



DE

START UP

EQOLOGY™

Naturally Driven

PERSÖNLICHE ANGABEN

NAME

EQ KUNDENNUMMER:

SPONSOR

TELEFON:

E-MAIL

UPLINES

NAME

TELEFON

NAME

TELEFON

NAME

TELEFON

WILLKOMMEN BEI EQOLOGY™

Alles Leben strebt naturgemäß nach Entfaltung. Der Markenname Eqology / EQ leitet sich aus dem Konzept der emotionalen Intelligenz (EI) sowie aus Beobachtungen der Beziehung zwischen Organismus und Umwelt (Ökologie) ab. Diese Vorstellungen haben wir uns mit Überzeugung unter dem Begriff „Naturally Driven“ zu eigen gemacht.

Naturally Driven verkörpert die Entschlossenheit unserer Mitarbeiter* und Geschäftspartner: Ihr Antrieb entspringt dem gemeinschaftlichen Interesse Eqology zu stärken und es als führendes Unternehmen im Bereich Nahrungsergänzung in Europa zu etablieren. Die Basis bilden Produkte in außerordentlich hoher Qualität.

Zur Umsetzung unserer Ziele entwickeln wir die einzigartigen Produkte beständig weiter und unterstützen unsere Business Partner in Ihrem Bestreben diese Naturprodukte zu fördern. Ein Schlüsselfaktor unseres Unternehmens liegt in der Forschung und Entwicklung, die unseren Produkten mit dem Bestreben ausschließlich natürliche Inhaltsstoffe zu verwenden vorangehen. Denn wir sind überzeugt, dass der Schlüssel zu Gesundheit und Vitalität sowie zur Vorbeu-

gung weit verbreiteter Krankheiten in der Natur zu finden ist. Wir sind auch überzeugt, dass es die Kraft in uns und die Kraft der Natur sind, welche uns vorantreiben und dazu inspirieren Großes zu leisten. Diese einfachen, aber grundsätzlichen Annahmen prägen unsere Identität. Als Network-Marketing-Unternehmen bieten wir unseren Business Partnern Premiumprodukte, ein fundiertes Konzept, sowie ein Geschäftsmodell, welches all jene belohnt, die ihre Arbeit erledigen. Die Orientierung am Kunden durch unsere hochwertigen Produkte garantiert unseren Business Partnern ein stabiles und verlässliches Einkommen zu generieren. Wir sind überzeugt, damit ein in dieser Branche einzigartiges Konzept entwickelt zu haben.

Qualität und Teamgeist- so lauten unsere zentralen Werte und Leitsätze zugleich. Diese drücken nicht nur etwas darüber aus, wer wir sind, sondern auch darüber, wer wir sein wollen, wie wir unser Geschäft führen, was unsere Produkte leisten und wofür unsere Marke steht.

Sie alle tragen großes Potenzial in sich und wir sind der Überzeugung, dass die Partnerschaft mit Eqology Ihnen das nötige Rüstzeug liefert, genau dieses Potenzial voll zu entfalten.

Willkommen im Team!

EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
by Eqology

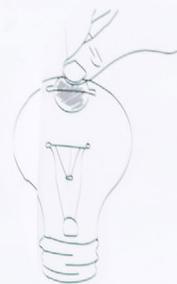
*Im Sinne der Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf eine geschlechterspezifische Schreibweise verzichtet. Sofern nicht anders angegeben, bezieht sich die Anwendung der männlichen Form also durchwegs auf Angehörige beider Geschlechter.

Finance →

Innovation

Ideas

START UP



IHRE ERSTEN WOCHEN IM GESCHÄFT

„Sie wissen, wer anzusprechen ist - wir wissen, was zu tun ist.“

FOLGENDE ÜBERLEGUNGEN LIEGEN DIESER BROSCHÜRE ZUGRUNDE:

- Business Partner sind nicht zufällig erfolgreich
- ihr Erfolg beruht auf bewährten und vorhersehbaren Tätigkeitsmustern

Im Folgenden erhalten Sie eine Reihe von Aufgaben. Folgen Sie den einzelnen Schritten, so werden Sie schnellen Gewinn erzielen – schneller als in einem traditionellen Geschäftsmodell. Der persönliche wie auch finanzielle Gewinn kann enorm sein, insbesondere für diejenigen unter Ihnen, welche entschlossen sind, die

einzelnen Schritte bis nach ganz oben zu verfolgen. Aber ein guter Einstieg in Ihr neues Geschäftsunternehmen ist besonders wichtig. Beachten Sie also dieses einfache System von Beginn an und investieren sie sieben bis zehn Stunden in die Aktivitäten eines Business Partners, und Sie sind bereits auf dem besten Weg zum Ziel.

Unser System beruht auf der Idee, dass auch ein Teilzeitpartner in nur 60 Tagen in die Führungsebene aufsteigen, dabei ein solides Zusatzeinkommen generieren und sich höheren Zielen annähern kann.

IHRE ERSTEN SCHRITTE ZUM ERFOLG

Eqology bedient sich eines simplen Erfolgskonzeptes, basierend auf drei Stufen:

1. Gewinnen Sie drei Kunden und erhalten Sie Ihr Gratis-Produkt („3 For Free“).
2. Finden Sie drei Business Partner und bilden Sie Ihr erstes Team.
3. Helfen Sie Ihrem Team, Schritt 1 und 2 durchzuführen.

Für eine ideale Umsetzung dieser drei Schritte gehen Sie wie folgt vor:

1. ERSTELLEN SIE EINE NAMENSLISTE
2. SETZEN SIE PRIORITÄTEN
3. VEREINBAREN SIE TREFFEN
4. ORGANISIEREN SIE 2:1-PRÄSENTATIONEN FÜR KUNDEN UND PARTNER.
5. BEREITEN SIE DIE AKTIVITÄTEN NACH
6. STARTEN SIE DURCH!

1 NAMENSLISTE

ERSTELLEN

Angehende Business Partner sehen sich häufig mit der Frage konfrontiert, ob sie wohl genügend Personen kennen würden, welche an Eqology Produkten interessiert wären. Meist kommen Sie zum Schluss, dass nur die Menschen erfolgreich sein können, die ein natürliches Talent für das Knüpfen sozialer Kontakte haben. Der Erfolg derjenigen, welche einen kleinen Freundes- und Bekanntenkreis haben, müsse automatisch geringer ausfallen. Auch wenn diese Folgerung logisch erscheint, so zeigt die Erfahrung dennoch, dass sie keineswegs der Realität entspricht.

Angehende Business Partner sehen sich häufig mit der Frage konfrontiert, ob sie wohl genügend Personen kennen würden, welche an Eqology Produkten interessiert wären. Meist kommen Sie zum Schluss, dass nur die Menschen erfolgreich sein können, die ein natürliches Talent für das Knüpfen sozialer Kontakte haben. Der Erfolg derjenigen, welche einen kleinen Freundes- und Bekanntenkreis haben, müsse automatisch geringer ausfallen. Auch wenn diese Folgerung logisch erscheint, so zeigt die Erfahrung dennoch, dass sie keineswegs der Realität entspricht.

So starten viele Business Partner mit einer gedanklichen Shortlist von nur drei bis vier Personen, typischerweise enge Freunde, welche ihrer Meinung nach an Eqology Produkten oder der Möglichkeit, als Business Partner einzusteigen, interessiert sein könnten.

Die Resonanz dieser kleinen Gruppe an Auserwählten wird entscheidend für den Erfolg der neuen Tätigkeit. Im Falle der positiven Rückmeldung einiger weniger Individuen wird das Wagnis für die nächsten Monate weiterverfolgt. Sollte jedoch der wahrscheinlichere Fall eintreten und der erste Versuch fehlschlagen,

so kann diese eine negative Rückmeldung dazu führen, die persönliche Überzeugung, Begeisterung und Motivation derart zu stören, dass die einzigartige Gelegenheit frühzeitig verworfen wird. Warum also geben manche Business Partner bald auf, während andere erfolgreich weitermachen? Was tatsächlich Gewinn generiert und große Netzwerke unternehmen stützt, ist die Arbeit von Menschen, welche verstehen, dass Erfolg bereits durch die geleistete Vorarbeit bestimmt wird, wie etwa das Erstellen umfangreicher Namenslisten. Tatsächlich ist die Erarbeitung von Namenslisten und neuen Kontakten bzw. Netzwerken eine der wichtigsten Fertigkeiten der Branche. Nachdem Sie sich entschieden haben, den Sprung zu wagen und sich als Business Partner zu registrieren, besteht der nächste Schritt darin, möglichst unbefangene Listen von potenziellen Kontakten anzulegen: Widerstehen Sie dem Drang, Personen nach Ihrer persönlichen Einschätzung einzuordnen, ob Sie an Eqology Produkten interessiert sein könnten oder nicht. Sie sollten sich vielmehr darauf konzentrieren, eine objektive, gegliederte und möglichst umfangreiche Liste an Personen zusammenzustellen, die Sie kennen.



Der Aufbau eines Netzwerks ist einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg als Business Partner. Setzen Sie sich keine Grenzen in der Erstellung Ihrer ersten Namensliste. Schränken Sie sich nicht selbst ein, indem Sie bereits zu Beginn Ihrer Karriere Menschen aussortieren, welche Sie als nicht interessiert wahrnehmen. Begrenzen Sie nicht Ihr Netzwerk, indem Sie Ihrer momentanen Skepsis erlauben, Ihre bevorstehende Aufgabe negativ zu beeinflussen. Gelingt es Ihnen erst einmal den Prozess objektiv zu gestalten, werden schon bald Namen auftauchen, welche anderenfalls verlorengegangen wären – so etwa eine alte Bekanntschaft oder der Freund eines Freundes. Ziehen Sie zunächst ganze Gruppen in Betracht. Notieren Sie einen Namen nach dem anderen, wie die von Familienmitgliedern, von Personen aus dem erweiterten Familienkreis, von Arbeitskollegen, früheren Kollegen, engen Freunden sowie Kameraden, welche Sie beispielweise aus dem Fitnessstudio,

Vereinen, der Schule oder Universität, durch Facebook oder Twitter kennen. Denken Sie auch an Freunde von Freunden oder Familienfreunde und dergleichen. Hinter jedem dieser auf Teillisten angeführten Namen könnte sich ein potenzieller Netzwerker verbergen. Sie können es nicht wissen. Sprechen Sie mit jedem einzelnen und erweitern Sie Ihre Namensliste. Denken Sie nicht darüber nach, was Sie mit der Liste tun sollten oder ob die darauf gelisteten Personen Interesse an Ihrer Tätigkeit haben könnten. Fokussieren Sie Ihre Energie darauf, Namen in gut organisierter und strukturierter Weise zu sammeln. Wenn Sie diesen Schritt richtig angehen, können Sie schon bald von der kurzen, subjektiven Liste von nur drei bis vier Personen absehen und eine objektive Namensliste erstellen, welche Ihnen Hunderte von möglichen Kontakten bieten wird.

Jeder einzelne dieser Namen wird zu einer neuen Chance – sei es auf weitere Interessenten, auf einen möglichen Neukunden oder einen zukünftigen Business Partner.

Denken Sie daran, dass eine Namensliste dynamisch ist: Fügen Sie laufend neue Kontakte hinzu, welche Sie im Laufe Ihrer Tätigkeit schließen.

MEMORY JOGGER



Um Ihnen den Einstieg zu erleichtern, haben wir für Sie eine Gedächtnishilfe, den sogenannten „Memory Jogger“ bereitgestellt. Dieser wird Ihnen dabei helfen, Ihre erste Namensliste von Freunden, Geschäftskontakten, Familienmitgliedern etc. anzulegen.

MEINE FAMILIE:

Eltern
Schwiegereltern
Großeltern
Kinder
Geschwister
Stiefgeschwister
Pflegeeltern
Onkel und Tanten
Nichten und Neffen
Cousinen und Cousins
entfernte Ver-

wandte (z.B. Cousins und Cousins zweiten Grades)

MEINE AKTUELLEN KONTAKTE:

Adressbuch
E-Mail
Handy
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

MENSCHEN, MIT DENEN ICH REGELMÄSSIG KONTAKT HABE:

Freunde
Bekannte
Freunde von Freunden
Nachbarn
Kontakte aus Freizeit- und Hobbyaktivitäten (Training, Fitnessstudio, Golf, Theaterabo,

Tennis, Weinverkostung, etc.)
Trainer
Friseur
Geschäftspartner
ehemalige Kollegen
Vorgesetzte
ehemalige Vorgesetzte

VON WEM ERWARBE ICH FOLGENDES?

Auto
Autoreifen
Boot
Brille
Fischerlizenz
Geschäft
Geschirrspüler
Haus oder Wohnung
Küchengeräte
MacBook, PC, iPad,
Tablet oder Kamera
Möbel
Mobiltelefon
Schmuck
Staubsauger
TV- oder HiFi-Anlage

WEN KENNE ICH MIT FOLGENDEN EIGENSCHAFTEN?

auf der Suche nach
einem Nebenein-
kommen
begeisterungsfähig
ehrgeizig
entgegenkommend
entschlossen
fokussiert
fröhlich
gesundheitsbewusst
leistungsorientiert
organisiert
positiv
strukturiert
teamfähig
unternehmerisch
witzig
zuverlässig

AUF WEN TRIFFT FOLGENDES ZU?

arbeitet hart
arbeitet im Net-
work-Marketing
arbeitet nachts oder
an Wochenenden
benötigt ein neues
Auto
hat Integrität und
einen guten Cha-
rakter

hat regelmäßige
Arbeitszeiten (z.B.
von neun bis sieb-
zehn Uhr, Montag bis
Freitag)
ist nicht glücklich mit
seinem derzeitigen
Beruf bzw. Arbeits-
platz
lernt gerne Neues
liebt die Herausfor-
derung
liest Bücher über
Persönlichkeitsent-
faltung
nimmt die Dinge
selbst in die Hand
wünscht sich mehr
Zeit für die Familie

WEN KENNE ICH AUS FOLGENDEN BERUFSGRUPPEN?

Apotheker
Akupunkteur
Archäologe
Architekt
Autor
Autoverkäufer
Bademeister
Bäcker
Barkeeper
Bauer
Berater
Bibliothekar
Biologe
Bootsbauer
Börsenmakler
Botaniker
Briefträger
Buchhalter
Buchhändler
Busfahrer
Butler
Chirurg
Dachdecker
Dekorateur
Diplomat
Dirigent
Doktor
Elektriker
Ergotherapeut
Ernährungswissen-

schaffler
Fahrer
Fahrstuhlbegleiter
Fensterputzer
Feuerwehrmann
Florist
Fluglotse
Fotograf
Fußballer
Gärtner
Geburtshelfer
Geologe
Gutachter
Haushälter
Haushaltshilfe
Homöopath
Hotelier
Ingenieur
Innenarchitekt
Installateur
IT-Berater
Juwelier
Journalist
Jurist
Kapitän
Kellner
Krankenpfleger
Koch
Konditor
Kosmetiker
Künstler
Künstlerischer Leiter
Landschaftsgärtner
Lehrbeauftragter
Lehrer
Maler
Masseur
Mechaniker
Model
Optiker
Osteopath
Pfarrer
Philosoph
Polizist
Politiker
Portier
Psychologe
Rechtsanwalt
Redakteur
Reflexzonenthera-
peut
Reinigungskraft
Reiseleiter

Richter
Sänger
Schauspieler
Schmied
Schneider
Schuhmacher
Schulkrankenpfleger
Sekretär
Selbstständiger
Sicherheitswach-
mann
Silberschmied
Steinmetz
Student
Tänzer
Taucher
Taxifahrer
Tischler
Tontechniker
Uhrmacher
Verkäufer
Versicherungsmakler
Volkswirt
Webdesigner
Wissenschaftler
Zahnarzt

WEN KENNE ICH AUS FOLGENDEN LÄNDERN?

Belgien
Dänemark
Deutschland
Estland
Frankreich
Finnland
Großbritannien
Holland
Island
Italien
Lettland
Litauen
Nordirland
Norwegen
Österreich
Polen
Rumänien
Schweden
Schweiz
Slowakei
Tschechische
Republik
Ungarn

2 PRIORITÄTEN SETZEN

Unterteilen Sie Ihre Namensliste in zwei Kategorien: potenzielle Käufer von Eqology Produkten (Kundenliste) und potenzielle Business Partner für den Aufbau Ihres ersten Teams (Partnerliste). Ordnen Sie Ihre Listen nach Wichtigkeit. Denn die erfolgreichsten Business Partner sind jene, die wissen, welche Möglichkeiten die aussichtsreichsten sind und größtes Maß an Aufmerksamkeit bedürfen.

KUNDENLISTE

Unserer Empfehlung nach sollten Sie als angehender Business Partner erst Freunde, Familienmitglieder und jene Personen ansprechen, deren grundlegendes Interesse an (a) Nahrungsergänzungsmitteln oder (b) selbstständiger Gesundheitsvorsorge, sowie an Aktivitäten für das persönliche Wohlbefinden (z.B. verbesserte Ernährung, physische und psychische Gesundheit, Fitnessaktivitäten, regelmäßiger Sport oder Änderung des Lebensstils) Ihnen bekannt ist. Sofern Sie Schritt 1 (Namensliste) und Schritt 2 (Prioritäten) korrekt abgeschlossen haben, stehen diese

Personen nun an der Spitze Ihrer Kundenliste. Ihre ersten fünf bis zehn Kunden befinden sich unter ebendiesen Namen, welche mit erhöhter Wahrscheinlichkeit Eqology Produkte beziehen werden.

PARTNERLISTE

Wen erleben Sie als ehrgeizig, kontaktfreudig, geschickt und positiv? Wer besitzt zudem Führungsqualitäten? Wer ist offen für neue Herausforderungen?

Dies sind die Personen, welche Sie in Ihre Liste von möglichen Business Partnern aufnehmen sollten.

KUNDEN

Name	Stadt	Telefon
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

GESCHÄFTSPARTNER

Name	Stadt	Telefon
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

**3
FOR
FREE**



* Sie bezahlen lediglich 6,90 € für den Versand Ihres GRATIS-Produkts.
Weitere Informationen finden Sie auf eqology.com.

IHR GRATIS-PRODUKT ERHALTEN*



ERWERBEN SIE DEN BUSINESS KIT*
FINDEN SIE DREI KUNDEN



KUNDE 1

erwirbt Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen, Shake
oder Pure Arctic Oil For Kids



KUNDE 2

erwirbt Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen, Shake
oder Pure Arctic Oil For Kids



KUNDE 3

erwirbt Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen, Shake
oder Pure Arctic Oil For Kids

* Erhalten Sie das Produkt, welches 3 Ihrer Kunden gekauft haben, im folgenden Kalendermonat gratis.

DEN ERSTEN KUNDENSTAMM AUFBAUEN

Neben dem Erwerb von neuen Business Partnern ist es unerlässlich, sich einen dauerhaften Kundenstamm aufzubauen.

Bedenken Sie, dass Personen auf Ihrer Liste von zukünftigen Kunden (Kundenliste) auch zukünftige Business Partner sein könnten. Es ist jedoch entscheidend, schrittweise einen verlässlichen, zufriedenen Kundenstamm zu schaffen. Auf lange Sicht wird dieser Ihnen Ihr passives Einkommen sichern. Investieren Sie daher ausreichend Zeit in die Organisation Ihrer Namenslisten, um sicherzustellen, dass Sie sowohl potenzielle Kunden als auch Geschäftspartner gleichermaßen berücksichtigen: Wägen Sie Ihre Möglichkeiten gut ab!

Eqology bietet ein einmaliges 3-FOR-FREE-System: Gewinnen Sie drei Kunden für Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake oder Pure Arctic Oil For Kids und erhalten Sie bereits im nächsten Monat Ihr GRATIS-Produkt*. Drei Kunden sind die Mindestanforderung, die wir an unsere neuen Business Partner stellen.

Schaffen Sie es jedoch 50 Business Partner mit jeweils zehn Kunden zu gewinnen, werden Sie für einen Kundenstamm, bestehend aus 500 Personen, entlohnt. Sollten

dieselben 50 Business Partner nur je zwei Kunden mit sich bringen, so würde sich Ihr Provisionseinkommen um 80 % verringern.

Es ist wichtig, dass Sie sich bewusst werden, welcher Nutzen durch den Einsatz von Eqology-Produkten entsteht. Zu Beginn Ihrer Karriere sollten Sie sich daher auf unsere wesentlichen Produkte und deren besondere Eigenschaften und Wirkungsweisen konzentrieren. Die tägliche Anwendung dieser wird Ihre Möglichkeiten, sie zu vermarkten, natürlich um ein Vielfaches steigern.

Ein essenzielles Mittel in der Bewerbung unserer Produkte ist das Eqology Kundenmagazin. Tragen Sie also stets ein Exemplar bei sich - Sie könnten mit potenziellen Kunden in Kontakt treten. Durch das Magazin können Sie Ihren Kunden einen direkten Einblick in unsere Produkte und auch in grandiose Szenerien Norwegens gewähren. Acht von zehn Kunden reagieren überaus positiv auf das Magazin, welches damit eine ausgezeichnete Gelegenheit zum Aufbau eines Kundenstammes bietet.



DIE ERSTEN KUNDEN EINFÜHREN

1. Laden Sie die vielversprechendsten Kunden auf Ihrer Kundenliste in kleinen Gruppen von drei bis acht Personen zu einer Produktpräsentation bzw. einem Vortrag ein.
2. Statten Sie potenziellen Abnehmern auf Ihrer Liste einen Besuch ab und stellen Sie unsere Produkte vor.

TIPP: Es wird empfohlen, die Präsentationen bzw. Vorträge in Begleitung einer Ihrer Sponsoren oder Uplines abzuhalten, bis Sie sich sicher genug fühlen, diese Veranstaltungen im Alleingang zu meistern.

Lesen Sie vor Ihrer ersten Eqology Produktpräsentation das Eqology Kundenmagazin gewissenhaft und testen Sie unsere Hauptprodukte Pure Arctic Oil Premium und Essential. Aus Erfahrung wissen wir, dass Sie für Ihre ersten drei Kunden (3 For Free) zumindest fünf Personen ansprechen müssen. Am besten beginnen Sie mit jenen Personen, die an der Spitze Ihrer Kundenliste gereiht sind.

Unter „Treffen vereinbaren“ finden Sie die effektivsten Methoden, potenzielle Kunden anzusprechen und zu Produktpräsentationen bzw. -vorträgen einzuladen.



➤ *Es sind Ihre Kunden, welche Ihnen Ihr dauerhaftes und passives Einkommen sichern.*

A pair of black Warby Parker glasses is positioned in the upper right corner. A hand is holding a pencil in the lower right corner. In the upper left corner, there is a dark blue textured object with a yellow cross symbol.

Tipps für die Organisation Ihrer Produktpräsentationen:

1. Laden Sie genügend Teilnehmer ein: Idealerweise besteht eine Gruppe aus drei bis acht Gästen, wofür Sie zwischen acht und fünfzehn Einladungen aussprechen sollten.
2. Seien Sie aufmerksam!
3. Sprechen Sie mit möglichst allen Teilnehmern bereits vor Beginn der Produktpräsentation.
4. Greifen Sie relevante Anekdoten über die Produkte auf.
5. Legen Sie besonderen Fokus auf Pure Arctic Oil Premium. Beschreiben Sie unsere Produkte und führen Sie sie vor.
6. Bieten Sie die nötige Hilfe an, um Ihr erstes Ziel (3 For Free) zu erreichen.

Unbedingt mitzubringen sind:

1. Pure Arctic Oil Premium und Omega-3 Tests
2. Shake und K2+D3
3. Eqology Kundenmagazin
4. PC oder Tablet

Ihre ersten Eqology Produktpräsentationen:

Datum: Zeit: Name: Ort:

Datum: Zeit: Name: Ort:

Datum: Zeit: Name: Ort:

Datum: Zeit: Name: Ort:

3 TREFFEN VEREINBAREN

Hilfreiche Impulse für die Organisation Ihrer ersten Produktpräsentation bzw. Ihres ersten Vortrags bietet unsere einfache, aber bewährte Vorlage.

Es mag verlockend erscheinen, bereits beim ersten Telefongespräch mit einem potenziellen Kunden alles über Eqology- bzw. Eqology Produkte und die Möglichkeit als Business Partner Karriere zu machen, zu verraten. Für zukünftige Abnehmer und auch Sie persönlich ist es jedoch viel wichtiger, einen bestmöglichen ersten Eindruck von Eqology zu schaffen.

Widerstehen Sie also der Versuchung, schon frühzeitig unsere Produkte zu besprechen. Warten Sie damit bis zu Ihrer Produktpräsentation bzw. Ihrem -vortrag. Geben Sie Ihrem Sponsor den Vortritt und die Möglichkeit, sich als Mentor zu erweisen und Sie mit allem vertraut zu machen.

BEISPIEL FÜR DIE ERÖFFNUNG EINES TELEFONGESPRÄCHS:

1. Eröffnung:

"Hallo, hier spricht _____"

2. Zeit und Ort:

"Was sind deine Pläne für nächste Woche? Hast du am Mittwoch oder Donnerstag Zeit für ein Treffen?"

Im Folgenden finden Sie ein Beispiel dafür, wie Sie eine Einladung zu einer Eqology Produktpräsentation bzw. einem -vortrag aussprechen könnten. Verzichten Sie darauf, die Produkte oder Geschäftsmöglichkeiten zu erklären und überlassen Sie diese Aufgabe vorerst Ihrem Sponsor.

5 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN EINLADUNG:

1.

Eröffnung

Hallo, hier spricht .

2.

Zeit und Ort

„Was hast du nächste Woche vor? Hast du am Mittwoch oder Donnerstag Zeit für ein Treffen?“

3.

Grund des Treffens.

„Der Grund, warum ich mich gerne mit dir treffen würde ist folgender: (Beispiele hierfür finden Sie auf der nächsten Seite).“

4.

Erwähnen Sie Ihren Sponsor bzw. Freund oder Kollegen, welcher für offene Fragen zur Verfügung stehen wird.

5.

Terminbestätigung.

„Bis Mittwoch um neunzehn Uhr in _____!“

TIPPS FÜR DAS VEREINBAREN VON TREFFEN:



- Bereiten Sie vor, was Sie sagen möchten: Vernünftige Vorbereitung vermeidet Versagen.
- Packen Sie die Sache mit Begeisterung an!
- Arbeiten Sie sich durch Ihre Namensliste und kontaktieren Sie möglichst viele Menschen in kürzester Zeit.
- Verlieren Sie nicht den Fokus: Der Grund für Ihren Anruf ist die Produktpräsentation.
- Seien Sie freundlich und stets professionell.
- Vergessen Sie nicht, den vereinbarten Termin zu bestätigen.
- Fassen Sie sich kurz.
- Finden Sie ein positives Gesprächsende.

BEISPIELE FÜR TELEFONGESPRÄCHE MIT KUNDEN FÜR **EQOLOGY PRODUKTPRÄ- SENTATIONEN & VORTRÄGE**

▶ **EQOLOGY PRODUKTPRÄSENTATION BZW. -VORTRAG**

Ich rufe an, um dich zu einem spannenden Eqology-Produktvortrag einzuladen. Dort wirst du genau über die Produkte und ihre Vorteile informiert. Außerdem ist der Vortrag eine gute Gelegenheit, die Produkte zu testen und, sofern du möchtest, deine Omega-3-Werte zu überprüfen. Plätze sind nur begrenzt verfügbar, aber ich würde dich gerne einladen, da ich weiß, dass du an Nahrungsergänzungsmitteln/selbstständiger Gesundheitsvorsorge/vorsorglichen Maßnahmen für dein Wohlbefinden interessiert bist. Die Veranstaltung wird in einer familiären und freundlichen Runde stattfinden und ist unverbindlich.

▶ Ich rufe dich an, da ich weiß, dass du großen Wert auf Gesundheit/Fitness/Nahrungsergänzungsmittel/dein Wohlbefinden/Gesundheitsvorsorge legst. Ich arbeite nun mit einigen spannenden Naturprodukten, die auch dir gefallen könnten. Hättest du Lust, einige Freunde oder Kollegen für einen Eqology-Produktvortrag zusammenzutrommeln? Wir könnten uns zum Beispiel über Omega 3, Vitamine und Mineralstoffe unterhalten. Ich würde einige Produkte für euch zum Testen mitbringen, vielleicht auch einen Omega-3-Test. Es wäre ein ungezwungenes Treffen in gemütlicher Runde, ohne jegliche Kaufverpflichtungen.

▶ **KUNDENTREFFEN:**

Ich benutze seit kurzem einige neue Produkte, die dich interessieren könnten. Was hältst du davon, wenn ich bei dir vorbeischaue und dir eine Produktzeitschrift und ein paar Proben bringe?

▶ Ich kann mich erinnern, dass du dich kürzlich etwas über deine Gesundheit beklagt hast. Ich habe nun selbst begonnen, meinen Lebensstil gesünder zu gestalten und neue Nahrungsergänzungsmittel gefunden, die mir dabei helfen. Natürlich kann ich nicht dafür garantieren, dass diese Produkte auch für dich die richtigen sind, aber ich wollte dich dennoch darüber informieren. Wärest du damit einverstanden, wenn ich dir einige Proben zum Testen und weitere Informationen vorbeibringen würde?

▶ Ich weiß, dass du dir Sorgen um deine Gesundheit machst. Vor kurzem bin ich in ein neues Unternehmen eingestiegen. Ich brauche noch Leute, die an einer Produktpräsentation teilnehmen würden. Vielleicht wäre dies ja für dich von Interesse oder möglicherweise könntest du mir Feedback geben. Könnte ich bei dir vorbeikommen und dir zeigen, was ich vorhabe? Ich könnte dir bei Gelegenheit einige Proben geben.

BEISPIELE FÜR TELEFONGESPRÄCHE MIT POTENZIELLEN **GESCHÄFTSPARTNERN**

- › Ich habe vor kurzem den Schritt in ein neues Geschäftsunternehmen im Bereich Nahrungsergänzungsmittel (Omega 3, Vitamine und Mineralstoffe) gewagt. Dabei musste ich an dich denken. Ich würde dir gerne mein neues Konzept vorstellen. Du wirst die Idee bestimmt spannend finden; vielleicht ist das ja etwas für dich oder jemanden, den du kennst.
- › Ich weiß, du bist eine vitale/offene/hart arbeitende Person. Ich habe mich kürzlich in ein neues Geschäftsunternehmen im Bereich Nahrungsergänzungsmittel (Vitamine und Mineralstoffe) gewagt. Es handelt sich hierbei um Produkte zur Verbesserung der Lebensqualität. Ich glaube, du solltest sie dir ansehen. Es gibt dabei keinerlei Verpflichtungen, aber das könnte durchaus etwas für dich sein.
- › Gemeinsam mit einem Kumpel leite ich seit einiger Zeit ein Unternehmen. Wir benötigen noch talentierte Leute für unser Team – da musste ich an dich denken. Wir könnten schon bald ein neues Produkt auf den Markt bringen. Das Potenzial ist enorm. Ich habe mich gefragt, ob du vielleicht Lust hättest, diese Gelegenheit mit uns zu nutzen.



VIER

CHARAKTERE

Wenn wir mit anderen Menschen in Kontakt treten, ist es wichtig, zu wissen, dass wir uns alle in unserer Motivation unterscheiden.

Grundsätzlich können wir Menschen nach vier Verhaltensmustern charakterisieren. Sie können bessere Ergebnisse erzielen, indem Sie lernen, Charakterzüge der Personen, welche Sie ansprechen, einzuordnen: Dabei entwickeln Sie ein besseres Gefühl für Ihr Gegenüber und dessen individuelle Bedürfnisse. Unsere Charakterzüge bestimmen unser soziales sowie

kommunikatives Verhalten. Sie verraten, wer wir sind und was uns motiviert. Die Mehrzahl der Menschen weist Charakterzüge aller vier Kategorien zugleich auf, jedoch zu unterschiedlichen Ausprägungen. In bestimmten Situationen zeichnet sich jedoch meist eine Tendenz ab, sich nahezu stereotypisch entsprechend eines bestimmten Charakters zu verhalten.

Werden Sie sich der hier angeführten Verhaltensmuster bewusst und passen Sie sich im Gespräch an die jeweiligen Charaktere an, um die Kommunikation mit zukünftigen Klienten und Geschäftspartnern zu optimieren. IN DIESER TABELLE FINDEN SIE EINE BESCHREIBUNG FÜR JEDE DER VIER CHARAKTERGRUPPEN UND DEM JEWEILS ZU BEVORZUGENDEN KOMMUNIKATIONSSTIL:V

BLAU

- ist impulsiv
- ist ein guter Geschichtenerzähler
- trifft gerne neue Leute
- liebt Abwechslung
- hat eine Schwäche für Komplimente
- mag Partys, Reisen und alles was Spaß bereitet

Sprechen Sie mit jemandem aus dieser Charaktergruppe, so sollten Sie folgende Herangehensweise wählen: „Du wirst so viele neue Leute treffen. Du wirst auf Bühnen auftreten und neue Herausforderungen meistern können. Die Arbeit an sich und im Team lohnt sich. Network-Marketing wird nie langweilig – es ist immer etwas los! Stell dir vor, welchen Spaß wir gemeinsam haben werden!“ **Welche Personen aus meinem Bekanntenkreis entsprechen dem blauen Charakter?**

GELB

- ist hilfsbereit
- stellt eigene Bedürfnisse hinten an
- unterstützt und ermutigt andere
- steht nicht gerne im Mittelpunkt
- trifft ungern Entscheidungen
- übernimmt nicht gerne Verantwortung

Wenn Sie eine Person dieses Charakters ansprechen, sollten Sie Ihre Sprache und Ihren Fokus wie folgt anpassen: Vermeiden Sie, den Eindruck zu vermitteln, es müssten viele Entscheidungen getroffen werden. Betonen Sie, wie viele Personen die Produkte oder das dadurch generierte Einkommen gebrauchen könnten und dass Sie Unterstützung bieten. Erklären Sie: „Du kannst in deinem eigenen Tempo arbeiten. Du musst nicht alleine auf die Bühne. Wir können das gemeinsam schaffen. Das wichtigste im Network-Marketing sind Beziehungen und gegenseitige Unterstützung.“ **Welche Personen aus meinem Bekanntenkreis entsprechen dem gelben Charakter?**

ROT

- ist handlungs- und ergebnisorientiert
- ist von sich aus motiviert und gut organisiert
- ist erfolgsorientiert
- hat Führungsqualitäten und Planungsgeschick
- übernimmt gerne Verantwortung

Eine Person dieses Charakters sollten Sie wie folgt ansprechen: „Die Verdienstmöglichkeiten sind enorm. Du bekommst die Gelegenheit, Ziele zu stecken und andere zu diesen Zielen hinzuführen. Menschen, die Ziele klar definieren können und diszipliniert sind, haben in dieser Branche große Erfolgchancen. Du erhältst dabei außerdem einen Blick für das Gesamtbild.“ **Welche Personen aus meinem Bekanntenkreis entsprechen dem roten Charakter?**

GRÜN

- ist wissenschaftlich und analytisch
- ist methodisch und bedacht
- wägt genau ab und lässt sich bei Entscheidungen Zeit
- mag keine Veränderung
- mag Ordnung und Planbarkeit
- will Fakten

Kennen Sie jemanden, der dieser Beschreibung entspricht, sollten Sie diese Person wie folgt ansprechen: „Es handelt sich hierbei um ein norwegisches Unternehmen. Es wurde 1998 gegründet und ist stabil und gut organisiert. Hinter den Produkten steckt viel Arbeit an Forschung und Dokumentation. Schritt für Schritt kannst du hier ein verlässliches Nebeneinkommen aufbauen.“ **Welche Personen aus meinem Bekanntenkreis entsprechen dem grünen Charakter?**

4

PRÄSENTIEREN

Stellen Sie Ihren zukünftigen Business Partner in einem 2:1-Treffen vor und gewinnen Sie einen ersten Eindruck.

Es ist Ihre Aufgabe, potenzielle Partner und Kunden zu einem Treffen zu laden, bei welchem Sie Ihren Sponsor bzw. Ihre Upline vorstellen können, die eine Präsentation über Eqology geben werden: Erzählen Sie, warum Sie sich entschlossen haben, sie einzuladen, warum Sie selbst mit Eqology arbeiten und warum Sie mit ihnen arbeiten möchten. Durch die Begleitung durch einen Sponsor erhalten Sie dabei die Gelegen-

heit zuzuhören und von ihm zu lernen. Begeisterung, eine positive Einstellung und der Wille etwas beizutragen, sind die Eigenschaften, die einen erfolgreichen Business Partner auszeichnen. Machen Sie sich Notizen und überlassen Sie die Präsentation, welche in nur 20 bis 30 Minuten einen guten Überblick über Eqology- und Eqology Produkte geben soll, dem Sponsor, bis Sie sich Ihrer Sache selbst sicher genug sind.

Vergessen Sie nicht Eqology Kundenmagazine, Computer oder Tablet, Omega-3-Test und Produktproben mitzubringen. Diese Dinge können sehr hilfreich sein, positive Ergebnisse und Erfolge zu erzielen.

Der zweite Eindruck, das zweite Treffen:

Nicht jeder wagt den Sprung bereits beim ersten Treffen. Deshalb ist es wichtig, ein weiteres Treffen zu vereinbaren. Idealerweise findet dieses innerhalb von 48 Stunden nach dem ersten Treffen mit potenziellen Business Partnern statt. Folgetreffen sollten in der Endphase des ersten Treffens besprochen werden.

Im Laufe des zweiten Treffens können zukünftige Geschäftspartner noch offene Fragen klären, um im Prozess fortzufahren. Ihre Aufgabe ist dabei, ausreichende Informationen zu bieten, um interessierten Personen eine aufgeklärte Entscheidung zu ermöglichen. Viele von ihnen werden nach diesem Treffen zu einer Entscheidung gelangen.

TIPPS für das zweite Treffen:

- Fragen Sie die Person nach Ihrer Motivation.
- Beantworten Sie Fragen.
- Hat die Person das Konzept „Zum Director in nur 60 Tagen“ verstanden?
- Hat die Person die Eqology Produktserie getestet?
- Finden Sie heraus, wo die Person auf einer Skala von 1 bis 10 einzuordnen ist.
- Was benötigt die Person, um einer Partnerschaft zuzustimmen?





» *Haben Sie
jemals stille
Post gespielt?*

MULTI- PLIKATION

Wenn ja, dann wissen Sie bestimmt, dass die ankommende Botschaft nicht immer dieselbe ist, als die ursprünglich übermittelte. Von einer Person zur nächsten weitergegeben, ändert sich die Mitteilung laufend. Dieser Mechanismus mag vielleicht ein unterhaltsames Spiel für einen Kindergeburtstag darstellen, für ein Unternehmen kann er allerdings katastrophale Folgen haben.

Multiplikation ist der Schlüssel zum Erfolg. Stellen Sie daher sicher, dass alle Ihre Business Partner nach ein und demselben System operieren, indem Sie beispielsweise dieses Handbuch stets bei sich führen, wenn Sie eine neue Partnerschaft im Auge haben. Natürlich kann es verlockend erscheinen etwas Neues zu versuchen, um den Prozess zu beschleunigen. Selten erweist sich das jedoch als zielführend.

Das in dieser Broschüre vorgestellte System hat sich bereits vielfach bewährt. Es ist zudem einfach zu verstehen und anderen verständlich zu machen. Die systematische Präsentation Ihrer Aufgaben lässt sie einfach erscheinen und vermittelt auch anderen Personen das Gefühl, sie könnten sie bewältigen. Multiplikation ist damit auch der Schlüssel zum sukzessiven Aufbau Ihres passiven Einkommens.

Nehmen Sie unbedingt Abstand von gewissen Verhaltensweisen, welche das Potenzial Ihrer Organisation zur Multiplikation verringern könnten. Untenstehende Beispiele zeigen Rollen auf, welche der Entwicklung des passiven Einkommens schaden würden.

Übermensch

Übermenschen übernehmen sämtliche Präsentationen in Ihrem Netzwerk und haben immer eine Antwort parat. Sie entwickeln sich zum „Guru“ Ihres Teams. Selten geschieht etwas ohne deren Zutun. Das Team wird unselbstständiger und bedient sich immer weniger der Fähigkeiten aller übrigen Mitglieder. Niemand glaubt, jemals „so gut“ sein zu können, wie eben diese Personen. Folglich wird das Team zur Gänze abhängig. Vermeiden Sie also, sich selbst im Wege zu stehen!

Besserwisser

Besserwisser sind der Überzeugung, einen besseren Weg gefunden zu haben, das Unternehmen zu führen als ihr Sponsor. Häufig versuchen sie daher dem Sponsor etwas beizubringen, anstatt von ihm zu lernen. Sie finden ständig Ablenkung im Suchen nach Abkürzungen: Sie fördern Prominente, Hotelketten und Sportvereine. Die Arbeit mit Freunden und Bekannten wird für sie schnell langweilig. So geben viele von ihnen bereits nach nur sechs Monaten auf, da die Umsetzung ihres persönlichen Ansatzes zu kompliziert und selten zur Multiplikation geeignet ist, und damit auch kaum Einkommen generiert. Beachten Sie, dass sich in dieser Branche die einfachen Dinge bewährt haben und FOLGEN SIE DEM SYSTEM.

Märtyrer

Sogenannte Märtyrer setzen es sich zum Ziel, jeden zum Erfolg zu führen. Sie verwenden viel Zeit darauf, jeden ins Ziel zu bringen. Die meiste Zeit wird wohl in den Versuch investiert, Menschen zu ändern, welche sich nicht ändern wollen, oder sie zu überzeugen, mit Eqology zu arbeiten. Ihre Hoffnung in und ihr Glaube an Menschen basiert auf Ihrem großen Handlungspotenzial. Sie vergessen dabei ganz darauf, ihre Zeit in diejenigen zu investieren, welche die größten Chancen bieten. So wird es mit der Zeit schwierig, die Motivation aufrechtzuerhalten. Konzentrieren Sie sich also auf jene, welche etwas von Ihnen wollen und durch ihre Handlungen Interesse signalisieren.



*Man folgt dem,
was Sie tun,
nicht dem, was
Sie sagen.*

Produktkenner

Einige entwickeln schnell ein Talent für detaillierte Produktpräsentationen und verlieren sich dabei in der Rolle eines Kenners. Sie schaffen es so manchen Kunden durch ihr beeindruckendes Wissen über die Produkte zu überzeugen. Natürlich sind derartige Kenntnisse und Kompetenzen von Vorteil, wenn Fragen auftreten. Doch das Teilen von Geschichten rund um die Produkte und deren Vorteile hat sich als weitaus nützlicher erwiesen. Es sind ebendiese Geschichten, welche die Menschen fesseln und darüber hinaus Multiplikation erleichtern: Fakten sprechen für sich, aber Geschichten verkaufen sich.

Hollywoodregisseur

Die Gruppe der Hollywoodregisseure gewinnt gleich zu Beginn Geschäftspartner und Kunden, welche direkt in das Geschäft einsteigen. Anschließend fallen Personen dieser Kategorie jedoch häufig in eine sogenannte Manager- oder Regisseurrolle: Sie glauben, die Arbeit von unter ihnen stehenden Personen dirigieren zu müssen. Sie rufen sämtliche Teammitglieder an, um beispielsweise ausfindig zu machen, wer wie viele Treffen organisiert hat, und so folgen schon bald andere Teammitglieder ihrem Beispiel und tun, genauso wie sie, nichts.

Glücksritter

Glücksritter glauben in unserem Konzept eine Möglichkeit gefunden zu haben, über Nacht reich zu werden. Sie legen sich schnell auf drei bis vier Personen fest, welche sie für prädestiniert halten, mit Eqology zu arbeiten und investieren all ihre Energie darin, diese Personen für sich zu gewinnen. Sie „verschwenden“ ihre Zeit nicht damit, Namenslisten zu erstellen oder ihre Arbeit systematisch zu organisieren. Sie geraten damit in Abhängigkeit von nur wenigen Personen, welche zudem nur selten Interesse zeigen. Es mag auf dem Papier einfach erscheinen, mit nur drei Klienten und drei Geschäftspartnern zu arbeiten, doch nur selten lässt sich so Gewinn erzielen. Tappen Sie also nicht in die Falle der Glücksritter: Gehen Sie Ihre Aufgaben systematisch an und folgen Sie dem System Tag für Tag.

5

NACHBEREITEN

”Mehrals pro Jahr organisieren wir Großveranstaltungen, welche die Gelegenheit bieten, von den Besten im Eqology-Team zu lernen. Der Benefit durch Austausch von Wissen und Motivation auf Conventions ist beachtlich.”

Schritt 1 bis 4 garantieren Ihnen einen bestmöglichen Start in Ihre Karriere als Business Partner.

Die einzelnen Schritte verbessern nicht nur Ihre Chance, ein erstes Team von Geschäftspartnern zu erstellen, sondern auch Ihre Möglichkeiten, ein starkes Fundament für Ihren Kundenstamm zu legen.

Für den weiteren Aufstieg ist eine enge Zusammenarbeit unerlässlich. Nur so können Sie Ihr Geschäft schnell und sicher zum Erfolg führen. Die umfangreiche Unterstützung, die wir bieten, wird Ihnen die ersten Schritte enorm erleichtern, so etwa das Anfertigen von Namenslisten, die Akquise von Neukunden und das Buchen von Meetings. 80 % Ihrer Zeit wird darauf fokussieren, eine gute Organisation aufzu-

bauen. Später werden Sie und Ihr Team weitere Kompetenzen benötigen, weshalb es zudem wichtig ist, dass jedes einzelne Mitglied im Gesamtsystem aktiv ist und an Teammeetings, Hotelmeetings, Bootcamps oder anderen Events teilnimmt.

Mehrals jährlich organisieren wir Großveranstaltungen, welche Ihnen die Gelegenheit eröffnen, von den Besten im Eqology-Team zu lernen. Der Nutzen, welcher durch die Teilnahme an diesen Versammlungen entsteht, ist unvergleichbar. Sie werden Ihnen das Wissen und die Motivation liefern, die Sie benötigen, um professionell mit Eqology zu arbeiten.



- Präsentationen 2-1



- Ausbildung und Nachbereitung
- Business Partner Training
- Geschäftsmeeting
- Produktpräsentationen
- Academy Training



• **EVENTS**



Neu ausgebildeter Business Partner

6 ERSTE TREFFEN PLANEN

MEINE ERSTEN TREFFEN

	NAME	ORT	ZEIT
1.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ZIEL

Es ist wichtig, sich kurzfristige (z.B. für die nächsten 90 Tage) wie auch langfristige Ziele zu setzen und zu wissen, welche Position Sie innerhalb des Eqology Unternehmens anstreben. Besprechen Sie

Ihre Ziele mit Ihrem Sponsor oder Ihrer Upline und finden Sie heraus, welche im Hinblick auf die Zeit, die Sie wöchentlich bereit sind zu investieren, umsetzbar sind.

POSITION/ZIEL:

90 Tage:

1 Jahr:

3 Jahre:

5 Jahre:

Um meine Ziele zu erreichen, werde ich Stunden pro Woche in meine Arbeit mit Eqology investieren.

30 TAGE

3
FOR
FREE

SIE



DATUM:

3 For Free

CAB 60 EUR*

FSQ & TEAM LEADER

2.000 QV

SIE



DATUM:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR

60 TAGE

DIRECTOR

4.000 QV

SIE



DATUM:

Director 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Mentor Bonus: 288 EUR*

12 M. **10X**
EQOLOGY

Bekommen Sie den Wert vom ersten Kauf des Business Kits von EQOLOGY bezahlt. Alles, was Sie tun müssen, ist, 10 direkte Kunden für 10 Monate im Rahmen eines Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil Premium-Abonnements zu halten, um innerhalb von 12 Monaten nach dem Kauf Ihres Business Kits 100 Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil-Käufe zu erreichen! usätzlich müssen Sie 5 Businesspartner mit einem Business-Kit (oder höher) einschreiben!

SIE

12 Monate



x5



x100

DATUM:

*Lesen Sie mehr im Eqology Vergütungsplan

»» Your checklist
will help you
organize
your Eqology
Business

CHECKLIST

- Pure Arctic Oil Premium oder Essential bestellt
- Omega-6- bzw. Omega-3-Test durchgeführt
- Videos zu Pure Arctic Oil Premium, Omega-3 Test und Essential gesehen
- Namensliste mit mindestens 100 Kontakten erstellt
- erstes Treffen mit dem Sponsor vereinbart (innerhalb von 48 Stunden)
- jeweils fünfzehn vielversprechende Klienten und Partner herausgearbeitet
- zehn Kundentreffen und/oder Eqology Produktpräsentationen bzw. -vorträge organisiert
- zehn erste Treffen mit potenziellen Geschäftspartnern organisiert
- Gratis-Produkt mit Pure Arctic Oil Premium oder Essential erhalten (3 For Free)
- drei Business Partner gesponsert
- Datum für das nächste Hotelmeeting festgelegt:
- Datum für das nächste Hausmeeting festgelegt:
- Ticket für das nächste Kick-off-Meeting erhalten
- "Start Up" gelesen

NEHMEN SIE IHRE ZUKUNFT SELBST IN DIE HAND

Die "Start Up"-Broschüre dient dazu, Ihnen einen bestmöglichen Start in eine erfolgreiche Karriere als Eqology Business Partner zu ermöglichen. Die darin enthaltenen Informationen sind das Ergebnis stundenlanger Arbeit sowie der Präsentationen, Vorträge und persönlichen Erfahrungen jener Business Partner, welche es dank Eqology bereits geschafft haben.

TAlles, was Sie für Ihren Erfolg tun müssen, ist, den oben angeführten Schritten systematisch zu folgen und Geduld zu zeigen – die ersten Resultate werden schon bald sichtbar sein!

Wir empfehlen Ihnen, immer auf dem Laufenden zu bleiben. Checken Sie zu diesem Zweck regelmäßig unsere Infos auf Whats App. Nehmen Sie vor allem an möglichst vielen Aktivitäten, welche von Eqology

angeboten werden, teil. Wie so vieles im Leben kann auch Eqology nicht von alleine gelingen. Seien Sie bereit zu lernen, sich eine konsequente Arbeitsweise anzueignen, Ihre Aktivitäten zu ordnen und Sie werden es schon bald in die obersten Reihen von Eqology schaffen.

Wir freuen uns auf eine spannende und lehrreiche, sowie vielversprechende gemeinsame Zukunft.

*Lassen Sie uns Eqology
zu Ihrem Erfolg machen!*



It's
in our
nature

EQ. OLOGY

Lilleakerveien 2 B
Pb. 514, 0283 Oslo
Norway
eqology.com

It's in our nature