинга в Интернет](#), комбинируя.

Но статистические данные, мой скептицизм поубавили.

Раздача листовок стали активно практиковать в последние две недели.

Модификация следующая. Целевая аудитория –потребители. Смысл листовки : пришлите смс на указанный номер. Участвуйте, в викторине и получите гарантированный приз в офисе компании. После моего звонка, претендента на подарок, встречаемся в офисе в обозначенное время. Цель- либо регистрация в компании и пополнение своей организации потребителем, либо взятие пяти шести рекомендаций, список знакомых тем самым пополняя. Ну а «подарок» в подарок за «трудозатраты»...

Статистика моя и моих коллег такова: из 200 листовок – 3-5 смс. Приходов два-три. Контрактов с заказами один–два.

Проще говоря,худший расклад: 1000 листовок – пять контрактов с заказами.

В день, в среднем, две встречи.

Работаю таким методом не долго. Но с удивлением для себя отметил, что встречи-то у меня, почти каждый день.

Теперь предположим, что таким методом привлекают потребителей 10 человек в организации. За 21 день - 30 000 листовок- 150 регистраций. В год это минимум 2000 – 3000, даже если учитывать естественную «убыль» из структур потребителей...

При правильном взаимодействии, можно и из этой самой большой и «трудозатратной» категории кандидатов, отсеять людей для бизнеса подходящих.

Да, можно возразить, что работа на «потребителя» - это перепись населения. Но Вы знаете, не хуже меня 95% наших сетей состоит из потребителей.

И чем больше «засыпается в воронку на входе, тем больше можно получить на выходе. Бизнесом заниматься, осознанно желание имеют 2-3%. На деле совершают какие-то «бизнес шевеления» и того меньше. Потребитель – это листва. Бизнесмены (лидеры) – ветви.

Или из области медицины: лидеры - кости (мощи), потребители - «мясо»

Вот чтоб дерево куцом не выглядело, а бизнес костями своими не гремел, потребителей в организации должно быть, по определению, достаточно.

Методика проста до безобразия. Но она легко дублируется.

И что бы работала хорошо, условие есть одно: бренд млм компании должен быть раскручен. Компания должна целенаправленно и своевременно снабжать дистрибьюторов всем необходимым: печатной и «подарочной» продукцией.

Так совпало сегодня, что вместе со мной «трудилась» мои однополчане- коллеги из параллельных веток. В центре города (а в нашем городе это пять кварталов в одну сторону и пять в другую) я насчитал в «прайм тайм»- 15 человек. И с промо стойками и с соц. опросниками.

Так вот, «утиные истории» про переполненность рынка, ввиду старости компании (более 40 лет), перенасыщенность дистрибьюторов (в Благовещенске более 35 директоров- товарооборот 180 000 за 21 день), незаинтересованность населения в приобретении продукции по каталогу – сказки Андерсена.

Честно скажу, что одно время я в эти млм-байки искренне верил.

И ещё одно выяснил. 99% Бизнес «нафиг» не нужен. Подарки давай:).

Это давно поняли и тойота: купи джип - фирменный свисток в подарок. Крупные банки: возьми ипотеку «на полвека» - шампанское в подарок. И строительные компании: вставь два окна - тряпочка по уходу за стеклом - подарок.

Один минус у этой методики всё-таки есть. Это территориальная привязанность. То есть создание базы потребителей, только строго в области одного города.

Вот для решения этого изъяна и надобно применять методики развития **сетевого маркетинга через Интернет.**

А в «оффлайне», методики простые. Тем более, что закон покорения вершин в сетевом маркетинге прост. Из трёх простых и известных слов: рекрутируй, рекрутируй, рекрутируй....

А усложнить, всегда успеется...

Новый рубеж взят! Соц опрос жильцов квартир!

Автор: Владимир Могиленко

источник: <http://coldmarketmlm.blogspot.com/2011/03/blog-post.html>

Здравствуйте, дорогие друзья!

*Я бы посоветовал вам оторваться от всей этой массы в 90% бездельников и присоединиться к тем 10% людей, кто действительно работает.
(Джим Рон)*

Дорогие друзья! Хочу поделиться с вами своей радостью, я сегодня впервые проводил соц опрос жильцов моего дома! :) К этому выходу готовился почти неделю, то одни заботы, то другие и только вчера смог подготовить анкету для соц опроса.

ПОДГОТОВКА

Думаю вам интересно, как происходил процесс подготовки к соц опросу?! :))

1. Все начинается с серьезного намерения сделать этот соц опрос жильцов.
Цель: рекрутинг новых партнеров и конечно же отработка новых методов работы с холодными контактами.
2. Так как этот метод уже давно опробовали другие сетевики, я почитал как они это делали (книга "*Роман о холодных контактах*" Николай Заговора). Взял некоторые рекомендации и составил свою анкету (я использую карты памяти, очень удобно накидать структуру, мысли и т.п.; картинка ниже).



Моя карта памяти - mindmap. Анкета для соц опроса жильцов дома.

3. Так как это был мой первый соц опрос по квартирам, я себя чувствовал очень не комфортно: мандраж, испытывал небольшой страх, желание уйти от этого, заняться чем-нибудь другим, что более привычно и уже комфортно. :) Промелькнула такая мысль, что сейчас бы лучше пошел проводить соц опрос на улице, чем соц опрос жильцов.

Следовательно, моя задача была настроиться на соц опрос жильцов и преодолеть страх. Я использовал техники преодоления страха, которые описывал в предыдущих постах "[Как преодолеть страх перед холодными контактами?](#)", если быть точным заманил себя сладеньким - решил купить себе торт! После так и сделал.:)

ДЕЙСТВИЯ

После подготовки пошел проводить соц опрос. Вышел в 13:00 и сразу же прямиком к соседям. Было страшно сделать первый шаг и постучать в дверь, сразу было куча негативных мыслей, а если откажут, а что подумают и т.п., но постоянно вспоминал о своем ТОРТЕ!!!

Главное начать, через несколько дверей весь страх и сомнения исчезли.

Я просто делал, не задумываясь об отказах!

МОЙ РЕЗУЛЬТАТ

Подведу итоги своего соц опроса. За 1,5 часа работы успел обойти 49 квартир из 60 (к остальным просто не смог подобраться, были закрыты секции и звонков не было). На мои вопросы согласились ответить: 10 человек - 10 квартир: 7 человек оставили свои контакты и хотят узнать о возможности, как увеличить свой доход и 3 человека не дали своих контактов, возможность им не нужна; 3 человека не стали отвечать.

Моя анкета сторона №1

Моя анкета сторона №2

И только в одной квартире у меня спросили: "Это сетевой?" На что я ответил: "Да, сетевой" :.)

С эмоциональной стороны ничего страшного нет. Самое приятное, когда выполняешь запланированную задачу. Чувствуешь себя ПОБЕДИТЕЛЕМ! :)

Обеденное время думаю вполне удачное для поиска людей, которые ищут возможность увеличить свой доход. Дома сидели мамы с детьми, пенсионерки и люди, которые в поисках работы.:)

P.S. Хотите зарабатывать столько, сколько еще не зарабатывали, сделайте то, что еще не делали!

Не бойтесь пробовать новые методы друзья, бойтесь без действия! БЕЗДЕЙСТВИЕ - ЕДИНСТВЕННАЯ ПРИЧИНА ВАШЕГО НЕУСПЕХА!

Ля-ля-фа, но еще не романс.

Автор: Зинаида Турчинская

Источник: http://realitymlm.blogspot.com/2011/04/blog-post_13.html

О холодных контактах пишут много, даже целые "романы". Конечно, они требуют особой смелости, настроя, и пройдя этот шаг, получив первые контакты, консультант МЛМ-компании, парит на крыльях радости и вдохновения. Готов уже и романс написать.

На мой взгляд, главное условие для успеха в этом деле - работать в паре с нижестоящим консультантом. Консультант учится и Вам не дает расслабиться, засомневаться и испугаться. Вы должны быть на уровне, не упасть в грязь лицом! Работает на 120%.

Я тоже уже писала о [холодных контактах](#), о результатах работы разными методами. Я убедилась, что самым дешевым и эффективным является анкетирование.

О разных видах анкет я писала [здесь](#). Анкетировали мы на улице, по магазинам и учреждениям. По магазинам очень удобно ходить в первой половине дня, когда покупателей немного и продавцы скучают, не знают, чем заняться и мало, кто отказывает в проведении соцопроса.

В офисах народ работает, среди них гораздо меньше желающих ответить на вопросы.

Преимущество проведения анкетирования в помещениях - тепло и сухо, и мухи не кусают!

Анкетирование на улице предполагает относительно "летнюю" погоду, хотя мы выходили и зимой, в снегопад. И вот она - золотая пора для холодных контактов на улице - наконец-то наступает!!! Правда в этом году не очень торопится!

С новичком, который хочет заниматься продажами, мы берем анкету по продукции. В литературе много примеров таких анкет. Все собранные заказы отдаю своему новичку. С теми, кто ищет партнеров в бизнес, мы работаем с анкетами по финансовому обеспечению жителей города и предпринимательской деятельности.

Владимир Могиленко, партнер из параллельной структуры, очень подробно описал проведение и результаты [поквартирного](#) соцопроса на своем блоге. Очень интересный опыт, но я не собиралась в ближайшее время этим заниматься. Но жизнь приготовила сюрприз. На 5-летие компании Флоранж приехала из Иркутска мой спонсор - [Марина Мазуренко](#), у нас было время для совместной работы и Марина предложила освоить метод поквартирного опроса.

Мы вооружились планшетами с анкетами и втроем, с нами была еще мой партнер Нина Тищенко, отправились в ближайший многоквартирный дом. Все дома в г. Балабаново с домофонами, мы звонили в квартиры с верхнего этажа и просили открыть подъезд для проведения соцопроса. Я была удивлена, что жильцы, не дослушав, открывали дверь.

Марина и Нина работали вдвоем, а я - одна. Мне было очень комфортно работать одной, я знала, что где-то рядом есть мои партнеры и очень уверенно занималась своим делом.

Сначала мы прошли 2 подъезда 5-этажного дома, но нам не понравилось, очень быстро заканчиваются квартиры, много беготни получается. И мы решили идти в 9-этажку.

Всего за 1,5 часа мы проанкетировали примерно 30 жильцов, большинство жильцов на работе, и получили 10 контактов!!! По-моему, очень хорошие результаты! Каждые 9 минут мы получали по 1 контакту людей, заинтересовавшихся нашим предложением.

Супер! Каков будет сухой остаток - напишу позже.

Мне очень понравилось работать таким методом, очень комфортно. Все, кто согласился ответить на вопросы, приглашали меня войти в квартиру, это уже больше походило на работу по теплым контактам, по атмосфере и моему состоянию.

За хорошую работу, за освоение нового метода мы наградили себя поездкой в Этномир. А об этом - в следующем посте.

Как побороть страх перед холодными контактами?

Автор: Анастасия Морозова

Источник: <http://lifestylemlm.blogspot.com/2011/08/blog-post.html>

Вот уже 5 дней я работаю с холодными контактами. И хочу поделиться опытом. Но для начала давайте разберемся с одной проблемой, уверена, актуальной для многих.

Слушая или просматривая тренинги, читая посты опытных сетевиков, составляя вопросы и обдумывая свои действия перед холодными контактами, мы чувствуем себя готовыми ринуться в бой.

Но когда выходим на улицу, берем в руку планшет с опросом, смотрим на мимо проходящих людей, весь настрой и дар речи просто теряются. По крайней мере, так было у меня.

Как же страшно открыть рот и сказать с улыбкой «Здравствуйте!».

Как ни странно, главное начать. Это как заходить в холодную воду. Можно либо нырнуть с разбега, не задумываясь, холодно или нет. А можно простоять у берега, слегка намочив ноги, так и не решившись зайти в воду. А ведь когда оказываешься в воде, уже совсем не холодно и не страшно. Вывод? Нужно прыгать!



Все это прекрасно понимая, я и на четвертый день работы с холодными контактами, боялась подойти к людям.

Вся эта боязнь мне ужасно не нравилась, и справиться с ней мне помог вот такой не сложный способ.

Итак, всем боякам, рвущимся к целям посвящается :)

1. Для начала надо разобраться в чем проблема, т.е. чего мы боимся.

Варианты: боимся отказа, косого взгляда, что не будут разговаривать, что грубо ответят, плохо подумают и т.д.

2. Теперь надо понять, что произойдет, если наши бязни оправдаются. Т.е. нам откажут, грубо ответят и самое страшное - плохо подумают :)

Проанализировали, подумали? И Ваш ответ?
«Ничего».

Ничего страшного не произойдет.

Все пойдут по своим делам, возможно, так ничего и не подумав ни плохого, ни хорошего.

Кто-то побежит по очень важным делам в магазин, кто-то пойдет домой смотреть телевизор, пить пиво с друзьями или заниматься у соседки до зарплаты. Это выбор людей и они имеют на это полное право.

А кто-то никуда не пойдет, а останется на улице, с улыбкой на лице продолжая анкетировать прохожих. И у этого человека гораздо больше шансов достичь своих целей и изменить что-то в своей жизни.

Будьте уверены, позитивные и открытые люди Вам обязательно встретятся, которые с радостью ответят на вопросы, оставят свои контакты и придадут Вам уверенности в себе.

Это факт, проверено на себе.

А мимо проходящие пригодятся разве что для статистики.

Итак, подумав над своими страхами, проанализировав «последствия», а также вспомнив, для чего Вы это делаете – сделайте для себя выводы.

И вперед, ныряйте в море холодных контактов!



Вскоре, Вы получите от этого удовольствие!

Страшно впервые выходить на “Холодные Контакты”?

Автор: Вера Попова

Источник: <http://secretdohoda.com/?p=1017>

Раньше тема **Холодных Контактв** была для меня абсолютно закрыта: не зная инструкции ЧТО делать и КАК делать, мои попытки стать не то, что МАСТЕРОМ, но и просто контактировать на улице с незнакомыми людьми, каждый раз заканчивались провалом.

Прочитав книгу Николая Заговора “Роман” о холодных контактах, и, применив анкеты, я стала выходить на анкетирование.

Чаще всего выходила одна. Мотивировала себя всем, чем только можно было: возьму 15 контактных телефонов и куплю себе... (такой мини-бонус), но...это мало помогало. Страх всё равно не отступал и был сильнее меня.

Однако, на сегодняшний день, я легко организую свою группу на **Холодные контакты**, а сама делаю контакты на улице уже без анкеты (жёсткий ХК).

Напишу несколько рекомендаций, как легко выйти впервые на холодные контакты, если страшно (новички моей команды уже в первый день берут по 10-15 контактных телефонов):

- На первых этапах выходите вдвоём (со спонсором, с коллегой), а лучше втроём. Ещё лучше группами по 2-3 человека.
- Начните снимать первые спазмы своего страха через **анкетирование** на улице около станций метро с хорошей проходимостью.
- в 90% случаях делайте шаг навстречу и перегораживайте дорогу человеку, который вам понравился из толпы со словами: “Добрый день. Опрос общественного мнения. 1 минута времени”.
- Не “разбегайтесь” с коллегами, а держитесь клином, либо друг напротив друга (глаза партнера придают уверенности вам).
- Чтобы сделать **холодный контакт** без анкеты, идите впереди, а сзади чуть поодаль “группа поддержки” (2 человека), подойдите к человеку, который понравился вам, и, сделав комплимент, сделайте предложение бизнеса, затем обменяйтесь телефонами.
- Если страшно даже с группой поддержки сделать жёсткий **холодный контакт**, то также с группой поддержки потренируйтесь 10 раз поздороваться, 10 раз спросить “Как пройти в библиотеку”, а уже потом без страха начните подходить к людям и делать предложение бизнеса или продукта компании, с которой вы сотрудничаете.

Так что, дорогие коллеги, если вам страшно, то **ДЕЙСТВУЙТЕ!**

Преодолев страх вы увидите как к вам придет КУРАЖ! И каждый день ваша личная сила будет расти и придавать уверенности вашим ДЕЙСТВИЯМ!

P.S. Несколько фото с анкетирования втроём: <http://secretdohoda.com/?p=1017>

Холодные контакты. Мой опыт!

Автор: Маркин Роман

Источник: <http://www.romanmarkin.com/xolodnye-kontakty-moj-opyt/#more-1635>

Приветствую, уважаемый читатель моего блога!

Пост, этот о **холодных контактах** в сетевом маркетинге. И это не теория, а моя практика применения оных в бизнесе нашем.

Эти дни я целенаправленно готовил свой изворотливый мозг к осуществлению мечты- затеи своей давней- пополнять свой список знакомых из числа незнакомцев. Процесс этот, осуществлять с нулевой затратной частью.

Не прибегая к дополнительным приспособлениям, окромя, своей улыбки и бесконечной веры в победу сетевого маркетинга, над современными способами рабовладения 😊.

Признаюсь честно, за 8 лет моей профессиональной деятельности, осуществить 100% холодные контакты, до этого не получалось.

Выходил я в поле широкое, на проспекты мощённые, да так домой под разными предложениями благовидными ни с чем и возвращался. То люди угрюмые, то я не совсем отрепетировал текст приветственный. Или "срочно" вспоминал о делах неотложных.

Холодные контакты-что это

Под 100% холодными контактами, я считаю обращение к человеку, без соц. опросника, без листовки, без каталога, и прочих инструментариев.

И за 8 лет нет такого метода, который я бы не испытал. Холодные контакты из этого перечня до дня сегодняшнего - в список этот не попадали.

И так, решил я начать с малого. Посчитал, что 20 подходов, для начала хватит.

Для этого, вытащил из коробки с игрушками дочки 20 разноцветных шариков, размером с горошину. Им предстояло стать, карманным калькулятором попыток моих.

Планшетку соц. опросника, блокнот и прочие вспомогательные инструменты в руках решил не держать. В случае, если холодный контакт, внезапно перерастёт в горячий, ничто не мешало мне мгновенно сменить дислокацию 😊. На легке.

Насмотревшись корпоративных журналов с фотками топ-лидеров компании (и не найдя себя там), наслушавшись мотивационных речей людей в стезе этой съевших не одну собаку- переместил свою тушку в центр города.

Памятуя, свой предыдущий, неуспешный опыт холодных контактов, я решил подстраховаться и не дать себе возможность отступить. Я пригласил с собой свою

первую линию. На «мастер–класс», так сказать. (Сам мастер от подмастерья ничем не отличался).

И так, мы в центре города. У центрального универмага- гордо называемого благовещенцами ЦУМом.

Оцениваем обстановку. На противоположной стороне улицы с соц. опросами стоят коллеги из другой сетевой компании. Чуть далее - представители компании прямых продаж, продающих настоящие французские духи за 250 рублей.

Мой изворотливый ум, ввиду высоко конкурентной среды, начинает придумывать различные варианты переноса холодных контактов, на другое время. Что в принципе, уже с успехом до этого, удавалось многократно.

Предательски заурчало в животе. Нестерпимо захотелось пить. От бывшего боевого настроения не осталось и следа. Любое мероприятие, будь то раздача листовок или каталогов, казались в разы привлекательными и желанными. Только бы не делать холодные контакты.

Тут сработала «страховка». Поймав пылливый взгляд своей первой линии, наблюдавшей когда же я буду показывать «класс», я решил действовать. Не убьют же в конце концов.

Первой респонденткой я выбрал бодро шагающую девушку. И молвил, голосом не своим: «Простите, здравствуйте! А не скажите, где находится переулок Чудиновский? (Как оказалось позже, такой в Благовещенске существует)

Моя визави, в отличии от меня, бодро сказала, что туда надо ехать на 44 автобусе и стремительно удалилась.

Я не успел её отблагодарить, сделать комплимент, и задать квалификационный вопрос- не знает ли она людей, которые хотели удвоить свой доход и зарабатывать больше чем сейчас.

Видимо, моя улыбка была не настолько лучезарной и магнетической, чтобы в загляденье остановиться. Да и выражение глаз, видимо было, как у спаниеля, оставленного в аэропорту.

Но первый подход сделан- шарик перекочевал из одного кармана в другой. Оставалось всего, каких то 19 подходов.

Или этот факт меня приободрил или тёплый дружественный взгляд на моей спине, моей первой линии. Но к следующей респондентке, я подходил улыбаясь до ушей.

«Простите, можно задать два вопроса? Вы местная, из Благовещенска?. А не скажите где переулок... Спасибо, здорово помогли? Вы очень отзывчивый человек. А Вас как зовут? Меня Роман. Кстати не знаете людей, кто хотел бы удвоить свой доход и получать больше чем сейчас?

Далее, отлично, давайте обменяемся телефонами, я Вам перезвоню, где и когда будет удобно обменяться информацией....

И так есть первый телефон. Ещё один шарик отправляется в нагрудной карман.

Настроение поднимается, улыбка из голливудской- натужной превращается в естественную.

Видя мои успешные подходы, и моя первая линия стала так же, подходить – делать контакты.

Что получилось в итоге у меня. За 3 часа – 16 подходов – 4 телефона.

Из соискателей в бизнес партнёры – 4 мужчины, 12 представительниц пола слабого.

Справедливости ради, спешу сообщить, что во время этого сеанса холодных контактов, я встретил – 5 своих знакомых, телефоны и координаты коих у меня были давным давно утрачены. 8 лет в млм, а список знакомых то - не проработан.

На не краткие брифинги на тему «как ты, чем занимаешься» ушло в среднем минут 50.

Несмотря, на результаты скромные, главная цель была достигнута.

Резюмируя, моё живописание хочу сообщить следующие.

Холодные контакты прекрасны в следующем:

1. Мы сами визуально выбираем, своего потенциального бизнес партнёра.
2. Если есть взаимная симпатия, а значит некоторая степень доверия- телефон даётся. А как известно, люди идут на «нас». Маркетинг план, родословная президента млм компании, продукт- значение имеет вторичное.

Ибо, даём одну и ту же ин-фу, к одним люди присоединяются, другие и за год никого подписать не могут.

3. Что говорить своему визави, не имеет существенного значения:

-Где находится штаб квартира Ивана Грозного?

-Янтарная комната

-Ключ от квартиры, где деньги лежат:)

Все вступительные речи служат только одной цели - квалифицировать «открытый» человек или он :«я на работу уже опаздываю», «меня ничего не интересует» «сегодня я уже иду в ресторан», « я очень тороплюсь».

4. Решающим фактором **в эффективности холодных контактов**, является наш внешний вид, он важен.

Но важнее, кардиганов из шкурок мексиканского тушкана, это наш внутренний настрой. Драйв и кураж.

Нет железобетонной уверенности в своём бизнесе – не помогут ни соболя ни ролексы.

5. Ну и лучший экзамен проверить, крепкие ли у тебя ~~я...~~ нервы. И насколько сильно на жизнь твою влияет мнение совершенно тебе незнакомых людей.

Очень сильно выручила улыбка. Я шел, улыбаясь, выбирая взглядом встречных прохожих, которые на улыбку среагирует так же улыбкой. Это лучший тест.

А ещё, заметил, если человек не смотрит тебе в глаза, опускает взгляд- «кина» не будет. Не «хочут» контакта. Ни холодного, ни горячего.

Лучше всего, подходить к тем, кто идёт шагом не спешным. А не несётся стремглав. С или на перерыв обеденный.

Можно, конечно, лихо заломив набок ночной чепчик, стучать по клавиатуре, [рекламируя и уповая на млм системы](#), управляемых одним пилотом.

Суча ногами в ночных тапочках, что в Европе, да и в Америке сейчас так строить млм уже не модно. Холодные контакты - атавизм.

Можно сидеть в офисе, ожидая, когда придет на встречу и знакомство будет, как на цыганской свадьбе. Где жених и невеста знакомятся за столом свадебным.

Но холодные контакты, считал и считаю верхом коммуникационного мастерства.

Дёшево и сердито, эффективно. Последнее утверждение намереваюсь доказать на практике. Веруя в закон перехода количества в качество. И моих попыток и моих кандидатов. Даешь реалити шоу 😊

А дискомфорт неминуемый- от отсутствия профессионализма. Коему не только можно, но и научится надобно.

Когда-то и звонок по телефону был для меня прыжком в прорубь. Позже я уяснил. Как только мы преодолеваем что-то, мы растём.

Но со временем и в прорубь стал с удовольствием нырять и звонить без благоговейного мямляния 😊.

Чем сейчас и займусь. 4 телефона - 4 потенциальных 21% группы (сказка ложь, да в ней намёк....).

Теперь Вы знаете, что что практиковать холодные контакты может каждый. Кто хочет расти и развиваться в млм бизнесе.

А как с холодными контактами, дела обстоят у Вас?

Веселые истории на холодных контактах! :)

Автор: Владимир Могиленко

Источник: http://coldmarketmlm.blogspot.com/2011/08/blog-post_25.html

Здравствуйте, дорогие друзья!

Когда смеешься над людьми, на них не сердись. Юмор учит терпимости, и юморист - когда с улыбкой, а когда и со вздохом - скорей пожмет плечами, чем осудит.
(Уильям Сомерсет Моэм)

За несколько недель на **соц опросах (анкетирование)** на улице получил просто бесценные истории жизни! :) Решил рассказать Вам эти веселые истории с целью немного повеселить вас, а с другой стороны показать, что делать **холодные контакты** весело, интересно и совсем не страшно.

Первая история

Идет красивая девушка по ул.Урицкого в г.Иркутске (эта улица, где у нас ходит очень много людей, одна из центральных улиц и самая людная), я заметив ее пошел навстречу ей. Подошел и говорю:

- *Здравствуйте! Можно задать вам пару вопросов? Всего пол минуты времени.*
- *Да.*
- *Как вас зовут?*
- *Татьяна.*
- *Меня Владимир. Очень приятно познакомиться. (Дальше сделал комплимент, точно уже не помню какой, но помню, что девушка сразу расплылась в улыбке).*

Дальше шли вопросы по анкете, она на них отвечала, я задавал дополнительные вопросы, чтобы разговорить девушку и оставить приятное впечатление. Когда я спросил ее телефон, она спросила: *"Это сетевой маркетинг?"*. Я честно ответил: *"Да. А что вы знаете о сетевом?"*

И у нас начался длинный разговор на эту тему, я узнал, в каких компаниях она пробовала строить бизнес, что не получается и т.д. Я узнал у нее, что она не хочет идти на наше мероприятие, соответственно не собирается оставлять телефон и тогда я сделал **"ход конем"**:

"Татьяна дай те мне ваш номер телефона, я хочу вас пригласить на чашечку кофе!"

Вот тут все и началось... Девушка растерялась на некоторое время и говорит:

- Какой Вы смелый! А если я замужем?*
- Я же вас не на свидание приглашаю, а пообщаться.*

В итоге немного подумав, она оставила мне свой телефон, мы попрощались и уходя она говорит: **"Кстати, я не замужем."**

Этой фразой она меня просто сразила. Я до сих пор вспоминаю эту историю с улыбкой на лице. :)

Вторая история

Идет красивая девушка по Урицкого, в белом платье, выглядит просто шикарно. Я подумал, что хочу, чтобы она была в моем бизнесе. И сразу сделал шаг к ней:

- *Здравствуйте! Можно задать вам пару вопросов? Всего пол минуты времени.*

- *Да. Что у Вас?*

- *Провожу соц опрос. Как Вас зовут?*

Следующего ответа я просто не ожидал!

- *С какой целью Вы интересуетесь? Вы пикапер?*

- *Нет. А почему Вы так решили?*

- *Они постоянно здесь стоят! Достали уже.*

Она ответила на все вопросы, но к сожалению телефон не оставила. Не каждый день такое бывает, но вспоминать такие истории без улыбки просто не могу. :)

Еще...

Кроме этих двух историй, есть еще одна постоянно повторяющаяся картина: идет девушка или женщина, выглядит как серьезная, хорошо одета. И тут я к ней подхожу и говорю:

"Здравствуйте! Можно задать вам пару вопросов? Всего пол минуты времени."

И как они на меня смотрят, с высоко поднятой головой, надменно, их взгляд просто испепеляет (словно идет королева, а тут подданный к ней обратился). :)

Я от этих картин просто расплываюсь в улыбке, меня они просто веселят, а кого-то они просто убивают и после этого люди не хотят идти больше на холодные контакты. Мое мнение - относитесь к таким ситуациям просто с юмором. :)

Есть еще очень забавная картина: идет девушка (женщина) медленно, медленно вышагивает, куда не торопится. Я к ней подхожу и говорю все ту же фразу. И в ответ слышу:

"Я спешу!"

И просто супер картина, от которой хочется просто кататься со смеху! :) Идет девушка (женщина) и увидев вас начинает увеличивать скорость шага, почти до бега и прижимается к стене, чтобы не дай бог вы к ней не обратились с вопросом и просто пронеситесь мимо Вас, и как только она вас проходит сразу скорость падает до тихого и медленного шага!

P.S. Как вам истории дорогие друзья? Напишите в комментариях, что вы об этом думаете. Поделитесь своими веселыми историями, я думаю, что всем будет интересно их почитать. :)

[Иду в народ, часть 3.](#)

Автор: Ольга Семуткина

Источник: <http://mlm-ru.blogspot.ru/2009/08/3.html>

Вызов принят!

Пример оказался заразительным и на этот день запланировано выйти в народ втроем.

Время близится к обеду, на душе чувствую беспокойство, стараюсь не придавать этому значения, не в первый раз, пройдет.

Не тут то было, пройдет...

Звоню вызвавшимся, чтобы обговорить время выхода:

Т.- У меня сегодня не получится, представляешь, гости приехали, не могу бросить, я обязательно пойду, но в следующий раз.

Я.- Отлично, гости - это хорошо, понятно их не бросишь, в следующий, так в следующий.

Беспокойство нарастает, и следующий звонок ввел меня в ступор:

А.- Оля, у меня сегодня не выходит пойти с тобой, представляешь, мне позвонил муж и сказал, что сейчас придут вставлять межкомнатные двери.

Я.- Ну что, дело нужное, а анкетирование не первый и не последний раз.

Вот теперь мое беспокойство переросло в отчаянье, нет, скорее всего в психоз.

Буря во мне росла, в душе ныло, мысли крутились и путались, мозги закипали.

Я решила быстро принять душ, помогает в такой ситуации.

Ага, помогло, как бы не так, от той мысли, которая стукнула меня как молния, засосало под ребрами и бросило в холодный пот.

Червячок- А самой слабо, ой напугалась, значит слабо!!!

Рой мыслей сгустился, и началась борьба.

Я.- Нет, блин не слабо, ну просто чуть-чуть боязно.

Червячок- Ну, ну, вся побледнела, и поджилки трясутся, ха, чуть-чуть...

Я поняла, мне сделан вызов самой себе, **и я его принимаю!**

Так, думаю, а что собственно происходит, один тоже в поле воин, сама так сама.

Мгновение, и тело само перешло к действиям, я начала собираться.

Не спеша, подхожу к перекрестку, моргает желтый.

Да, лето, жара, на улицах безлюдно.

Классное у меня будет анкетирование – пронеслась мысль.

-Спокойно, тут же подумала я, не сдаваться, только идущий осилит дорогу.

Светофор дал зеленый свет, и очередная мысль заставила меня расплыться в улыбке:

- Верной дорогой идете товарищи!

Я поймала себя на чувстве, что я уже почти спокойна.

Время 16.50, иду мимо домов, из распахнутых окон слышны знакомые звуки: телевизор, рассказывающий о новостях, звон тарелок и т.д....

Иду по тротуару вдоль, растут сосны и яблони, дающие тень, дует приятный теплый ветерок. Вкусно пахнет яблоками и хвоей, ляпота.

Незаметно я намотала два круга.

Опять он, мой внутренний червяк

- Так, ты, что гулять вышла, стоять.

Я как-будто очнулась и подняла глаза, здание "Восход"

-Хм, хорошо, что не "Закат" и снова улыбка, вот так и стой, да и не забывай, зачем пришла.

Ну, вот и первый мой самостоятельный шаг:

- Здравствуйте!...

- Ой, нет, я очень тороплюсь... (увидела у меня в руках планшет)

- Спасибо!

И снова нет, нет и нет.

Так, я что за этим, что ли сюда пришла, спокойно, подумай о хорошем и вперед.

Медленно подтягивался народ, и началось...

Дальше все сложилось легко и просто почти на одном дыхании.

Здравствуйте, здравствуйте, здравствуйте...

В моей сумке снова 10 заветных контактов и я с чувством гордости и собственного достоинства направилась домой.

Ах, да, червяк-то, мой страх, сегодня испарился при первой же моей анкете.

«Изменив внутреннее состояние духа, люди могут изменить и внешнюю сторону своей жизни» (У. Джемс).

«Есть простейшая истина, незнание которой убило бесчисленное множество идей и великолепных планов: провидение начинает действовать в тот же миг, когда человек решительно связывает себя какими-то обязательствами» (У. Г. Мюррей).

Флеш-моб Фаберлик!

Автор: Боровкова Татьяна

Источник: <http://borovkovat.blogspot.ru/>

28, 29, и 30 апреля в компании Фаберлик прошла грандиозная акция Флеш-моб. Во многих городах России наши консультанты вышли на улицу с уникальным предложением для женщин: попробовать наш замечательный продукт - маску для лица из новой серии "Этноботаника" и поделиться с нами отзывом о ней.



Мы тоже с командой весело провели эту акцию. Возле нашего офиса выставили промо-стойку, надули красочные шары, подписали листовки и приглашали всех желающих протестировать нашу маску.

Шары работают как магнит для детей, которые в свою очередь вели к нам своих мам. Ребенку мы дарили шарик, а маме предлагали маску. И каждая женщина с удовольствием брала этот подарок и оставляла свой номер телефона.

Конечно мы и каталоги тоже им давали. Многие удивлялись, когда слышали что у нас не только косметика, но есть и одежда для деток, и нижнее белье и много еще чего.



Вокруг нас собралась толпа желающих посмотреть и попробовать нашу маску.

И еще дети ждали шарики, которые мы не успевали надуть.

Тут я предложила ребятам постарше, лет по 10-12, самим надуть себе шарики. Кто быстрее и больше надует, тому приз.

Вот началось веселье))) Такой азарт у ребят разыгрался. Они надували и нам помогали малышам эти шарики дарить.

Всем нашим помощникам мы подарили по пробнику нового аромата "Променад" Все довольны.))



В итоге мы набрали за два дня 47 контактов. Которые я по сей день обзваниваю, узнаю отзывы.

Очень многим понравилась маска, она придает нежность коже (со слов клиента), гладкость и увлажнение.

Некоторые еще не успели ее попробовать. Но я договорилась с ними о времени нового звонка и позже перезвоню.

Несколько человек придет ко мне в офис и зарегистрируется. Я приглашаю всех на презентацию и расскажу о нашем огромном ассортименте.

А еще одна женщина оказалась директором школы и она пригласила меня к ним познакомить учителей с нашим каталогом. Я очень рада, готовлюсь к презентации.

На улицу выходить весело и притягательно! Нас таких красочных видно издалека, мы привлекаем внимание. И наш позитивный настрой несет заряд радости и удачи! Желаю всем побед!!!

Остро отточенные инструменты для профессионального бизнеса!



- Вы хотите проводить презентации и работать с подготовленными кандидатами, теми, кого Вам НЕ придется убеждать, что МЛМ – это легально, доходно и престижно?
- Вы хотите, чтобы Вас уже на ближайшем мероприятии компании представили как ТОП рекрутера? Чтобы Вам аплодировали, и чтобы Ваш чек рос как на дрожжах?
- Вы хотите, чтобы Ваша организация стремительно росла, так как Вас дублирует?

Тогда используйте **профессиональный инструмент** для рекрутинга!

[Рекрутинговый фильм ОТВЕТ-2!](#)

Он показывает кандидатам модель нашего бизнеса, и рассеивает самые распространенные предубеждения относительно него.

А Вы - тратите свое время только на заинтересованных людей.

[Вооружитесь сами и вооружите свою команду!](#)



[Рекрутинговая брошюра](#) – еще один инструмент, позволяющий дать правильное представление о нашем бизнесе и отрабатывающий все самые «страшные» главные возражения о нем, причем чтобы прочитать ее, не нужны дополнительные технические средства – компьютер или интернет. Только книга:)

Прочитать ее можно на перемене в ВУЗе, в ожидании своей очереди в банке, в обеденный перерыв или даже в пробке!

Вместо того, чтобы проводить двухчасовую презентацию с объяснением идеи МЛМ, используйте книгу! И делайте бизнес-предложение тем, кто благодаря книге, УЖЕ увидел преимущества МЛМ-бизнеса, работайте с подготовленными кандидатами!

Представляете, насколько выиграет от этого Ваш бизнес?

[Нажмите сюда, чтобы посмотреть несколько страниц рекрутинговой брошюры!](#)

Рекрутируйте много, продуктивно и с удовольствием!

Время = Деньги!

Не все дела одинаково полезны для Вашего бизнеса:



Секрет успеха - делать выбор в сторону тех дел, которые продвигают Вас к цели с самой большой скоростью!

Разложите свой день по полочкам (особенно, если время на бизнес у Вас ограничено) с простой системой таймменеджмента Евгения Попова, и удвойте Результаты! [Узнайте подробнее =>>](#)



Знаете ли Вы, что 95% начинающих сетевиков «сдаются», не достигнув цели...

Это ГОРЬКАЯ ПРАВДА!

Основная причина?

СТРАХ!

Они откладывают звонки!

Они боятся подойти к незнакомому человеку!

Они не знают, ЧТО и КАК говорить!
Они не умеют общаться!

И они «ломаются», снова выбирая жизнь «тихого отчаяния», забывая о своих мечтах...

ЧТО ДЕЛАТЬ?

Навык делового общения – это фундамент бизнеса MLM.

Овладейте им – и Вам откроются все двери: и теплого рынка, и холодного!

[Узнать секреты «Профессионального коммуникатора в МЛМ»!](#)

<http://mlm-audio.ru> – Твоя Успешная команда