FR

START UP

EQOLOGY™

Guidés par la nature.

INFORMATIONS PERSONNELLES

NOM

EQ ID

SPONSOR

TÉLÉPHONE

E-MAIL

PARRAINS

NOM

TÉLÉPHONE

NOM

TÉLÉPHONE

NOM

TÉLÉPHONE

BIENVENUE CHEZ EQOLOGY™

Nos marques Eqology et EQ ont des noms qui viennent de: Émotionnel Intelligence (IE) et de l'étude des relations entre les organismes et leur environnement (écologie).

Tout organisme vivant tend naturellement à atteindre son potentiel. Nous adhérons à cette grande idée et nous l'appelons: Guidés par la Nature.

« Guidés par la Nature » reflète la détermination collaborative de nos employés et Partenaires commerciaux : Nous sommes guidés par la volonté de renforcer nos marques et de devenir un acteur majeur dans nos segments cibles sélectionnés sur le marché des vitamines, minéraux et les suppléments nutritionnels et naturels en Europe.

Pour atteindre ces objectifs, nous œuvrons pour développer des produits uniques de grande qualité et pour soutenir nos Business Partner dans leurs efforts pour promouvoir nos suppléments alimentaires. « Guidés par la nature » reflète également un facteur clé pour la recherche et le développement de nos produits qui se traduit par la volonté d'utiliser des ingrédients naturels dans les compléments alimentaires. Nous croyons que la nature peut apporter santé et vitalité et tenir à distance la plupart des maladies les plus courantes. Nous croyons que la nature est une force, en nous et autour de nous, qui nous fait avancer, une force qui nous inspire pour de grandes réalisations. A partir de ces idées simples, mais néanmoins puissantes, nous avons développé notre identité. En tant qu'entreprise de marketing relationnel, nous offrons à nos Business Partner un concept fort, des produits qui ont fait leurs preuves et un business model qui récompense ceux qui font leur travail. Les efforts d'Eqology pour rester centré sur le consommateur améliore aussi bien nos produits que l'opportunité pour nos Business Partner de constituer un revenu stable et prévisible. Nous croyons que cela est une approche unique dans cette industrie.

Nos deux valeurs sont nos principes généraux : Détermination et honnêteté. Cela traduit qui nous sommes, qui nous voulons continuer d'être, et comment nous orientons notre activité, ce que nos produits apportent et ce qu'exprime le nom de notre marque.

Chaque personne a un grand potentiel et nous croyons que l'opportunité de devenir un Business Partner Eqology vous apportera les outils essentiels pour parvenir à maximiser ce potentiel.

Bienvenu dans l'équipe !

EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
par Eqology

START UP

VOTRE PREMIERE SEMAINE DANS LE BUSINESS

«Vous savez à qui parler - nous savons que faire»

CE LIVRET EST ECRIT AVEC CES IDEES :

- **Un Business Partner n'a pas de succès par hasard**
- **Adopter un modèle d'activité approuvé apporte la réussite.**

Dans ce livret vous allez participer à diverses activités. En suivant ces étapes vous pouvez rapidement gagner de l'argent, beaucoup plus rapidement que dans un business model traditionnel. Pour ceux d'entre vous qui avez choisi de suivre ces étapes jusqu'au bout, les récompenses personnelles et financières peuvent être extraordinaires. C'est important d'avoir un bon départ dans votre nouvelle entreprise commerciale. Suivez ce système simple, dédiez 7 à 10 heures par semaine de votre temps aux activités de Partenaire Commercial et vous serez sur la bonne voie.

Notre système est conçu sur le concept qu'un Business Partner peut atteindre le niveau de Directeur en 60 jours et en faisant cela il se constitue un complément de revenu raisonnable tout en restant sur la bonne voie pour atteindre des objectifs plus ambitieux.

COMMENT PROGRESSER

A Eqology nous faisons les choses simplement :
Un process en 3 étapes pour la réussite :

1. 3 clients pour obtenir votre produit gratuitement (3 For Free)

2 3 Partenaires commerciaux
- Créez votre première équipe

3. Aidez votre équipe à atteindre les étapes 1 et 2

La meilleure méthode pour réaliser les étapes 1 à 3 ci-dessus.

1. **LISTE DE NOMS**
2. **PRIORISEZ**
3. **PLANNIFIEZ DES REUNIONS**
4. **PRESENTEZ 2-1 (PRODUITS ET BUSINESS)**
5. **FAITES UN SUIVI**
6. **COMMENCEZ**

1 LISTE DE NOMS

ET AIDE-MÉMOIRE

Les Eqology Business Partner potentiels se demandent souvent «Est-ce que je connais assez de personnes qui seraient intéressées dans par les produits?» Alors ils présupposent que ces personnes avec une disposition naturelle au réseautage réussiront très bien et ceux avec des cercles d'amis plus restreints et moins de connaissances réussiront fort probablement moins. Ce type de pensée paraît logique mais, par expérience, c'est loin d'être le cas.

Beaucoup de Partenaires Commerciaux dans votre cas commencent avec une petite liste de 3 à 4 personnes (en général des amis proches) qu'ils pensent être intéressés par l'opportunité soit d'acheter les produits soit de rejoindre Eqology en tant que Team Leader.

La réussite totale de leur nouvelle activité dépend alors de la réaction de ce tout petit groupe de personnes. Avec de la chance, une réaction positive de certains d'entre eux peut prolonger cette nouvelle aventure pendant quelques mois. D'un autre côté, il est vraisemblable d'être dans le cas où la première approche échoue, la réaction négative peut être suffisante pour nuire à la confiance en soi, à l'enthousiasme et à la motivation au point d'abandonner prématurément cette opportunité.

Alors pourquoi est-ce que certains Partenaires Commerciaux abandonnent alors que d'autres réussissent? C'est parce-que ceux qui créent réellement la réussite et mettent en place de grandes entreprises en réseau sont ces personnes qui comprennent que la réussite nécessite un bon travail de fond (c'est à dire créer une liste de noms réaliste) et que travailler la liste de noms (le réseau) pour contacter les prospects est l'un des savoir-faire les plus importants dans cette activité. Par conséquent, une fois que vous décidez de vous lancer et de vous inscrire en tant que Partenaire Commercial, la priorité est de commencer à compiler une liste objective de noms et de contacts. Cela veut dire, prendre son temps pour considérer subjectivement qui sera intéressé par les produits au lieu de vous centrer sur l'effort immédiat nécessaire à écrire une liste claire, complète et bien structurée des personnes que vous connaissez.

Développer un réseau c'est l'un des outils les plus importants pour réussir en tant que Partenaire Commercial. Ne vous donnez pas de limites dans votre approche pour

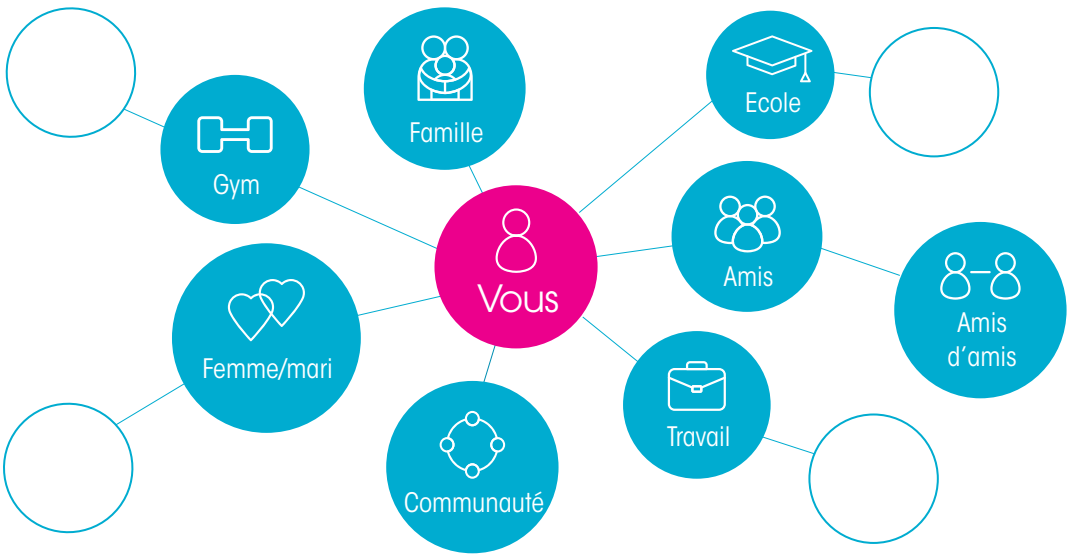
compiler votre liste de noms, et n'écartez pas d'entrée de jeu des noms que vous estimez ne pas être intéressés. Ne limitez pas la taille de votre réseau de prospects en laissant vos croyances actuelles interférer sur le travail à accomplir. Une fois que vous commencez cette démarche de façon objective plutôt que subjective, plusieurs noms, auxquels vous n'auriez probablement pas pensé, peuvent émerger, comme une vieille connaissance ou l'ami d'un ami. Une bonne façon de commencer est de penser à des groupes de personnes, et de les lister au fur et à mesure, par exemple : les proches, la famille, la famille élargie, les collègues de travail, des collègues précédents, des amis, pensez en terme de cercles d'amis (gym, hobbies, clubs, école, collège, contacts facebook/twitter), les amis d'amis, les amis de la famille et ainsi de suite.

Certaines de ces personnes, sur chacune de ces sous-listes peuvent être des passionnés de réseaux sociaux. Est-ce qu'ils connaissent des personnes? Parlez-en avec eux et développez votre liste de noms. Ne pensez pas à l'utilité de votre liste, ou si oui ou non ils seront intéressés. Centrez vos effort à collecter des noms de façon bien organisée et structurée. Si vous faites cela proprement, vous trouverez qu'au lieu d'une petite liste subjective de 3 ou 4 noms, vous pouvez créer une liste de noms objective, avec des centaines de personnes que vous pourriez potentiellement contacter.

Chacun de ces noms devient alors un prospect - lui-même apportant des contacts futurs pour collecter plus de noms, un futur prospect client de produits Eqology ou un futur prospect Partenaire Commercial.

Rappelez-vous, la liste de noms est dynamique: Ajoutez-y constamment les noms des nouveaux contacts que vous rencontrez en chemin.

AIDE-MÉMOIRE



Pour vous aider à commencer du bon pied, nous avons assemblé un aide-mémoire pour vous aider à commencer votre liste de noms d'amis, de contacts d'affaires et famille.

VOTRE FAMILLE :
Papa et Maman
Beaux parents
Grand parents
Enfants
Frères et sœurs
Beaux frères et belles-sœurs
Parents adoptifs, Frères et sœurs adoptifs
Oncles et tantes
Nièces et neveux
Cousins et famille éloignée (par ex. cousins issus de germains)

LISTE DE CONTACTS ACTUELLE :
Carnet d'adresses
Adresses mail
Liste de contacts du téléphone portable
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

LES PERSONNES AVEC LESQUELLES VOUS ÉCHANGEZ DE FAÇON RÉGULIÈRE:
Amis
Connaissances
Amis d'amis
Voisins
Loisirs, Hobbies, Passe-temps et Activités (gym, golf, tennis, club d'œnologie, etc.)
Coach personnel
Coiffeur
Associés d'affaires
Anciens collègues
Contacts d'affaires
Chef
Anciens chefs

QUI M'A PROCURÉ LES ARTICLES SUIVANTS?:
Lave-vaisselle/ Sèche-linge
Licence de pêche
Meubles
Lunettes
Maison/Apparte-ment
Bijou
Electro-ménager
Mac/PC/iPad/Ta-blette/Camera
Téléphone portable
TV/Hifi
Aspirateur

JE CONNAIS DES PERSONNES QUI SONT :
Ambitieuses
Aimables
Fiables
Enthousiastes
Entrepreneuses
Volontaires
Sympathiques
De bonne humeur
Soucieux de leur santé, de leur style de vie
Très performantes
Qui recherchent un complément de revenu
Organisées
Positives
Structurées
Aimant le travail en équipe

JE CONNAIS DES PERSONNES QUI:
Sont des entrepreneurs
N'aiment pas leur travail, leur lieu de travail
Sont intègres, ont un bon caractère
Aiment apprendre de nouvelles choses
Aiment les challenges
Ont besoin d'une nouvelle voiture
Lisent des livres sur le développement personnel
Veulent passer plus de temps avec leur famille
Travaillent dur
Travaillent dans le Marketing relationnel
Travaillent les soirs et les week-ends
Travaillent aux heures normales (par ex. de 9 h à 17 h du Lundi au Vendredi)

JE CONNAIS QUELQU'UN QUI EST UN :
Comptable
Acteur
Acuponcteur
Contrôleur aérien
Archéologue
Architecte
Directeur artistique
Artiste
Professeur
Auteur
Pâtissier
Barman
Esthéticienne
Biologiste
Forgeron
Constructeur de bateaux
Botaniste
Chauffeur de bus
Majordome
Capitaine
Vendeur de voitures
Menuisier
Agent de nettoyage
Chef d'orchestre
Confiseur
Consultant
Chef
Cosmétologue
Danseur
Dentiste
Dermatologiste
Designer
Diététicien
Diplomate
Plongeur
Docteur
Économiste
Editeur
Electricien
Liftier
Ingénieur
Agriculteur
Pompier
Pêcheur
Fleuriste
Footballeur
Jardinier
Géologue
Aide à domicile, femme de ménage
Homéopathe
Directeur d'hôtel
Gouvernante
Courtier d'assurances
Architecte d'intérieur
Consultant en informatique
Bijoutier
Journaliste
Juge
Juriste
Paysagiste
Avocat
Libraire ou commis de librairie
Maître-nageur
Cadre en marketing,
Assistant
Masseur kinésithérapeute
Mécanicien
Sage-femme
Mannequin
Nourrice
Ergothérapeute
Opticien
Ostéopathe
Peintre
Peintre-décorateur
Pasteur/Prêtre
Pharmacien
Philosophe
Photographe
Plombier
Policier
Politicien
Bagagiste
Facteur
Psychologue
Couvreur
(Entrepreneur)
Infirmier scolaire

Scientifique
Secrétaire
Gardien
Micro-entrepreneur
Cordonnier
Vendeur
Orfèvre
Chanteur
Technicien du son
Courtier
Maçon
Etudiant
Chirurgien
Géomètre
Tailleur

Chauffeur de taxi
Maître d'école
Guide touristique
Serveur (favori)
Chauffeur
Horloger
Web designer
Laveur de vitres
Thérapeute en réflexologie plantaire

QUI CONNAISSEZ VOUS DANS UN AUTRE PAYS?
Allemagne
Autriche
Belgique
Danemark
Estonie
Finlande
France
Hongrie
Irlande du Nord
Islande
Italie
Lettonie
Lituanie
Norvège
Pays Bas
Pologne
République
Roumanie
Royaume-Uni
Slovaquie
Suède
Suisse
Tchèque

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

LISTE DE NOMS

Nom	Ville	Téléphone

2 PRIORISEZ

Prenez votre liste de noms et triez les en deux catégories: Clients éventuels de produits Eqology (liste de clients) et Partenaires éventuels pour vous permettre de former votre première équipe (Liste de Partenaires Commerciaux). Maintenant organisez chacune des deux listes en ordre de priorité. Les Partenaires Commerciaux qui réussissent le mieux sont ceux qui priorisent les meilleures opportunités et qui leur prêtent attention.

LISTE DE CLIENTS

Nous recommandons que les Partenaires commerciaux commencent par l'approche d'amis, de la famille et des personnes sur votre liste de noms qui ont un intérêt naturel pour 1- l'utilisation de compléments alimentaires ou 2- le suivi d'un traitement préventif auto-géré pour la santé et les activités de bien être (par ex. intéressés par l'amélioration de leur régime alimentaire, leur santé mentale et physique, aiment aller à la salle de gym, participent à une activité physique régulière ou veulent changer leur style de vie). Si vous avez correctement accompli l'étape 1 (la liste de noms) et 2 (priorité) ,ces personnes devraient être maintenant en tête de votre liste de clients. Vos premiers 5 à 10 consommateurs sont parmi ces noms,et sont des personnes susceptibles de faire des achats dans votre magasin Eqology.

LISTE DE PARTENAIRES COMMERCIAUX: QUI CONNAISSEZ VOUS QUI SOIT AMBITIEUX, SOCIABLE, AGRÉABLE, INTELLIGENT, POSITIF, QUI POSSÈDE DES QUALITÉS DE LEADERSHIP ET QUI SOIT PRÊT À RELEVER UN DÉFI.

CES PERSONNES DOIVENT ÊTRE PLACÉES SUR VOTRE LISTE DE PROSPECTS COMME PARTENAIRES COMMERCIAUX EQ.

CONSOMMATEURS

Nom	Ville	Téléphone
1.		
2		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

PARTENAIRES COMMERCIAUX

Nom	Ville	Téléphone
1.		
2		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

3 FOR FREE

*Vous payez uniquement les frais de port pour votre produit GRATUIT.
Pour en savoir plus, consultez eqology.com

OBTENEZ VOTRE PRODUIT GRATUIT*

ACHETEZ UN BUSINESS KIT

Inscrivez 3 clients

CLIENT 1

Achetez Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, hake ou Pure Arctic Oil For Kids

CLIENT 2

Achetez Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, hake ou Pure Arctic Oil For Kids

CLIENT 3

Achetez Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, hake ou Pure Arctic Oil For Kids

CONSTRUIRE VOTRE PREMIÈRE CLIENTÈLE

En plus de trouver de nouveaux Partenaires commerciaux, il est important de développer une base solide de consommateurs

Rappelez-vous, certaines des personnes sur votre liste de prospects clients (liste clients) peuvent également être ou devenir des potentiels Partenaires Commerciaux. Cependant, c'est important de constituer régulièrement une solide base clients car ces personnes génèrent vos compléments de revenus à long terme. Passez du temps à essayer d'organiser votre liste de noms pour vous assurer d'une combinaison satisfaisante de clients et de partenaires commerciaux (équilibrez vos opportunités).

Eqology offre un système unique 3 POUR 1 GRATUIT qui vous permet , si vous avez 3 clients avec Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake ou Pure Arctic Oil For Kids, d'obtenir votre produit GRATUITEMENT* le mois suivant. Par conséquent, 3 clients représentent l'activité minimum que nous attendons d'un nouveau Partenaire commercial EQ.

Supposez que vous avez 50 partenaires commerciaux qui ont 10 clients chacun. Vous serez alors payé sur une base consommateurs de 500 personnes. Imaginons ces mêmes 50 partenaires commerciaux avec 2 clients chacun, il y aura une baisse de 80% de votre revenu en commission. Il est important que vous appreniez les bienfaits des produits Ecology. Lorsque vous commencez votre business, concentrez vous sur nos principaux produits. Cela va sans dire qu'en utilisant ces produits chaque jour vous renforcez votre crédibilité pour les commercialiser.

Un outil important pour promouvoir nos produits est le magazine client EQ. Ayez toujours un magazine client disponible lorsque vous parlez avec des clients potentiels. Cela permet à vos clients d'avoir un avant goût de nos produits comme Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil ou Shake. Dans 8 cas sur 10, les consommateurs répondent positivement à notre Magazine c'est un excellent outil pour construire votre base clients!

COMMENT LANCER VOTRE FICHIER CLIENTS

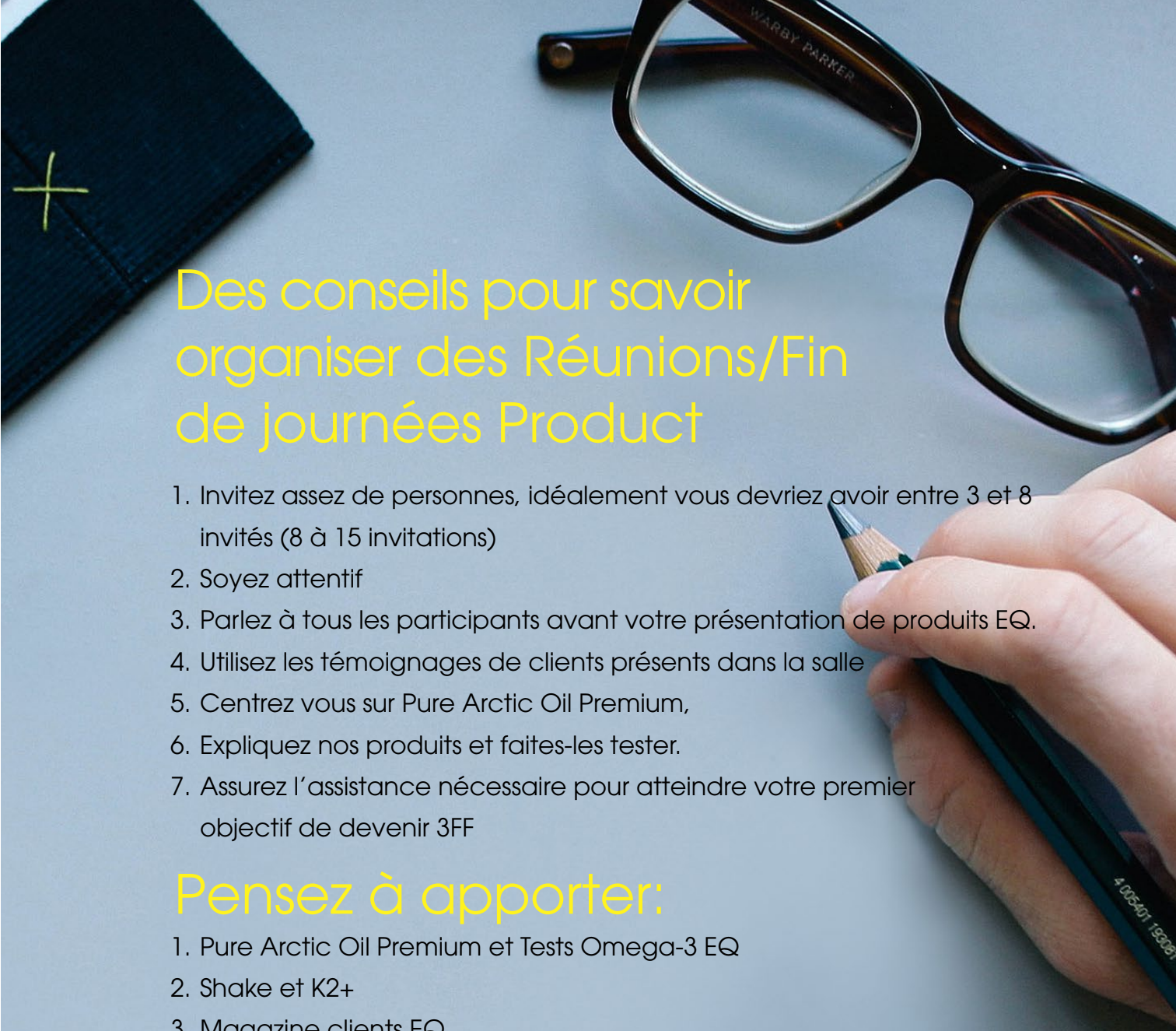
1. Invitez les meilleurs prospects de votre liste de clients à une réunion ou évènement de produits en groupes de 3 à 8 personnes.
2. Rendez visite aux clients prospects de votre liste et faites la promotion de nos produits.

ASTUCE: Nous vous recommandons d'amener un Sponsor ou un parrain à la réunion jusqu'à ce que vous vous sentiez prêt à organiser ces évènements par vous même.

Avant votre réunion/évènement de produits, assurez-vous d'avoir lu notre Magazine Eqology clients et d'avoir essayé nos principaux produits Pure Artic Oil Premium et Shake. Selon notre expérience, pour atteindre 3FF, cela vous demandera d'approcher au moins 5 personnes. Commencez avec les prospects en tête de votre liste clients.

Sur la rubrique « organiser des réunions» vous trouverez quelques méthodes efficaces pour approcher vos prospects et inviter les personnes à une réunion/évènement.

Ce sont les clients qui vous apporteront des revenus complémentaires à long terme.



Des conseils pour savoir organiser des Réunions/Fin de journées Product

1. Invitez assez de personnes, idéalement vous devriez avoir entre 3 et 8 invités (8 à 15 invitations)
2. Soyez attentif
3. Parlez à tous les participants avant votre présentation de produits EQ.
4. Utilisez les témoignages de clients présents dans la salle
5. Centrez vous sur Pure Arctic Oil Premium,
6. Expliquez nos produits et faites-les tester.
7. Assurez l'assistance nécessaire pour atteindre votre premier objectif de devenir 3FF

Pensez à apporter:

1. Pure Arctic Oil Premium et Tests Omega-3 EQ
2. Shake et K2+
3. Magazine clients EQ
4. PC ou tablette

Mes premières Réunions/Evènemens Product:

Date: Heure: Nom: Emplacement:

Date: Heure: Nom: Emplacement:

Date: Heure: Nom: Emplacement:

Date: Heure: Nom: Emplacement:

3 ORGANISEZ DES RENDEZ-VOUS

Une bonne méthode pour organiser votre première réunion/évènement produits c'est de suivre notre modèle prêt à être utiliser, simple et approuvé.

Au début, lorsque vous appelez des clients potentiels, vous pouvez être tenté de tout leur dire sur Eqology, les produits Eqology et l'opportunité de devenir Partenaire commercial. Cependant, aussi bien pour vous que pour vos contacts, c'est important qu'ils aient la meilleure première impression d'Eqology.

Par conséquent, résistez à la tentation de parler prématurément de nos produits et attendez plutôt la réunion/évènement Eqology Product pour laisser le sponsor faire son travail,
donner l'exemple et vous «apprendre le métier».

EXEMPLE DE PREMIER APPEL:

1. L'ouverture:
« Bonjour, _____ à l'appareil.»

2. Convenez de l'heure et de l'endroit:
« Quel est votre programme de la semaine ? Pouvons-nous nous rencontrer mercredi ou jeudi?»

L'exemple suivant est pour inviter les clients à une Réunion/Evènement Product. Résistez à la tentation de parler prématurément de nos produits/opportunités de business et permettez au sponsor de le faire lors de la réunion.

5 ETAPES
POUR DES INVITATIONS REUSSIES:

1. L'introduction.
Exemple: «Bonjour, c'est *votre nom* à l'appareil».

2. Convenez de l'heure et de l'endroit.
«Quel est votre programme de la semaine ? Pouvons-nous nous rencontrer mercredi ou jeudi?»

3. Le motif pour lequel vous voulez les rencontrer.
«Je souhaite vous rencontrer pour (voir plusieurs exemples sur les pages suivantes)».

4. Indiquez que vous devez amener votre sponsor/ami/collègue pour répondre aux éventuelles questions.

5. Confirmez le rendez-vous.
«A mercredi à 19 h à (adresse)».

ASTUCES SUR COMMENT PLANIFIER DES REUNIONS:

- Préparez ce que vous allez dire: Une bonne préparation évite des résultats médiocres
- Enthousiasme: Vous devez avoir du rythme
- Travaillez votre liste de noms: Faites autant d'appels que possible dans le temps le plus court
- Restez centré sur l'objectif de votre appel: Ce que vous voulez, c'est la réunion
- Soyez amical mais aussi professionnel
- Confirmez l'horaire accordé
- Soyez bref lors de votre appel
- Finissez l'appel positivement

EXEMPLES D'APPELS DE CONSOMMATEURS POUR **PRODUCT REUNION/EVENEMENT**

REUNION/EVENEMENT PRODUCT:

- Je t'appelle pour t'inviter à une Réunion/Evènement Eqology Product très intéressante. Tu auras plus d'informations sur les produits et les bienfaits qu'ils apportent pendant la réunion. Tu auras l'opportunité de les essayer y compris un test pour vérifier ton niveau d'oméga 3 si tu le souhaites.. Il y a un nombre de places limité, mais je voudrais te donner cette opportunité car je sais que tu es intéressé par les suppléments alimentaires/ soins préventifs de santé/bien être. C'est informel, amical et sans aucun engagement.

- Je t'appelle car je sais que tu es intéressé par la santé/le fitness/les compléments alimentaires/le bien être/les soins de santé préventifs. J'ai commencé à travailler avec des produits de santé formidables et je pense que tu vas les apprécier. Pourrais tu faire venir quelques amis/collègues pour une Réunion/Evènement Eqology Product où je pourrais te parler par exemple d'Oméga-3, de vitamines et de minéraux? Je donnerai des échantillons à tous les participants ainsi que, si vous souhaitez, un test de niveau d'Oméga-3. C'est une rencontre informelle, amicale et sans aucun engagement d'achat.

- **RENDEZ VOUS CLIENT:**
  J'ai commencé à utiliser quelques produits qu'il me semble que tu aimerais. Si cela te va je te montre le Magazine clients et je t'apporte quelques échantillons?

- Je me souviens que récemment tu t'es plaint de ta santé. J'ai commencé à mener une vie plus saine et j'ai commencé à utiliser de très bons compléments alimentaires pour m'aider. Bien entendu il n'est pas garanti que cela fonctionne pour toi mais je souhaiterais te les faire connaître. Est-ce que cela te convient si je passe avec quelques échantillons et avec un peu plus d'informations?»

- Je sais que tu te soucies de ta santé. J'ai récemment commencé une nouvelle activité et j'ai besoin de quelques personnes qui puissent écouter une présentation de produits. Peut-être que ce serait intéressant pour toi et tu pourrais me donner ton ressenti ? Si cela te convient, je peux passer et je peux te montrer ce que je fais et peut-être tu souhaiterais quelques échantillons?

EXEMPLES D'APPELS A D'EVENTUELS PARTENAIRES **COMMERCIAUX**

- Je me suis récemment engagé dans une nouvelle activité sur le marché des compléments alimentaires/et ou vitamines, minéraux, suppléments nutritionnels. Je pensais à toi et je souhaiterais te montrer mon nouveau concept. Je suis sûre que cela va te plaire, peut-être que ce serait bien pour toi ou pour une de tes connaissances.

- Je sais que tu es quelqu'un d'énergique/entreprenant/travailleur. Je me suis récemment engagé dans une nouvelle activité sur le marché des compléments alimentaires/et ou vitamines, minéraux, suppléments nutritionnels: Des produits pour l'amélioration du mode de vie. Je pense que tu devrais regarder; c'est sans aucun engagement, mais je pense que cela t'intéresserait.

- J'ai commencé à développer un business avec un ami. Nous avons besoin de quelques personnes talentueuses pour l'équipe et j'ai pensé à toi. Nous avons la possibilité de lancer un nouveau produit sur le marché. C'est un potentiel énorme. Je me demandais si tu souhaiterais nous rejoindre dans cette opportunité.

Les 4 traits de caractère

Lorsque nous contactons des personnes, il est important de noter que nous avons tous des motivations différentes.

Nous pouvons catégoriser les personnes en quatre styles différents. Apprendre à reconnaitre les traits de caractère de la personne que vous approchez peut améliorer vos résultats car vous devenez plus à même de bien communiquer avec eux et leurs besoins spécifiques. Ces traits de caractère décrivent comment nous nous comportons socialement et comment nous communiquons avec les autres. Ils révèlent qui vous êtes et ce qui vous motive. La plupart des personnes ont tous ces traits à un degré plus ou moins important, mais dans certaines situations, ils peuvent avoir tendance à se comporter comme une caricature de ces traits.

En ayant connaissance de ces traits de caractère nous pouvons mieux communiquer avec des clients potentiels et des partenaires commerciaux prospects en leur parlant à leur niveau.

Il y a quelques caractéristiques typiques des différents traits de caractères, et des mots clé associés à chacun des quatre traits de caractère, suivis par le style et l'accent mis dans la communication, qui les attire:

BLEU

- Impulsivité
- Aime tout ce qui est amusant, la fête, les voyages
- Aime faire de nouvelles rencontres
- Aime la variation
- A un faible pour les compliments
- Formidable conteur d'histoires

Si vous connaissez quelqu'un de ce type alors le style et l'accent de la communication à choisir: Évoquez toutes les nouvelles personnes qu'ils pourront rencontrer. Vous pourrez monter sur scène, affronter vos défis, le travail d'équipe est très gratifiant. Le marketing relationnel n'est jamais routinier, il y a quelque chose de nouveau tout le temps! Pensez à comment vous allez vous amuser! **Qui est-ce que je connais parmi les bleus?**

JAUNE

- Aime aider les autres
- Ne met pas ses propres intérêts en avant
- Aide et encourage les autres
- N'aime pas être le centre d'attention
- N'aime pas avoir à faire des choix ou prendre des responsabilités

Si vous connaissez quelqu'un de ce type alors le style et l'accent de la communication à choisir: Evitez leur d'avoir à prendre beaucoup de décisions. Centrez-vous sur, combien de personnes ont besoin de ces produits/de revenus additionnels et que vous pourriez aider. Vous pouvez travailler à votre propre rythme. Nous pouvons également faire cela ensemble. Vous n'avez pas besoin de monter sur scène. Le plus important dans le Marketing relationnel ce sont les relations et l'entraide. **Qui est-ce que je connais qui soit jaune?**

ROUGE

- Chercheur/Analytique
- Méthodique et réfléchi
- Étudie avec attention et prend du temps pour décider
- N'aime pas le changement, aime l'ordre et la prévisibilité
- Aime les informations factuelles

Si vous connaissez quelqu'un de ce type, voici le style et l'accent de la communication à choisir: Parlez de l'entreprise norvégienne, créée depuis 1998, solide, fiable et prévisible. Une documentation produits solide et des recherches suffisantes. Construire «pas à pas» pour créer un revenu complémentaire solide et prévisible. **Qui est-ce que je connais qui soit «rouge»?**

VERT

- Orienté sur les actions et résultats
- Motivé et bien organisé
- Fort dynamisme pour la réussite
- Aptitudes de management et de planification
- Aime prendre des responsabilités

Si vous connaissez quelqu'un de ce type , voici le style et l'accent de la communication: Salaire potentiel sans limite. Vous aurez l'opportunité d'atteindre des objectifs et conduire d'autres personnes à les atteindre. Les personnes qui fixent des objectifs clairs et qui sont disciplinés ont le plus de chances de réussir dans cette activité. Ici vous avez l'occasion d'avoir «une vue d'ensemble» **Qui est-ce que je connais qui soit «vert»?**

4 PRESENTEZ

Présentez votre partenaire commercial prospect lors d'une réunion 2:1, une première impression.

Votre tâche est d'inviter votre prospect à la réunion, présenter votre sponsor ou parrain qui va présenter Eqology, et vous leur dites alors pourquoi vous l'avez invité à la réunion, pourquoi vous avez choisi de travailler avec Eqology et pourquoi vous voulez travailler avec eux. Travailler avec votre sponsor vous donne une excellente opportunité d'écouter et d'apprendre.

L'enthousiasme, l'attitude positive et la volonté de participer pendant la présentation sont des caractéristiques positives pour les Partenaires commerciaux à fort potentiel. Prenez des notes et laissez votre sponsor faire le job jusqu'à ce que vous soyez assez confiant pour le faire par vous même. Une bonne présentation générale d'Eqology et des produits prend environ 20 à 30 minutes.

Pensez à apporter le Magazine clients Eqology, un ordinateur ou une tablette, un produit Pure Artic Oil Premium, le test oméga-3 et des échantillons de produits. Cela vous aidera à réussir votre présentation et obtenir un résultat positif.

Deuxième rencontre - réunion 2

Tout le monde ne se jette pas à l'eau dès la première réunion. Cependant il est important d'organiser une réunion de suivi. Idéalement, celle-ci devrait avoir lieu moins de 48 heures après la réunion de première rencontre avec un partenaire commercial prospect. Les réunions de suivi devraient être organisées à la fin de la réunion de première rencontre.

Ici, le Partenaire commercial répond à des questions de façon à ce que vous puissiez continuer le processus. Notre mission est de fournir assez d'information pour que le Partenaire commercial puisse prendre une décision réfléchie. Beaucoup d'entre eux vont décider après cette réunion.

Conseils pour le second examen

- Demandez ce qui motive la personne
- Répondez aux questions qui sont importantes pour le candidat
- Ont-ils compris les valeurs d'en 60 jours?
- Ont-ils essayé les échantillons de la gamme de produits EQ?
- Essayez de trouver où ils se situent sur une échelle 1/10
- De quoi ont ils besoin pour accepter de commencer?

Avez-vous jamais joué au jeu du «téléphone sans fil»?

DUPLICATION

Si vous l'avez fait, vous saurez probablement que, bien souvent, le message final n'est pas le même que celui d'origine, une fois qu'il est passé (répété) d'une personne à la suivante, il change. Ceci peut être amusant à une fête d'enfants mais cela peut être catastrophique pour les organisations.

La duplication est le facteur clé de succès Assurez-vous que tous les Partenaires commerciaux suivent la même méthode par exemple en utilisant le manuel Start Up à chaque fois que vous avez un nouveau Partenaire commercial. C'est toujours tentant d'essayer quelque chose de nouveau pour accélérer le processus mais c'est rarement futé.

La méthode dans le manuel Start Up a été testée et éprouvée. Elle est facile à apprendre et à enseigner aux autres. En réalisant toutes vos activités de façon systématique, celles-ci paraissent simples et cela encourage les autres à penser « Je peux faire aussi bien ». La duplication est la clé pour construire un revenu complémentaire au fil du temps.

Il est important que vous n'alliez pas sur des modèles qui pourraient réduire le potentiel de dupliquer votre organisation. Ci-dessous il y a quelques exemples des types de comportements qui peuvent nuire à votre capacité à créer un revenu complémentaire.

Superman
Ils font tous des présentations dans leur réseau et ont toutes les réponses pour chaque question. Ils deviennent le «gourou» de leur équipe. C'est rare que quelque chose arrive sans qu'ils n'y participent pas. Leur équipe dépend d'eux et s'appuie rarement sur leur sa propre habileté. Chacun pense « Je ne pourrai jamais être aussi bon » Le résultat: L'équipe devient dépendante à 100 % de Superman. Evitez de devenir votre propre pire ennemi

Le gars futé
Ces personnes croient avoir trouvé une meilleure façon de faire du business que leur sponsor et finit par essayer de lui apprendre. Ils sont constamment distraits à essayer de créer des raccourcis par exemple à parrainer des célébrités, des chaînes d'hôtels et des équipes sportives. Travailler avec des amis et des connaissances devient trop ennuyeux pour eux: Ils finissent souvent par démissionner après 6 mois car le modèle qu'ils essayent de mettre en place est trop compliqué et rarement dupliqué. Alors ils ne gagnent jamais assez d'argent. Dans cette activité ce sont les choses simples qui fonctionnent: SUIVEZ LE MODELE.

Martyr
Les martyrs veulent que chacun réussisse et passe beaucoup de temps à amener chacun à passer la ligne d'arrivée. Ils passent la plupart de leur temps à essayer de changer les personnes qui ne veulent pas changer et ils essayent de les convaincre qu'ils devraient travailler avec Eqology. Leurs espoirs et croyances dans les personnes sont basés sur leur potentiel à agir. Ils oublient de passer plus de temps sur leurs meilleurs prospects et cela devient finalement difficile de maintenir leur motivation. Investissez votre temps sur ceux qui veulent quelque chose, en particulier ceux qui démontrent par leurs actions qu'ils sont sérieux.

Rappelez-vous que chacun fait ce que vous faites, pas ce que vous dites.

Professeur Produit
Certains deviennent si bons à présenter le produit en détail qu'ils se font attraper dans leu rôle de « professeur ». Ils ont quelques clients car ils sont convaincants avec tout leur savoir sur le produit. La connaissance et l'expertise sur le produit est une bonne chose si les personnes ont des questions mais c'est mieux de raconter de belles histoires sur le produit et sur les bienfaits de leur utilisation. Cela fait que les personnes s'impliquent et c'est facile à dupliquer. « Les faits racontent, les histoires font vendre »

Directeur de Hollywood
Les directeurs de Hollywood commencent avec de nouveaux partenaires commerciaux et des clients dans leur magasin tout de suite. Tout de suite après, ils tombent rapidement dans le « mode management/ mode directeur » et croient qu'ils ont besoin de diriger ceux qui dépendent d'eux pour faire le travail. Ils commencent à appeler tout le monde dans leurs groupes et à leur poser des questions comme combien de réunions ils ont organisé, etc. Chacun dans leur organisation commence à faire la même chose; c'est à dire rien.

Chasseur de fortune
Les chasseurs de fortune voient leurs opportunités comme un moyen de « devenir riche rapidement ». Ils pensent à 3-4 personnes qu'ils estiment parfaites pour travailler avec Eqology et investissent fortement à essayer de les faire adhérer. Ils ne perdent pas de temps avec la liste de noms et ne travaillent pas de façon systématique. Ils sont alors à la merci d'une poignée de personnes(qui malheureusement ont rarement du succès) Cela peut paraître facile sur le papier avec trois clients et trois partenaires commerciaux mais cette approche est malheureusement loin de la réalité. Ne tombez pas dans le piège « Chasseur de fortunes ». Occupez vous systématiquement des tâches à accomplir. Suivez la méthode et faites un petit peu chaque jour.

5 SUIVI

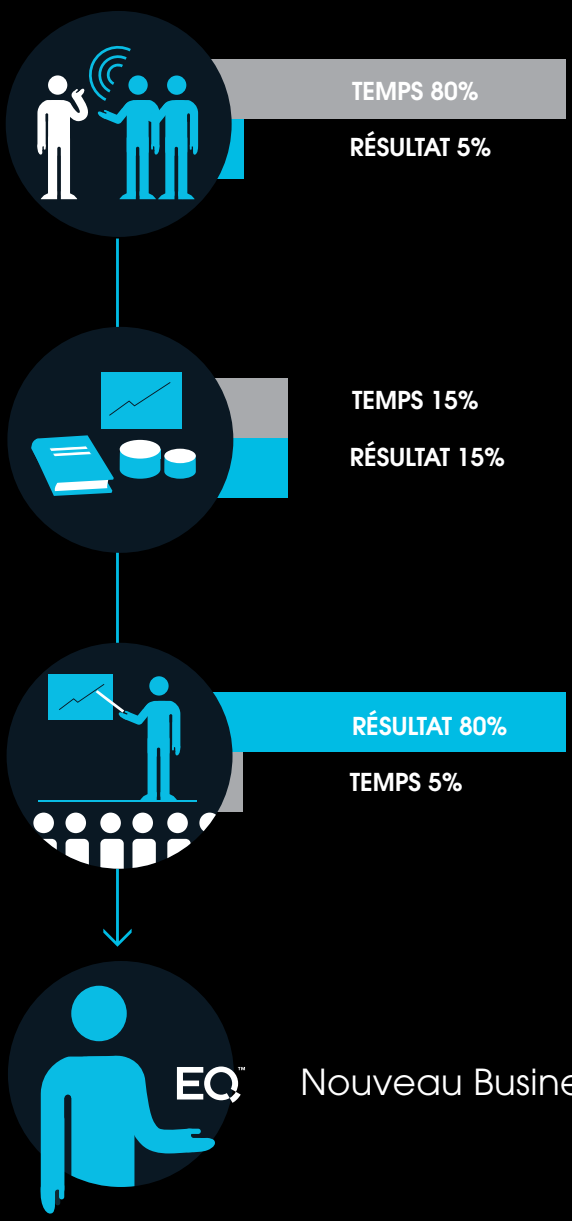
«Deux fois par an nous organisons de plus grandes rencontres où vous aurez l'opportunité d'apprendre tout ce qui concerne Eqology. Rien ne peut être comparé aux bénéfices d'assister à un de ces évènements!»

En suivant les étapes 1 à 4 vous démarrez avec confiance dans votre entreprise commerciale en tant que Partenaire commercial.

Ces étapes améliorent l'opportunité de mettre en place une petite équipe de partenaires commerciaux et de constituer une base clients solide.

Avant que vous puissiez réellement commencer à être promu c'est important que nous travaillions ensemble avec les nouveaux arrivants, pour que vous puissiez commencer votre business rapidement et avec succès. A la base ce sera aussi simple car nous aidons chacun dans ses premiers pas: Faites des listes, développez la clientèle et planifiez des rendez-vous. Vous allez passer 80% de votre temps à créer une bonne organisation. Finalement votre équipe aura besoin de plus d'aptitudes et c'est important que chacun prenne part à l'ensemble du système qui consiste à des réunions d'équipe, réunions dans des hôtels, des séminaires et des évènements.

Deux fois par an nous organisons de plus grandes rencontres où vous aurez l'opportunité d'apprendre des meilleurs d'Eqology. Rien ne peut être comparé aux bienfaits d'assister à un de ces évènements ! » Vous aurez le savoir et la motivation dont vous avez besoin pour travailler de façon professionnelle avec Eqology.



- Présentations 2-1

- Education et suivis
- Entraînement EQ Business Partner
- Réunion de business
- Présentation des produits
- Entraînement Académique

- **ÉVÈNEMENTS**

Nouveau Business Partner formé

6 VOTRE PREMIÈRE RÉUNION

VOS PREMIERES REUNIONS

	NOM	EMPLACEMENT	HEURE
1.			
2.			
3.			

OBJECTIF

C'est important de fixer des objectifs à court terme (par ex. 90 jours) et à long terme pour chaque position que vous souhaitez atteindre. Parlez-en à votre parrain/sponsor et vérifiez si c'est réalisable sur la base des heures que vous dédiez à Eqology chaque semaine.

TITRE/OBJECTIF:

90 Jours:

1 an:

3 ans:

5 ans:

Pour réussir cela, je vais passer ____ heures par semaine à travailler avec Eqology.

30 JOURS

3 FOR FREE

VOUS

DATE:

3 gratuits

CAB 60 EUR*

FSQ & TEAL LEADER

2.000 QV

VOUS

DATE:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR

60 JOURS

DIRECTEUR

4.000 QV

VOUS

DATE:

Directeur 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Bonus parrain: 288 EUR*

12 MOIS

10X EQOLOGY

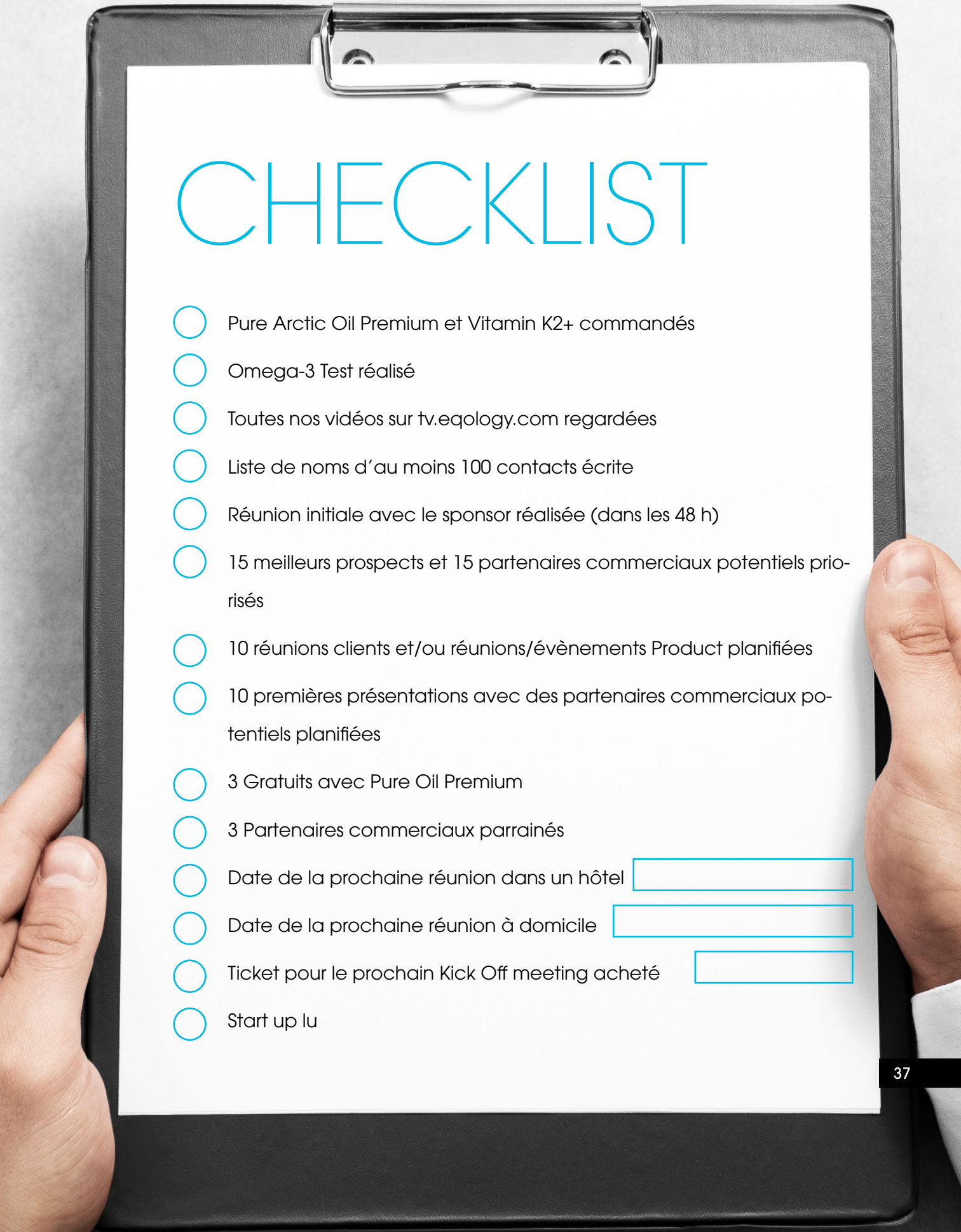
10X Recevez votre achat initial du kit Business remboursé par Eqology. Tout ce que vous devez faire est de garder 10 clients directs pendant 10 mois sur l'abonnement PAO / PVO Premium, pour réaliser 100 achats d'abonnement PAO / PVO dans les 12 mois à compter du jour où vous avez acheté votre kit Business!

VOUS → 12 mois

DATE:

*Si vous atteignez le Mentor Accelerator et vos Partenaires commerciaux Eqology s'inscrivent pour le Pro kit.

Votre checklist vous aidera à organiser votre activité



CHECKLIST

- ◯ Pure Arctic Oil Premium et Vitamin K2+ commandés
- ◯ Omega-3 Test réalisé
- ◯ Toutes nos vidéos sur tv.eqology.com regardées
- ◯ Liste de noms d'au moins 100 contacts écrite
- ◯ Réunion initiale avec le sponsor réalisée (dans les 48 h)
- ◯ 15 meilleurs prospects et 15 partenaires commerciaux potentiels priorisés
- ◯ 10 réunions clients et/ou réunions/évènements Product planifiées
- ◯ 10 premières présentations avec des partenaires commerciaux potentiels planifiées
- ◯ 3 Gratuits avec Pure Oil Premium
- ◯ 3 Partenaires commerciaux parrainés
- ◯ Date de la prochaine réunion dans un hôtel
- ◯ Date de la prochaine réunion à domicile
- ◯ Ticket pour le prochain Kick Off meeting acheté
- ◯ Start up lu

CRÉEZ VOTRE PROPRE FUTUR

Start Up est écrit pour vous donner la meilleure chance de réussite en tant que Partenaire commercial L'information contenue ici est le résultat de milliers d'heures de travail, de présentations et d'expériences personnelles des Partenaires commerciaux EQ

La seule chose que vous avez besoin de faire systématiquement est de suivre la recette pour réussir et avoir de la patience pour que nous puissions garantir l'arrivée des résultats.

Nous vous recommandons de vous tenir informé en visitant régulièrement notre site web, nos diverses pages Facebook et le plus important, assister à autant d'activités Eqology que possible.

Comme pour la plupart des choses dans la vie, votre business Eqology ne peut pas réussir tout seul. Vous devez avoir la volonté d'apprendre et de travailler systématiquement, en priorisant vos activités pour qu'au fil du temps vous puissiez atteindre le premier niveau d'Eqology.

Nous souhaitons vivement un futur passionnant, instructif et enrichissant avec vous

Faisons ensemble d'Eqology votre réussite!

It’s in our
nature

EQOLOGY
Lilleakerveien 2 B
Pb. 514, 0283 Oslo
Norvège
eqology.com

It's in our nature