

START UP

EQOLOGY™

Naturally Driven

ISIKUANDMED

NIMI

EQ ID

SPONSOR

TEL.NR

E-POST

ÜLALIINID

NIMI

TEL.NR

NIMI

TEL.NR

NIMI

TEL.NR

TERE TULEMAST EQOLOGY™'SSE

Meie tootemarkide nimed Eqology & EQ on moodustatud sõnaühendist „EI“ mis tähendab emotsionaalset intelligentsust ja sõnast „ecology“, mis räägib elusorganismide ja nende elukeskkonna suhtest. Nii on ka kõikidele eluvormidele omane pidev areng millegi poole. See on ka meile omane ning me kutsume seda Looduslikuks Inspiratsiooniks.

Looduslik inspiratsioon ilmestab meie töötajate ja Business Partnerite koostööl põhinevat otsusekindlust.

Meid innustab oma tootemarkide ja toodete tutvustamine ning võimalus saada Euroopa turul juhtivaks nimeks vitamiinide, mineraalide ning toidu- ja taimsete lisandite (VHMS) vallas.

Nende eesmärkide saavutamiseks püüame valmistada ainulaadseid tooteid ning toetame äripartnerite pingutusi meie toidulisandite tutvustamisel. Looduslik Inspiratsioon on ka võtmesõna meie toodete uurimis- ja arendustegevuses. Me soovime toidulisandites kasutada looduslike koostisosi ning usume, et looduslikud tooted suudavad pakkuda tervislikku

eluviisi, elujõudu ning hoida eemal mitmeid haigusi.

Me usume, et meie sees oleval ning ümbritseval loodusel on jõud, mis inspireerib meid tegema suurepäraseid tegusid. Nendest lihtsatest aga võimsatest ideedest on välja arenenud meie isiksus. Võrkturundusettevõttena pakume oma äripartneritele tugevat kontseptsiooni, tõestatud tooteid ja ärimudelit, mis toob tulu töö teinutele. Eqology pingutused keskenduda kliendi rahulolule annavad meie äripartneritele võimaluse püsiva ning prognoositava lisasissetuleku saamiseks. Me usume, et selline lähenemine on antud ärivaldkonnas ainulaadne.

Meie juhtpõhimõtted on eesmärgipärasus ja ausus. Need väljendavad seda, kes me oleme, kelleks me soovime jääda, kuidas me äri ajame, mida meie tooted teevad ja mis on meie tootemargi nime olemus.

Kõigis on suur potentsiaal ning me usume, et Eqology äripartnerina on Teil ideaalne võimalus oma potentsiaali täielikuks kasutamiseks.

Tere tulemast meeskonda!

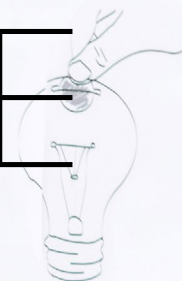
EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
by Eqology



ALUSTAMINE

ESIMESED NÄDALAD ÄRIS



“Sina tead kellega
rääkida – meie teame
mida teha”

SEE BROŠÜÜR ON KOOSTATUD SIL- MAS PIDADES JÄRGMISI TÕDESID:

- Edukaks äripartneriks saamine pole juhuslik
- Proovitud ja prognoositud tegevumustri kasutamine tagab edu

Selles brošüüris on kirjas mitmed tegevused. Neid samme järgides teenite raha kiiremini kui traditsioonilises ärimudelil. Järgides neid samme on võimalus hakata teenima raha- palju

kiiremini kui tavalise ärimudeli puhul. Need kes otsustavad teel tippu need sammud läbi teha, saavad tasutud külluslikult.

On oluline, et saaksid oma äriks hea alguse. Kui järgid seda lihtsat süsteemi ja kulutad nädalas umbes 7-10 tundi läheb sul hästi.

Meie süsteem on üles ehitatud niimoodi, et kui pühendud osaaajaliselt peaksid saavutama Director taseme 60 päeva jooksul. Sel juhul oled saavutanud hea lississetuleku ja oled liikumas juba uute eesmärkide poole.

KUIDAS EDASI LIKUDA

Eqology kasutab lihtsat
3-sammulist protsessi:

1. 3 klienti – 3 FF
2. 3 äripartnerit
– Loo oma esimene meeskond
3. Aita oma meeskonnal saavutada sammud 1 ja 2

Parim viis 1. kuni 3. üleval mainitud sammu läbiviimiseks.

1. NIMEKIRI
2. PRIORISEERI
3. LEPI KOKKU KOHTUMISED
4. ESITLE 2:1 (TOOTED JA ÄRI)
5. JÄRELKOHTUMISED
6. ALUSTA

1 NIMEKIRI

JA MÄLU VÄRSKENDAMINE

Tulevased äripartnerid küsivad endalt tihti: „Kas ma tean piisavalt inimesi, kes oleksid huvitatud Eqology toodetest?“ Nad eeldavad, et suure sotsiaalse võrgustikuga inimesed on edukamad kui väiksema tutvusringkonnaga inimesed. Selline mõttekäik tundub loogiline, aga meie kogemuste põhjal on see tõest kaugel.

Samuti alustavad paljud äripartnerid nimekirjaga, kus on vaid 3–4 inimest (tavaliselt lähedased sõbrad), kes nende arvates võiksid olla huvitatud Eqology toodete ostmisest või Eqology meeskonna juhtimisest.

Nende uue alustatud tegevuse edu sõltub täielikult selle väikse inimgrupi reaktsioonist. Hea õnne korral võib positiivne tagasiside pikendada uut äritegevust paari kuu võrra. Kui aga esialgne lähenemine ebaõnnestub, võib negatiivne reaktsioon kahjustada enesekindlust, ettevõtlikkust ja motivatsiooni sedavõrd, et ennem kui alustatud on, lõpeb see enneaegselt.

Miks mõned äripartnerid annavad alla ja teised saavutavad edu? Sellepärast, et edu saavutavad ja suuri organisatsioone ehitavad inimesed, kes mõistavad, et edu saavutamiseks on vaja teha palju eeltööd (nt töötada välja põhjalik

nimekiri). Nimekirjaga töötamine ja võimalike äripartneritega ja klientidega kontakteerumine on kõige olulisem oskus selles äris. Seega, nii kui oled teinud otsuse alustada äripartnerina, on järgmine tähtis samm erapooletu nimekirja koostamine. See tähendab, et oluline pole keskenduda nendele, kes võiksid olla Eqology toodetest huvitatud, vaid luua täielik nimekiri inimestest keda tead ja tunned.

Võrgustiku loomine on üks olulisemaid tööriistu äripartnerina edu saavutamiseks. Koosta oma nimekiri avatud meelega ja ära arva välja inimesi, kes Sinu arvates ei pruugi olla huvitatud.

Ära lase hetkeuskumustel piirata oma tulevase võrgustiku ulatust ja segada nimekirja koostamisel.

Niipea kui hakata protsessi suhtuma objektiivselt, võivad meelde tulla nimed, kelle peale eelnevalt ei mõelnudki, näiteks vana tuttav või sõbra sõber. Hea viis

alustamiseks on mõelda ühele inimgrupile ning seejärel hakata neid üles kirjutama. Näiteks: lähisugulased, kaugemad sugulased, töökaaslased, sõpruskonnad (trenn, hobid, klubid, kool/ülikool, Facebooki/ Twitteri kontaktid) ning seejärel sõprade sõbrad, perekonnasõbrad jne.

Mõnes selles grupis võib keegi olla innukas suhtleja. Kas nad ise teavad seda? Suhelge nendega ja täiustage oma nimekirja. Pole vaja mõelda, mida selle nimekirjaga

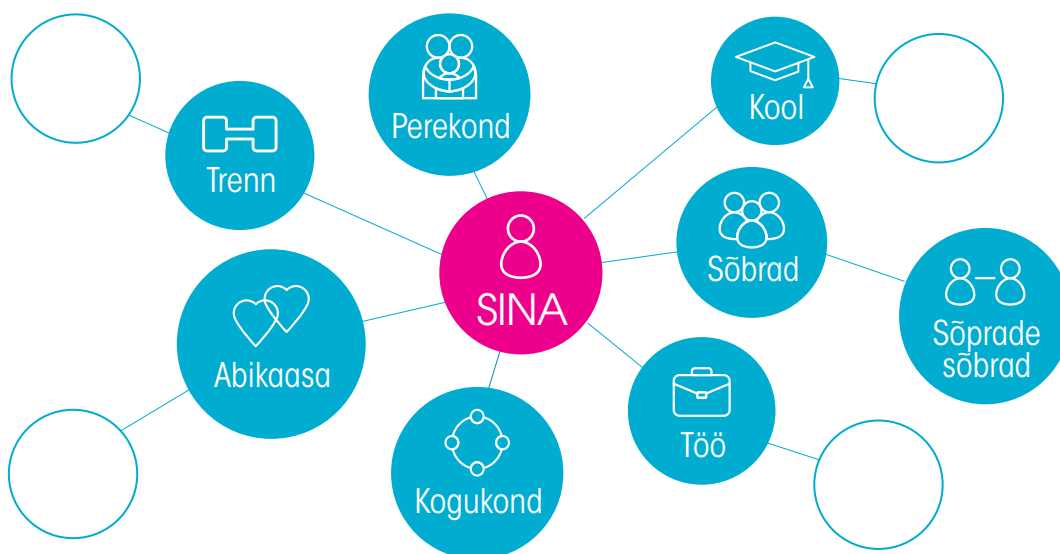
peale hakata või kas need inimesed on huvitatud. Koguge nimesid organiseeritult ja struktureeritult. Kui teha seda õigesti, siis avastate, et 3–4 nimega subjektiivse nimekirja asemel on nimekiri sadade kontaktidega, kellega ühendust võtta.

Iga nimi on tulevikuvõimalus – olgu selleks siis tulevane kontaktide juurdetooja, tulevane Eqology tarbija või tulevane äripartner.

Ära unusta, et see nimekiri on dünaamiline. Sinna tuleb pidevalt lisada uusi tekkinud kontakte.



MÄLUVÄRSKENDAJA



Heale algusele kaasaaitamiseks oleme koostanud mäluvärskendaja, mis aitab koostada sõprade, ärikontaktide ja perekonnaliikmete loendit.

TEIE PEREKOND

Ema ja isa
Ämm ja äi
Vanavanemad
Lapsed
Vennad ja õed
Kasuvanemad
Kasuvennad- ja õed
Tädid ja onud
Vennatütred- ja
pojad
Õetütred- ja
pojad

Nõod ja kauged
sugulased (nt nõo
laps)

PRAEGUNE KON- TAKTIDE NIMEKIRI

Aadressiraamat
E-posti aadressid
Mobiiltelefoni kon-
taktide nimekiri
Facebook
LinkedIn

Twitter
Skype

INIMESED, KELLEGA REGULAARSELT SUHELDAKSE

Sõbrad
Tuttavad
Sõprade sõbrad
Naabrid
Vaba aja, hobide,
ajaviite ja muu

tegevusega (trenn,
jõusaal, golf, tennis,
veiniklubi jne) seo-
tud tutvused
Personaaltreener
Juuksur
Äripartnerid
Endised töökaasla-
sed
Ärikontaktid
Ülemus
Endine ülemus

KES MÜÜS MULLE:

paadi
ettevõtte
auto
auto rehvid
nõudepesumasina/
kuivati
kalapüügiloo
mööbli
prillid
maja/korteri
ehed
kõõgiseadmed
maci/ pc/ ipadi/
tahvelarvuti/ kaa-
mera
mobiiltelefoni
tv/ hifi
tolmuimeja

MA TEAN INIMESI, KES ON:

ambitsioonikad
avatud
usaldusväärsed
entusiastlikud
ettevõtlikud
fokuseeritud
sihipärased
lõbusad
hea huumoriga
terviseteadlikud
edasipüüdlilikud
otsivad lississetu-
lekut
organiseeritud
positiivsed
struktureeritud
meeskonnamängi-
jad

MA TEAN INIMESI, KES:

on isalgatajad
ei salli oma praegust
töökohta
on ausad
on hea iseloomuga
naudivad uute asja-
de õppimist
armastavad välja-
kutseid

vajavad uut autot
loevad raamatuid
isikliku arengu kohta
soovivad veeta roh-
kem aega perega
töötavad kõvasti
töötavad võrkturun-
duses
töötavad öösiti või
nädalavahetustel
töötavad tavapä-
rastel aegadel
(nt 9–17 E–R)

MA TEAN KEDAGI, KES ON:

raamatupidaja
näitleja
akupunkturnist
lennujuht
arheoloog
arhitekt
kunstiline juht
kunstnik
õppejõud
kirjanik
pagar
baarmen
kosmeetik
bioloog
sepp
paadimeister
botaanik
bussijuht
ülemteener
kapten
automüüja
tisler
koristaja
dirigent
kondliiter
konsultant
kokk
kosmetoloog
tantsija
hambaarst
nahaarst
disainer
dietoloog
diplomaat
juht
arst

majandusteadlane
toimetaja
elektrik
liftiteeninidaja
insener
talunik
tuletõrjuja
kalur
florist
jalgpallur
aednik
geoloog
koduabiline
kodukoristaja
homöopaat
hotellidirektor
majapidaja
kindlustusagent
sisearhitekt
IT konsultant
juveliir
ajakirjanik
reporter
kohtunik
jurist
maastikukujundaja
advokaat
raamatukoguhoidja
või raamatupoe
müüja
vetelpäästja
turundusjuht
assistent
massöör
mehaanik
ämmaemand
modell medõde
töõterapeut
optik
osteopaat
maalikunstnik, ma-
ler ja sisekujundaja
pastor/preester
apteeker
filosoof
fotograaf
torumees
politseinik
poliitik
uksehoidja
postiljon
psühholoog

katusepanija
kooli medõde
teadlane
sekretär
turvamees
FIE
kingsepp
müüja
hõbessepp
laulja
helitehnik
börsimaakler
müürsepp
õpilane
kirurg
geodeet
rätsep
taksojuht
õpetaja
giid
kellner (lemmik)
autojuht
kellassepp
veebidisainer
aknapesija
ravimassõõr

KEDA SA TEAD TEISEST RIIGIST?

Austria
Belgia
Eesti
Island
Itaalia
Läti
Leedu
Holland
Norra
Põhja-Iirimaa
Poola
Prantsusmaa
Rootsi
Rumeenia
Saksamaa
Slovakkia
Soome
Šveits
Taani
Tšehhi
Ühendkuningriik
Ungari

NIMEKIRI

NIMEKIRI

NIMEKIRI

NIMEKIRI

NIMEKIRI

NIMEKIRI

2 PRIORISEERIGE

Võtke ette nimekiri ja jaotage see kahte kategooriasse: Eqology toodete potentsiaalsed kliendid (kliendinimekiri) ja potentsiaalsed äripartnerid esimese meeskonna loomiseks (Business Partnerite nimekiri). Nüüd organiseerige mõlemad nimekirjad tähtsuse järjekorda. Kõige edukamad äripartnerid on need, kes leiavad parimad ja tähelepanu väärivad võimalused.

KLIENDINIMEKIRI

Soovitame uutel äripartneritel alustada pöördumisega nimekirjas olevate sõprade, perekonnaliikmete ja inimeste poole, kellel on huvi toidulisandite kasutamise vastu. Samuti huvi tervist ja heaolu edendavate tegevuste vastu (nt on huvi toitumise, füüsilise ja vaimse tervise parandamise vastu, meeldiv käia jõusaalis või regulaarset trennis või soovib muuta eluviisi). Kui esimene samm (nimekiri) ja teine samm (prioriseerimine) on tehtud õigesti, peaksid need inimesed kliendinimekirja tipus olema.

Sinu esimesed 5–10 klienti on nende nimede hulgas. Need on isikud, kes suure tõenäosusega ostavad Eqology tooteid.

ÄRIPARTNER

Kas teate kedagi kes on ambitsioonikas, seltskondlik, sümpaatne, tark, positiivne, on juhiomadustega ning on avatud väljakutsetele?

Need inimesed peaksid olema potentsiaalsete Business Partnerite nimekirjas.

KLIENDID

Nimi	Linn	Tel nr
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

BUSINESS PARTNERID

Nimi	Linn	Tel nr
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

3
FOR
FREE



Maksad ainult saatekulu oma TASUTA toote eest. Loe rohkem reeglite
kohta lehel eqology.com

SAA TOODE TASUTA



OSTA KOMPLEKT*

Leia 3 klienti



KLIENT 1

Ostas Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake või Pure Arctic Oil For Kids



KLIENT 1

Ostas Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake või Pure Arctic Oil For Kids



KLIENT 1

Ostas Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake või Pure Arctic Oil For Kids

OMA ESIMESE KLIENDIBAASI EHITAMINE

Lisaks uute äripartnerite otsimisele on oluline tugeva kliendibaasi ehitamine.

Tegelikult võivad mõned inimesed potentsiaalsete klientide nimekirjas (kliendinimekirjas) olla need kellest tulevad ka potentsiaalsed äripartnerid. Siiski on oluline järjepidevalt ehitada üles tugev kliendibaas, sest need kliendid toovad kestvat sissetulekut. Kasutage aega oma nimekirjade organiseerimiseks, et nendes oleks piisavalt nii kliente kui ka äripartnereid (tasakaalustage oma võimalused).

Eqology pakub unikaalset 3FF süsteemi. Kui on 3 klienti, kes ostavad Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake või Pure Arctic Oil For Kids toote, saate ühe toote järgmisel kuul TASUTA*. Seega on 3 kliendi omamine minimaalne aktiivsus, mis me oma uutelt äripartneritelt ootame.

Näiteks kui teil oleks 50 äripartnerit, kellest igaühel on 10 klienti, siis sellisel juhul maks-

takse Teile 500 inimesega kliendibaasi eest. Kui nendel 50 äripartneril on igaühel kõigest 2 klienti, on Teie tulu juba 80% võrra väiksem. Samuti on oluline, et teeksite endale selgeks Eqology toodete kasutamise eeliseid. Oma äriga alustades keskenduge peamistele tootele, milleks on Pure Arctic Oil, Essential, Anti Age Collagen ja Shake. Ilmselt on ütlematagi selge, et nende toodete igapäevane kasutamine aitab kaasa nende usutavale turustamisele.

Väga oluline tööriist meie toodete tutvustamisel on ajakiri. Soovitame hoida potentsiaalse kliendiga rääkides ajakiri alati lähedal. See aitab klientidel parimini tutvuda meie toodetega, nagu Pure Arctic Oil, Essential, Shake ja Anti Age Collagen. Eqology ajakiri mõjub positiivselt kaheksale kliendile kümnest – see on suurepärase tööriist kliendibaasi loomisel!



KUIDAS OMA KLIENDI- BAASI KÄIVITADA

1. Kutsuge oma kliendinimekirja esimesed 3–8 potentsiaalset klienti toodete tutvustamise kohtumisele või õhtule.
2. Külastage oma nimekirja potentsiaalseid kliente ja tutvustage meie tooteid.

VIHJE: Kuni Te pole valmis üritusi veel ise juhtima, soovitame kutsuda kohtumisele kaasa sponsori või ülalliini inimese.

Enne tooteid tutvustavat kohtumist või õhtut lugege läbi meie ajakiri ja kui siiani pole jõudnud siis proovige meie peamisi tooteid Pure Arctic Oil ja Essential. Meie kogemuste põhjal on kolme kliendi saamiseks vaja eelnevalt pöörduda viie inimese poole. Alustage kliendinimekirjas esikohal olevate inimestega.

Peatükis „Kokkusaamiste kokku leppimine“ leiate efektiivseid viise potentsiaalsetele klientidele lähenemiseks ja inimeste tooteid tutvustavale kohtumistele või õhtutele kutsumiseks.



► *Pikaajalist tulu
teenitakse klientidega.*

A pair of glasses and a hand holding a pencil are visible in the top right corner of the page.

Näpunäiteid tooteid tutvustavate kohtumiste või õhtute korraldamiseks

1. Kutsuge piisavalt inimesi, ideaalis võiks olla 3-8 osalejat (8-15 kutset).
2. Olge tähelepanelik.
3. Vestelge enne toodete presentatsiooni kõigi osalejatega.
4. Kasutage olemasolevaid lugusid toodete kohta.
5. Keskenduge toote Pure Arctic Oil või kontseptsiooni Pure Essential tutvustamisele.
6. Kirjeldage toote tausta ja maitse tooteid, tehke tasakaalu test neile kes soovivad.
7. Selgitage kuidas klientidel on võimalik 3FF saavutada.

Võtke kaasa:

1. Pure Arctic Oil ja testid
2. Pure Essential
3. ajakirjad
4. PC või tahvelarvuti

Minu esimesed tooteid tutvustavad kohtumised:

Kuupäev:		Aeg:		Nimi:		Koht:	
Kuupäev:		Aeg:		Nimi:		Koht:	
Kuupäev:		Aeg:		Nimi:		Koht:	
Kuupäev:		Aeg:		Nimi:		Koht:	

3 KOKKUSAAMISTE KOKKU LEPPIMINE

Hea viis oma esimese tooteid tutvustava kohtumise kokku leppimiseks on kasutada selleks meie lihtsat, järeleproovitud ja kontrollitud ning eelnevalt ettevalmistatud mudelit.

Tehes kõnesid tulevastele klientidele, võib tunduda ahvatlev rääkida neile kohe ja kõike Eqology'st, toodetest ja Eqology äripartnerluse võimalustest. Siiski on nii Teie kui ka Teie kontaktide jaoks kõige olulisem parim esmamulje Eqology'st.

Seega pidage vastu soovile tutvustada tooteid ja oodake sellega tooteid tutvustava kohtumiseni. Sel juhul annate oma sponsorile võimaluse tööd teha, olla eeskujuks ning näidata, kuidas asjad käivad.

TELEFONIKÕNE ALUSTAMISE NÄIDE:

1. Avalause:

"Tere, olen"

2. Aja ja koha kokkuleppimine:

"Mis su plaanid on järgmisel nädalal? Saame kokku kolmapäeval või neljapäeval?"

Järgnev näide on klientide tooteid tutvustavale kohtumisele või kliendiõhtule kutsumiseks. Ärge hakake kohe tooteid tutvustama ega äritegevuse võimalustest rääkima vaid andke oma sponsorile võimalus kohtumisel tööd teha.

5 SAMMU

EDUKATE KUTSETENI:

1.

Avalause.

Näide: „Tere, olen“

2.

Lepi kokku aeg ja koht.

„Mis sul järgmise nädala plaanid on?
Saame kokku kolmapäeval või neljapäeval?“

3.

Öelge põhjus, miks temaga kohtuda tahetakse.

„Põhjus, miks ma kohtuda tahan, on ... (vt erinevaid näited järgnevatelt lehekülgedelt).“

4.

Maini, et küsimustele vastamiseks on sinuga kaasas Teie sponsor/sõber/töökaaslane.

5.

Kinnita kohtumine.

„Kohtume kolmapäeval kell 19 (aadress).“

NÄPUNÄITEID KOHTUMISTE KOKKULEPPIMISEKS:



- Mõelge valmis, mida tahate öelda. Korralik planeerimine ennetab halba esitlust
- Olge innukas ja hoidke tempot
- Töötage nimekirjaga. Helistage lühikesa aja jooksul nimekirjast nii paljudele inimestele kui võimalik
- Keskenduge helistamise põhjusele: Sa soovid neid kohtumisele saada
- Olge sõbralik ja professionaalne
- Kinnitage kokkulepitud kohtumine
- Hoidke kõne lühike
- Lõpetage kõne

TELEFONIKÕNEDE NÄITED

TOODETE TUTVUSTAMISEL KUTSUMISEKS

▶ **TOODEID TUTVUSTAV KOHTUMINE VÕI ÕHTU:**

Ma helistan, et kutsuda sind huvitavale tooteid tutvustavale õhtule. Infot toodete ja nende hüvede kohta annan kohtumisel. Kohapeal on võimalus tooteid proovida ning soovi korral saab testida ka oomega-3 taset. Kohtade arv on piiratud aga tean, et oled huvitatud oma tervisest ning toidulisanditest (ennetavast tervishoiust või heaolust). Üritus on täiesti mitteametlik ega kohusta millekski.

▶ Ma helistan sest tean, et oled huvitatud tervisest/ fitnessist/ toidulisanditest/ heaolust. Ma olen hakanud tegelema väga huvitavate tervisetoodetega, mis võiksid sulle meeldida. Kas saaksid kokku kutsuda mõned sõbrad/ sõbrannad/ töökaaslased tooteid tutvustavale kohtumisele/ õhtule, kus me saaksime rääkida näiteks oomega-3st, vitamiinidest ning mineraalidest? Ma toon kõigile proovimiseks tootenäidiseid ja ka oomega-3 teste. See on mitteametlik ja sõbralik kohtumine ega kohusta kedagi midagi ostma.

▶ **KLIENDIKOHTUMINE:**

Ma hakkasin hiljuti kasutama tooteid, mis võiksid sulle meeldida. Kas see sobiks, kui ma tulen tagasi, et tootekataloogi näidata ning näidiseid tuua?

▶ Ma mäletan, et kurtsid hiljuti tervise üle. Ma olen läinud üle tervislikule eluviisile ja hakanud kasutama suurepäraseid toidulisandeid. Muidugi ei saa ma garanteerida, et need sind aitavad, aga ma tahtsin, et sa nendest kuuleksid. Kas sobib, kui ma tulen läbi mõningate tootenäidiste ja toon lisainformatsiooni?

▶ Ma tean, et oled oma tervise pärast mures. Ma alustasin hiljuti uue äritegevusega ning otsin inimesi, kes oleksid huvitatud kuulama tootetutvustust. Ma arvan, et see pakuks sulle huvi ja et saaksid mulle natuke kasulikku tagasisidet anda? Kas sobib, kui ma tulen läbi ja võtan mõned tootenäidised ka kaasa?

TELEFONIKÕNEDE NÄITED POTENTSIAALSETE ÄRIPARTNERITE SAAMISEKS

- » Ma alustasin hiljuti uue äritegevusega, mis toob turule toidulisandeid, vitamiine, mineraale ja taimseid preparaate. Ma mõtlesin sinu peale ja tahaksin näidata seda uut kontseptsiooni. Võib-olla on selles midagi sulle või mõne su tuttava jaoks.
- » Ma tean, et sa oled energiline/vastutulelik/töökas inimene. Ma alustasin hiljuti uue äriga, mis toob turule toidulisandeid, vitamiine, mineraale ja taimseid preparaate, elukvaliteeti parandavaid tooteid. Ma arvan, et sa võiksid pilgu peale visata, mingit kohustust pole, aga ma arvan tõesti, et see võiks sind huvitada.
- » Meil on sõbraga koos äri ja meile oleks meeskonda vaja veel mõnda andekat inimest, mõtlesin kohe sulle. Meil on võimalus tuua turule uus toode, millel on tohutu potentsiaal. Mõtlesin, et äkki tahad meiega kampa tulla.

4 Iseloomuomadust

Inimestega kohtudes on oluline mõista, et kõiki meid motiveerivad erinevad asjad.

Me saame kategoriseerida inimesi nelja erineva käitumismustri järgi. Õppides neid iseloomuomadusi ära tundma, saate inimestele lähenedes parandada oma tulemusi, sest suudate nende ja nende vajadustega paremini samastuda. Need iseloomuomadused kirjeldavad, kuidas me käitume sotsiaalsetes

olukordades ja kuidas me teistega suhtleme. Need näitavad inimeste olemust ja motivatsiooni. Enamikel inimestel on teatud määral kõik need omadused, aga konkreetses situatsioonis kalduvad inimesed käituma teatud käitumismustri järgi.

Teades neid iseloomuomadusi, oskame potentsiaalsete klientide ja äripartneritega paremini suhelda.

SIIN ON MÕNED NELJA ISELOOMUOMADUSEGA SEONDUVAD VÕTMESÕNAD, MILLELE JÄRGNEVAD SELLISTE INIMESTE EELISTATUD STIIL JA RÕHUASETUS SUHTLEMISEL:

SININE

- Impulsiivsed
- Meeldib kõik mis on lõbus, pidutsemise, reisimine
- Naudivad uute inimestega tutvumist
- Armastavad vaheldust
- Naudivad komplimente
- Suurepäraseid jutuvestjaid

Selliste inimeste eelistatud stiil ja rõhuasetus suhtlemisel on järgmine: Võimalus tutvuda paljude uute inimestega. Võimalus esineda, uusi väljakutseid proovida, meeskonnatöö ning töö ise on väga rahuldust pakkuv. Võrkturundus ei ole kunagi rutiinne, midagi on kogu aeg toimumas. Kujutage ette, kui lõbus meil hakkab olema! **Kes kontaktidest on sinine?**

KOLLANE

- Soovivad teisi aidata
- Panevad teiste vajadused esikohale
- Toetavad ja innustavad teisi
- Ei soovi olla rambivalguses
- Ei naudi valikute tegemist ega vastutuse võtmist

Selliste inimeste eelistatud stiil ja rõhuasetus suhtlemisel on järgmine: Hoidu mainimast, et tuleb vastu võtta palju otsuseid. Keskenduda sellele, kuidas paljud inimesed vajavad neid tooteid/ sissetulekut ning kuidas just tema saab aidata, ning on võimalus töötada omas tempos. Võimalus teha seda koos. Puudub vajadus esineda. Võrkturunduses on suhted ja üksteise toetamine kõige olulisemad. **Kes kontaktidest on kollane?**

PUNANE

- Tegevustele ja tulemustele suunatud
- End ise motiveerivad ja hästi organiseeritud
- Tugeva saavutusvajadusega
- Juhtimis- ja planeerimisoskustega
- Tahavad võtta vastutust

Selliste inimeste eelistatud stiil ja rõhuasetus suhtlemisel on järgmine: Piiramatu palgapotentsiaal, võimalus seada ise eesmärgid ja juhtida teisi nende eesmärkide poole. Inimesed, kes seavad selgeid eesmärgid ning kes on distsiplineeritud, nendel on suurem võimalus saada selles valdkonnas edukaks. Võimalus näha laiemat pilti. **Kes minu kontaktidest on punane?**

ROHELINE

- Uurivad/ analüütilised
- Metoodilised ning mõtlilikud
- Mõtlevad hoolikalt ning võtavad aega otsustamiseks
- Vastu muutustele, eelistavad korda ja ennustatavust
- Meeldivad faktid

Selliste inimeste eelistatud stiil ja rõhuasetus suhtlemisel on järgmine: Norra ettevõtte, tegutseb alates aastast 1998, on kindel, vastupidav ning ettearvatav ettevõtte. Dokumenteeritud tooted ning uurimustööd toodete kohta. Kiht-kihi haaval turvalise ning etteaimatava lississetuleku ehitamine. **Kes minu kontaktidest on roheline?**

ESITLUS

Tee First Look esitlus oma tulevasele äripartnerile 2:1 kohtumisel.

Teie ülesanne on kutsuda oma potentsiaalne äripartner kohtumisele, tutvustada teda oma sponsorile või Eqology esitluse tegijale. Seletage, miks ta kohtumisele kutsuti, miks ise olete otsustanud Eqology'ga koostööd teha ning miks Te soovite temaga koostööd teha. Koostöö oma sponsoriga on erakordne võimalus kuulamiseks ning temalt õppimiseks.

Innukus, positiivne suhtumine ja tahe panustada presentatsiooni ajal on olulised omadused edukaks äripartneriks saamisel. Tehke märkmeid ja laske sponsoril teha tööd, kuni olete kindel, et suudate ise sama teha. Hea ülevaate saamine Eqology ja toodetest võtab umbes 20–30 minutit.

Võta kaasa Eqology ajakiri, arvuti või tahvelarvuti, Oomega tasakaalu test ja toodete näidised. Siis on suurem tõenäosus edu saavutamiseks ning positiivse tulemuse saavutamiseks.

Teine kokkusaamine – järelkohtumine

Enamus inimesi ei tee otsustavat sammu esimesel kohtumisel. Sellepärast on oluline kohe kokku leppida ka uus kokkusaamine. Ideaalis võiks see uus kohtumine tulevase potentsiaalse äripartneriga toimuda 48 tun-di pärast esimest kohtumist. Uue kohtumise peaks kokku leppima juba esimese esitluse lõpus.

Sellel kohtumisel saab võimalik tulevane äripartner vastused oma olulistele küsimustele. Meie ülesanne on pakkuda võimalikult palju informatsiooni, et tulevane äripartner saaks teha läbimõeldud otsuse. Paljud võtavadki otsuse vastu just pärast seda kohtumist.

NÄPUNÄITEID teiseks kohtumiseks

- Küsige, mis motiveerib just teda
- Vastake talle olulistele küsimustele
- Kas Director 60 päevaga on arusaadav?
- Uurige kas ta tooteid on juba proovinud?
- Küsige, kus ta asub 1/10 skaalal.
- Mida on veel vaja, et ta alustaks?





» *Kas olete kunagi osalenud „telefonimängus“?*

DUBLEERIGE

Kui jah, siis ilmselt teate, et mängu lõpus erines tihti inimeselt inimesele liikunud sõnum algsest sõnumist. See võib olla lõbus mäng laste pidudel, kuid katastroofiline organisatsioonidele.

Dubleerimine on edu võti. Veenduge, et kõik äripartnerid järgivad sama süsteemi. Parim viis selleks on kasutada Start Up juhendit igakordsel uue äripartneri leidmisel. Millegi uue proovimine võib tunduda ahvatlev, aga see on väga harva tark tegu. Start Up juhendis esitletud süsteem on järeleproovitud

ja kontrollitud, selle järgi on lihtne õppida ning teisi õpetada. Tehes kõiki oma tegevusi süstemaatiliselt, näeb see lihtne välja ning innustab teisi mõtlema, et nad saavad samuti sellega hakkama. Dubleerimine on jätkuva tulu saavutamise võti.

On oluline, et Te ei satuks rollidesse, mis võiksid vähendada võimalusi ning takistada organisatsiooni end dubleerida. All on mõned näited käitumistüüpidest, mis võivad kahjustada Teie potentsiaalset jätkuva tulu saamist.

Superman

Nad teevad oma organisatsioonis kõik esitlused ise ning neil on olemas vastused kõikidele küsimustele. Nad saavad oma meeskondades tuntuks kui „gurud“. Harva juhtub midagi ilma nende initsiatiivita. Meeskonnaliikmed on nendest sõltuvad ega kasuta oma võimeid eriti tihti. Kõik mõtlevad, et nad ei saa kunagi nii heaks kui tema. Tulemuseks on see, et meeskonnad muutuvadki nendest 100% sõltuvaks. Väldi iseenda suurimaks vaenlaseks saamist.

See tark tüüp

Need inimesed arvavad, et on leidnud äritegemiseks oma sponsorist parema viisi ning üritavad hoopis teda õpetada. Nad ei suuda keskenduda ning üritavad leida otseteed, näiteks sponsoreerivad kuulsuseid, hotellikette ja spordimeeskondi. Koostöö tegemine sõprade ja tuttavatega tundub nende jaoks igav. Tavaliselt lõpetavad selle äriaga tegutsemise poole aasta jooksul, sest ärimudel, mida nad üritavad tööle saada, on liiga keeruline ning harva dubleeritav. Seega ei teeni nad kunagi palju raha. Lihtsuses peitub võlu: JÄRGI SÜSTEEMI.

Märter

Märtrid soovivad, et kõik oleksid edukad ning kulutavad palju aega kõikide üle finišijoone aitamiseks. Enamuse oma ajast kulutavad nad püüdes muuta inimesi, kes ei taha muutuda ning mõjutades neid Eqology'ga koostööd tegema. Nende lootused ja inimestesse uskumine ei rajane nende tegevuspotentsiaalil. Nad ei kasuta piisavalt aega parimate väljavaadetega klientide või äripartneritega tegelemiseks ja lõpuks on neil raske motivatsiooni üleval hoida. Kulutage oma aega ainult nendele kes seda tahavad ning nendele kes näitavad oma tegevusega, et nad võtavad asja tõsiselt.

Tooteprofessor

Mõned inimesed muutuvad toodete esitlemises niivõrd heaks, et nad satuvad professori rolli. Nad saavad mõningaid kliente, sest nad on oma tootealaste teadmistega veenvad. Teadmised ning asjatundlikkus toote kohta on kasulikud, kui inimestel on küsimusi, kuid parim lahendus on toodetest suurepärase lugude loomine ning toote kasutamisega kaasnevatest hüvedest rääkimine. See haarab inimesed kaasa ning seda on lihtne dubleerida. Faktid räägivad, lood müüvad.

Hollywoodi direktor

Hollywoodi direktorid alustavad kohe tööd uute äripartneritega ja poodi tulevate klientidega. Pärast seda lülituvad nad kiiresti „juhtimisrežiimile“ ning on veendunud, et peavad suunama organisatsioonis töötavaid inimesi. Nad helistavad või võtavad ühendust kõigi oma grupis olevatega ning hakkavad uurima näiteks, kui palju kohtumisi on kokku lepitud jne. Peagi hakkavad kõik tema organisatsioonis olevad inimesed tegelema sama asjaga – ehk siis mitte millegagi.

Õnnekütt

Õnnekütid näevad seda kui võimalust ruttu rikkaks saada. Nad mõtlevad 3–4 inimese peale, kes nende arvates võiksid sobida Eqology'ga töötama, ning annavad endast kõik, et neid ühinema saada. Nad ei kuluta aega nimede loendile ega tööta süstemaatiliselt. Seega sõltub nende edu kõigest käputäiest inimestest (kahjuks toimib see siiski harva). See võib paberil välja näha lihtne kolme kliendi ja äripartneriga, aga samas

on selline viis tegelikult edust kaugel. Ärge astuge õnneküttide ämbrisse. Tegelege eesmärgipäraselt ja süstemaatiliselt, järgige süsteemi ning tehke iga päev natukene.



Pidage meeles, et igaüks teeb seda mida teed sina, mitte seda, millest sa räägid.

5 JÄRGIGE

„Paar korda aastas korraldame suuremaid üritusi, kus on võimalus õppida Eqology parimatelt. Miski pole võrreldav nende kasudega, mida toob kaasa sellisel suurel üritusel osalemine!“

Samme 1–4 järgides saate enesekindlalt alustada oma äritegevust äripartnerina.

Need sammud abistavad väikese äripartnerite meeskonna ja kindla kliendibaasi loomisel.

Äriaga kiirelt ning edukalt alustamiseks on oluline teha uute tulijatega lähedast koostööd, enne kui saate hakata oma staatuses tõusma. See on väga lihtne, sest me aitame kõiki esimeste sammude läbimisel: nimekirjade koostamisel, klientide saamisel ning kohtumiste kokkuleppimisel.

80% ajast on vaja tegeleda tugeva organisatsiooni loomiseks just nende tegevustega. Hiljem vajab Teie meeskond oskuste täiendamist, mistõttu on oluline võtta osa meeskonna- ja hotellikohtumistest, koolitustest ning muudest üritustest.

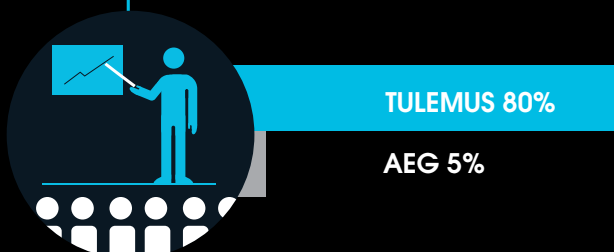
Paar korda aastas korraldame suuremaid üritusi, kus on võimalus õppida Eqology parimatelt. Miski pole võrreldav nende kasudega, mida toob kaasa sellisel suurel üritusel osalemine. Teadmised ja motivatsioon on need mida on vaja, et professionaalselt ja edukalt Eqology't esindada.



- 2:1 esitlused



- Koolitus- ja järeltegevused
- äripartnerite koolitused
- Ärikohtumised
- Tooteesitlused
- Koolitused



- **ÜRITUSED**



Uus koolitatud Business Partner

6

AVAKOOSOULEK

TEIE ESIMESED KOHTUMISED

	NIMI	KOHT	AEG
1.			
2.			
3.			

EESMÄRGID

Lühiajaliste (nt 90 päeva) ja pikaajaliste eesmärkide seadmine on oluline Eqology staatuste saavutamiseks. Arutage koos oma sponsori/ ülaliiniga,

kas seatud eesmärgid on kooskõlas Eqology jaoks pühendatud tundide arvuga.

STAATUS/ EESMÄRK:

90 päeva:

1 aasta:

3 aastat:

5 aastat:

Selle saavutamiseks pühendan ☐ tundi nädalas Eqology jaoks.

30 PÄEVA

3
FOR
FREE

SINA



KUUPÄEV:

3 For Free

CAB 60 EUR*

FSQ & TEAL LEADER

2.000 QV

SINA



KUUPÄEV:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR

60 PÄEVA

DIRECTOR

4.000 QV

SINA



KUUPÄEV:

Director 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Mentor Bonus: 288 EUR*

12 KUUD

**10V
EQOLOGY™
IUX**

Võimalus saada esimese Business Kiti eest tasuta summa EQOLOGY käest tagasi. Teil tuleb vaid tagada, et 10 otsest klienti hoiaks PAO/PVO Premiumi tellimuse kehtivana 10 kuu jooksul: nii saavutate oma Business Kiti ostmise päevast arvestades 12 kuuga 100 PAO/PVO tellimuse ostu.

SINA

12 kuud



KUUPÄEV:

*Kui saavutate Mentor Accelerator staatuse ja sinu Business Partnerid registreeruvad Pro. Kitiga

»» Your checklist
will help you
organize your
Business

KONTROLLNIMEKIRI

- ☐ Tellisin toote Pure Arctic Oil või Essential toote
- ☐ Tegin Oomega-6/ oomega-3 testi
- ☐ Vaatasin toodete videot: Pure Arctic Oili, Test Kit ja Essential
- ☐ Koostas nime loendi vähemalt 100 kontaktiga
- ☐ Tegin esimese kohtumise sponsoriga (48 h jooksul)
- ☐ Seadsin tähtsuse järjekorda esimesed 15 potentsiaalset klienti ja äripartnerit
- ☐ Leppisin kokku 10 kliendikohtumist ja/või toodete kohtumist/ õhtut
- ☐ Leppisin kokku 10 kokkusaamist First Look esitluseks potentsiaalsete äripartneritega
- ☐ 3FF toode Pure Arctic Oil või Essential
- ☐ Sponsoreerisin 3 Business Partnerit
- ☐ Järgmine hotellikohtumine
- ☐ Järgmine kodukohtumine
- ☐ Otsin pileti järgmisele Kick Off üritusele
- ☐ Lugesin Start Up juhendi läbi

LOO OMA TULEVIK ISE

Start Up juhend on kirjutatud selleks, et pakkuda parimad võimalused Eqology Business Partnerina edu saavutamiseks. Siin kajastatud informatsioon põhineb nende inimeste isiklikul kogemusel, kes on saavutanud edu Eqology's ning kulutanud esitluste tegemisele tuhandeid tunde.

Ainuke asi mida vajad ja tegema pead on kannatlikkus ja süsteemi järgimine, me tagame, et sel juhul tuleb ka tulemus.

Toimuvaga kursis olemiseks soovitame regulaarselt külastada meie veebilehte, Facebooki-lehte ning osaleda nii paljudel Eqology üritustel kui võimalik. Sest nagu enamus asju elus ei tule tasuta siis pead ka Eqology's edu

saavutamise ja tippu jõudmise nimel töötama sihikindlalt. Eqology kõrgemate tasemeteni jõudmiseks peate olema valmis süsteemselt õppima ja töötama ning seadma oma tegevusi tähtsuse järjekorda.

Ootame huviga põnevat, informatiivset ja tulutoovat tulevikku koos Teiega.

*Teeme Eqology'st
Teie eduloo!*

A serene winter scene featuring a white fishing boat with orange accents floating on a calm, reflective lake. The boat is positioned in the lower right quadrant, with its reflection clearly visible in the water. In the background, a large, rugged mountain with significant snow cover rises majestically, partially shrouded in mist. The shoreline is dotted with small, snow-covered houses and trees. The sky is filled with soft, grey clouds, and the overall atmosphere is peaceful and quiet.

It's
in our
nature

EQ. OLOGY

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

It's in our nature