

START UP

EQOLOGY™

Természe- tességből Fakadó

SZEMÉLYES ADATOK

NÉV:

EQ ID:

TELEFON:

SZPONZOR:

E-MAIL

FELSŐ VONAL

NÉV:

TELEFON:

NÉV:

TELEFON:

NÉV:

TELEFON:

ÜDVÖZLÜNK AZ EQOLOGY™-NÁL

Az Eqology és az EQ márkanév az Emotional Intelligence (Érzelmi Intelligencia), illetve az élő organizmusok és környezetük közti kapcsolatot vizsgáló ecology (ökológia) szavakból ered. Minden élő szervezet arra törekszik, hogy beteljesítse a lehetőségeit. Mi segítjük ezt a folyamatot, és azt mondjuk: Naturally Driven (Természetességből Fakadó).

Mindez tettenérhető alkalmazottaink és Business Partnereink kapcsolatában is: márkanévünk erősítése lebeg a szemünk előtt, és a cél, hogy Európában a legnagyobbak közé kerüljünk a vitaminok, ásványi anyagok, és étrend-kiegészítők piacán.

Ahhoz, hogy ezeket a célokat elérjük, igyekszünk magas minőségű egyedi termékeket gyártani, és segíteni Business Partnereinket étrend-kiegészítőink népszerűsítésében. A Természetességből Fakad az is, ahogyan termékeink kutatási és fejlesztési folyamataiban a természetes alapanyagok használatára törekszünk. Hiszünk abban, hogy a természet egy olyan erő, mely egészséget

és vitalitást hozhat életünkbe, miközben számos betegséget tud távol tartani tőlünk. Hiszünk benne, hogy a természet egy olyan bennünk, és körülöttünk lévő erő, mely nagy dolgokra sarkall minket. Ezekből az egyszerű, de nagyszerű eszmékből alkotunk meg identitásunkat. Network marketing céggként Business Partnereinknek szilárd koncepciót, bevált termékeket és egy olyan üzleti modellt kínálunk, mely azokat jutalmazza meg, akik elvégzik a munkát. Az Eqology fáradtságot nem kímélve foglalkozik fogyasztóival, mely folyamatosan fejlődő termékeket eredményez, és segít Business Partnereinek, hogy felépítsenek egy kiszámítható és stabil bevételt. Hiszünk benne, hogy ez egy egyedi hozzáállás ebben az iparágban.

Két fő értékünk mutatja számunkra az utat: eltökéltség és őszinteség. Ez megmutatja, hogy kik vagyunk mi, kik szeretnénk maradni, hogyan állunk az üzlethez, mit tudnak a termékeink és mi a márkanévünk.

Mindenkiben hatalmas lehetőségek rejlenek, és hiszünk benne, hogy Eqology Business Partnerként lehetőséged nyílik a saját magadban rejlő potenciál teljes kiaknázására.

Üdvözlünk a csapatban!



INDULÁS

AZ ELSŐ HETEK AZ ÜZLETBEN

“Te tudod kikkel érdemes beszélni – mi tudjuk, hogy mit kell tenni”

EZ A FÜZET A KÖVETKEZŐ ELVEKET VÁLLVA KÉSZÜLT:

- **Sikeres Business Partnerré válni nem szerencse kérdése**
- **Tervezhető és mások által már bevált lépések összessége hozza meg a sikert.**

Ebben a füzetben számos feladatot fogsz kapni. Ezen lépéseket követve lehetőséged lesz sokkal gyorsabban pénzt keresni, mint egy tradicionális üzleti modellben. Az anyagi és személyes fejlődés elképesztő mértékű lehet azok

számára, akik úgy döntenek, hogy megteszik ezeket a lépéseket a csúcs felé. Fontos, hogy új vállalkozásod elindításában jó rajtot vegyél. Kövesd ennek az egyszerű rendszernek a lépéseit, szakíts heti 7-10 órát Business Partneri teendőidre, és már jó úton jársz.

Rendszerünk úgy épül fel, hogy egy részmunkaidős Business Partner elérhesse a Director szintet 60 napon belül, és ezalatt komoly extra jövedelmet szerezhessen, mely lökést ad a magasabb célok eléréséhez.

A KÖVETKEZŐ TEENDŐK

Az Eqology-nál egy egyszerű
3 lépéses folyamatunk van a sikerre:

1. 3 For Free
2. 3 Business Partner
–Hozd létre első csapatodat
3. Segíts a csapatodnak, hogy ők is megvalósítsák az első 2 lépést.

A legjobb módszer a 3 lépés elvégzésére a következő:

1. NÉVLISTA
2. PRIORIZÁLÁS
3. TALÁLKOZÓK SZERVEZÉSE
4. 2-1-ES BEMUTATÓ (TERMÉK & ÜZLET)
5. KÖVETÉS
6. INDULÁS

1 NÉVLISTA

ÉS AGYTORNA

Leendő Business Partnereink gyakran teszik fel a kérdés, hogy „Ismerek én elég embert, akit érdekelhetnek az termékei?”. Aztán azt feltételezik, hogy az alapvetően nyitottabb természetű, széles ismerettségű körű emberek sikeresebbek lesznek, a kisebb ismerettségű körrel bíró emberek pedig sikertelenebbek. Ez a gondolat logikusnak hangzik, de tapasztalataink szerint nagyon messze van a valóságtól.

Hasonlóan, számos Business Partner 3-4 jelölttel a fejében vág bele (jellemzően közeli barátok), akikről azt gondolják, hogy érdekelhetik őket az termékek, vagy csatlakoznának az EQ-hoz Team Leaderként.

Új tevékenységük teljes sikerét felteszik ennek a kevés embernek a válaszára. Ha szerencsések, akkor egy pozitív válasz meghosszabbítja vállalkozásuk életét pár hónappal. Amennyiben azonban az történik, ami valószínűbb, azaz a válaszok elutasítók lesznek, akkor az súlyos károkat okozhat az önbizalomban, a lelkesedésben és a motivációban, mely akár az egész lehetőség elutasításához is vezethet.

Szóval miért van az, hogy bizonyos Business Partnerek feladják, míg mások sikeresek lesznek? Azért, mert a sikeres emberek felismerik, hogy a sikerhez stabil alapok szükségesek (pl. hosszú névlista), és hogy a névlistára felírt jelöltek megszólítására folyamatosan időt kell szánni – ez az egyik legfontosabb képesség ebben a szakmában.

Ezért amint döntést hozol, és regisztrálsz Business Partnernek, a következő fontos lépés egy elfogulatlan lista összeírása az ismeretségi körödről, azaz félre kell tenned az előítéleteidet és megérzéseidet azzal kapcsolatban, hogy kit érdekelhetnek az termékek. Ehelyett arra kell koncentrálnod, hogy összeírd objektíven, részletesen és struktúráltan az ismeretségi körödet, rajta az összes emberrel, akit ismersz.

Business Partnerként a siker egyik legfontosabb eleme egy hálózat felépítése. Indíts tiszta lappal, ahelyett, hogy azon tűnődnél, hogy kit fog, vagy nem fog érdekelni ez a lehetőség: ne csökkentsd a lehetséges jelöltjeid számát azzal, hogy hagyod a gondolataid alapján megzavarni magadat a feladatban. Ugyanis amint elkezdted ezt a folyamatot objektívan, és nem szubjektíven végezni, számos név eszedbe fog jutni, akikre egyébként nem gondoltál volna – például egy régi ismerős, vagy egy barátod barátja. A legjobb módja a lista készítésének, hogy emberek csoportjait

kezded végigvenni, mint például a családod, a szélesebb család, kollégák, volt kollégák, barátok, vagy különböző érdeklődési körhöz kötődő barátok (edzőterem, hobbi, közösségek, iskola, közösségi média kapcsolatok), majd a barátok barátai, családtagok barátai, stb.

A különböző csoportokon végigtekintve látni fogod, hogy bizonyos emberek aktívabb társasági életet élnek. Tudnak róla? Beszélj velük, hogy bővíthesd a névlistádat.

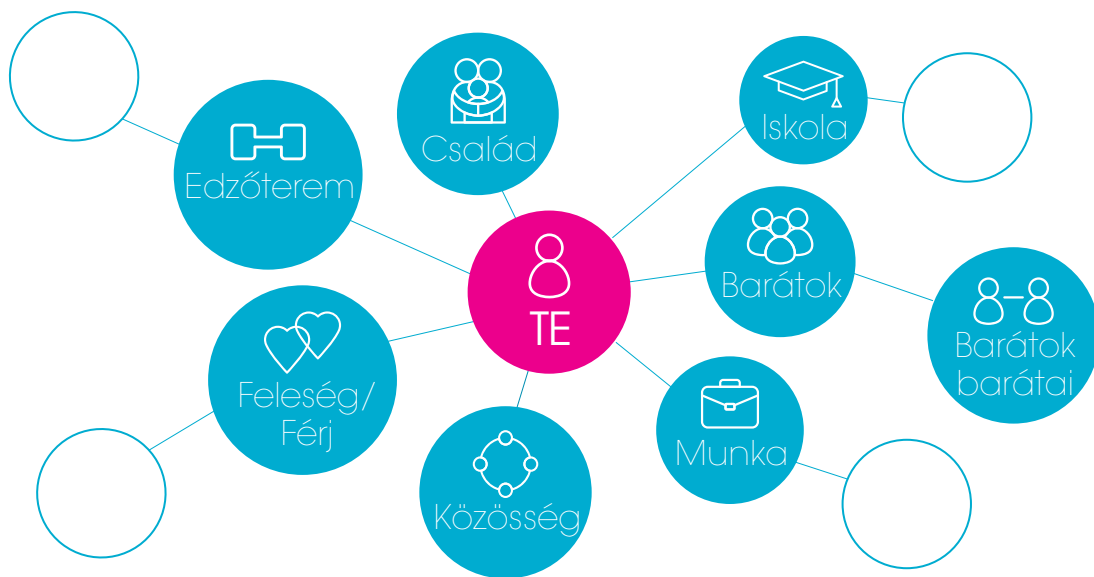
Ne gondold arra, hogy mihez fogsz kezdeni a listával, vagy hogy a felsorolt embereket érdekelni fogja-e az ajánlatod. Te csak arra fókuszálj, hogy minél több nevet gyűjts össze minél szervezettebb és struktúráltabb formában. Amennyiben mindezt jól csinálod, azt fogod látni, hogy egy 3-4 fős szubjektív lista helyett több száz fős objektív listád lesz, akiket lehetőséged lesz megszólítani.

Ezek a nevek aztán jelöltekké válnak, akik a jövőben segíthetnek neked további neveket ajánlani, termékeket vásárolhatnak, vagy csatlakozhatnak hozzád Business Partnerként.

Ne feledd, a jó névlista folyamatosan bővül: mindig add hozzá az újonnan megismert embereket!



AGYTORNA



Összeállítottunk egy kis „agytornát,” hogy segítsünk neked összeszedni az ismerőseid, üzleti partnereid és családtagjaid listáját.

A CSALÁDOD:

Apa & Anya
Anyós & Após
Nagyszülők
Gyermekek
Testvérek
Féltestvérek
Nevelőszülők
Nagynénik &
Nagybácsik
Unokahúgok &
Unokafivérek

Unokatestvérek és
távolabbi rokonok

JELENLEGI LISTÁK:

Címjegyzék
E-mail címek
Mobiltelefon névjegyei
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

EMBEREK, AKIK- KEL FOLYAMAT- BAN KAPCSOLAT- BAN VAGY:

Barátok
Ismerősök
Barátok barátai
Szomszédok
Szabadidő, hobbi,
szórakozás (edző-
terem, foci, tenisz,
borklub, stb.)

Személyi edző
Fodrász
Üzlettársak
Volt kollégák
Üzleti kapcsolatok
Főnök
Volt főnök

AKITŐL VETTEM A:

Hajómat
Vállalkozásomat
Autómat
Autógumimat
Mosogatógépemet
Horgászfelszerelésemet
Bútoraimat
Szemüvegemet
Házamat/Lakásomat
Ékszereimet
Konyhai eszközeimet
Számítógépemet
/ Laptopomat /
Tablettemet / Kamerámat
Mobiltelefonomat
Televíziómat /
Hifimet
Porszívómat

AZON ISMERŐSEM, AKIK:

Ambíciózusak
Kedvesek
Megbízhatóak
Lelkesek
Vállalkozó szelleműek
Céltudatosak
Kellemes társaság
Viccsek
Egészségtudatosak
Magas teljesítményre képesek
Extra jövedelmet szeretnének keresni
Összeszedettek
Pozitívak
Fegyelmezettettek
Csapatjátékosok

KIT ISMEREK, AKIK:

Kezdeményezők
Nem szeretik a jelenlegi munkájukat
Becsületesek
Jó személyiséggel rendelkeznek
Szeretnek új dolgokat tanulni
Szeretik a kihívá-

sokat
Új autóra van szükségük
Könyveket olvasnak a személyiségfejlesztésről
Több időt szeretnének a családjukkal tölteni
Keményen dolgoznak
A network marketingben dolgoznak
Éjszaka/hétvégén dolgoznak
Rendes munkaidőben (pl. 9-5, H-P) dolgoznak

ISMEREK VALAKIT,

AKI:

Könyvelő
Színész
Akupunktőr
Légi irányító
Régész
Építész
Művészeti vezető
Művész
Egyetemi docens
Szerző
Pék
Pultos
Manikűrös-Pedikűrös
Biológus
Lakatos
Hajóépítő
Botanikus
Buszvezető
Komornyik
Kapitány
Autókereskedő
Ács
Takarító
Karmester
Cukrász
Tanácsadó
Szakács
Kozmetikus
Táncos
Fogorvos
Bőrgyógyász
Dizájnér

Dietetikus
Diplomata
Bűvár
Orvos
Közgazdász
Szerkesztő
Villanyszerelő
Liftes néni / Liftes bácsi
Mérnök
Földműves
Tűzoltó
Halász
Virágárus
Focista
Kertész
Geológus
Bejárónő, takarítónő
Homeopata
Hotel igazgató
Karbantartó
Biztosítási ügyletkötő
Lakberendező
IT tanácsadó
Ékszerész
Újságíró
Bíró
Jogász
Kertész
Ügyvéd
Könyvtáros
Mentős
Marketinges
Masször
Szerelő
Szülész-nő
Modell
Nővér
Terapeuta
Szemész
Csontkovács
Festő
Díszlettervező
Pap/Lelkész
Gyógyszerész
Filozófus
Fotós
Vízvezeték-szerelő
Rendőrk
Politikus
Hordár
Postás
Pszichológus

Tetőfedő
Iskolaorvos
Tudós
Titkárnő / Titkár
Biztonsági őr
Egyéni vállalkozó / Szabadúszó
Cipész
Bolton eladó
Ezüstműves
Énekes
Hangtechnikus
Tőzsdei bróker
Kőfaragó
Diák
Sebész
Felügyelő
Szabó
Taxis
Tanár
Túravezető
Pincér (a legjobb)
Sofőr
Órás
Webdizájnér
Ablaktisztító
Reflexológus

KIT ISMERSZ MÁSORSZÁGOKBAN?

Ausztria, és egyéb szomszédos országok
Belgium
Cseh Köztársaság
Dánia
Észtország
Észak-Írország
Egyesült Királyság
Finnország
Hollandia
Izland
Lettország
Lengyelország
Litvánia
Magyarország
Németország
Norvégia
Olaszország
Svédország
Svájc
Szlovákia
Románia

NÉVLISTA

NÉVLISTA

NÉVLISTA

NÉVLISTA

NÉVLISTA

NÉVLISTA

2 PRIORIZÁLÁS

Fogd a névlistádat, és osszad két különböző kategóriára: lehetséges termékvásárlók (vásárlói lista), és lehetséges partnerek, csapattagok (Business Partner lista). Ezután rendezd mindkét listádat prioritási sorrendbe. Azok a legsikeresebb Business Partnerek, akik képesek meglátni a legjobb lehetőségeket, melyek megérdemlik a figyelmet.

VÁSÁRLÓI LISTA

Az új Business Partnereknek azt javasoljuk, hogy először a barátokat, családtagokat és azokat az embereket keressék meg, akik (i) fogyasztanak étrend-kiegészítőket, vagy (ii) érdekli őket a prevenció és az egészséges életmód (pl. érdeklődnek a helyes étkezés, illetve a testi és lelki egészség iránt, vagy sportos életmódot folytatnak). Amennyiben megfelelően elvégzed az 1. lépést (névlista) és a 2. lépést (priorizálás), akkor ezen emberek a vásárlói listád tetején kell, hogy legyenek. Az első 5-10 vásárlód ezen nevek

közül fog kikerülni, hiszen ők azok, akik a legnagyobb valószínűséggel fognak vásárolni az üzletedből.

BUSINESS PARTNER LISTA

Kiket ismersz, akik céltudatosak, barátságosak, okosak, pozitívak és akik képesek vezetőként dolgozni, illetve nyitottak az új kihívásokra?

Ezek az emberek kell, hogy az Business Partner jelöltjeid listájának az elején helyezkedjenek el.

VÁSÁRLÓK

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

BUSINESS PARTNEREK

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

**3
FOR
FREE**



* Csak 6,90€ szállítási és kezelési költséget kell fizetned ahhoz, hogy megkapjad az INGYENES termékedet. Tudj meg többet az eqology.com weboldalon.

JUSS HOZZÁ A TERMÉKEDHEZ INGYEN*



VÁSÁROLJ EGY KIT-ET*

Szerezz 3 vásárlót



1 VÁSÁRLÓ

Vásároljon Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake vagy Pure Arctic Oil For Kids



2 VÁSÁRLÓ

Vásároljon Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake vagy Pure Arctic Oil For Kids



3 VÁSÁRLÓ

Vásároljon Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake vagy Pure Arctic Oil For Kids

AZ ELSŐ VÁSÁRLÓI KÖR FELÉPÍTÉSE

Az új Business Partnerekkel való együttműködés mellett a masszív fogyasztói kör kiépítése is fontos.

Ne feledd, hogy a leendő vásárlók listáján szereplő személyek között is lehetnek olyanok, akik idővel Business Partnerré válhatnak. Azonban fontos, hogy folyamatosan építsük vásárlói bázisunkat, mert ez fogja garantálni hosszú távú jövedelmünket. Tölts időt a névlisták szortírozásával, hogy üzleted a vásárlók és a Business Partnerek megfelelő elegyéből álljon (teremts egyensúlyt a lehetőségek között).

Az Eqology egyedülálló 3 FOR FREE rendszerével lehetőséged van arra, hogy ha 3 vásárlód rendel Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake vagy Pure Arctic Oil For Kids akkor a következő hónapban INGYEN* juss termékedhez. Így 3 vásárló az elvárt minimális aktivitás egy új Business Partnertől.

Tegyük fel, hogy 50 Business Partnered van, akik fejenként 10 ügyfelet hoznak. Ebben az esetben egy 500 fős ügyfélkör után fizetünk neked jutalékot!

Amennyiben ugyanaz az 50 Business Partner

fejenként csak 2 ügyfelet hoz, az máris 80%-kal csökkenti a jutalék bevételeidet. Fontos, hogy induláskor megtanuld az Eqology termékek használatának előnyeit. Amikor elkezded az üzletedet, akkor koncentrálj az öt fő termékre: Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake vagy Pure Arctic Oil For Kids. Magától értetődik, hogy a termékek mindennapi használata segít hitelesen népszerűsíteni a termékeket.

A termékek népszerűsítésének egyik fontos eszköze az Eqology Magazin. Amikor potenciális vásárlókkal beszélsz, mindig legyen nálad Eqology Magazin. Ez lehetővé teszi ügyfeleidnek, hogy megismerjék termékeinket, mint például az Pure Arctic Oil, Essential. A vásárlóknak 10-ből 8-szor tetszik az Eqology Magazin, így ez egy kiváló eszköz az ügyfélkör építéséhez!



HOGYAN KEZDJ VEVŐ- KÖRÖD FELÉPÍTÉSÉHEZ?

1. Hívd meg a vásárlói listád legígéretesebb jelöltjeit egy 3-8 fős Terméktalálkozóra.
2. Találkozz a névlistádon szereplő lehetséges vásárlókkal, és mutasd be nekik a termékeket.

Tipp: Javasoljuk, hogy amíg nem érzed magad elég magabiztosnak a találkozók önálló tartására, addig kérj meg egy Szponzort (vagy valaki mást a felső vonaladból), hogy segítsen neked.

Az Terméktalálkozó előtt mindenképp olvasd el Magazinunkat, és próbáld ki fő termékeinket - az Pure Arctic Oilt és az Essentialt. Tapasztalataink szerint a 3FF eléréséhez legalább 5 személyt kell megszólítanod. Kezdd a munkát a vásárlói névlistád legígéretesebb tagjaival.

A "Találkozók egyeztetése" fejezetben hamarosan néhány hatékony módszert mutatunk be arra, hogy megközelítsd jelöltjeidet, és meghívd az embereket egy Terméktalálkozóra.



➤ *A vásárlók kiszolgálásán keresztül tudsz hosszú távon fenntartható jövedelmet keresni.*



Tippek egy terméktalálkozó megszervezéséhez

1. Hívj meg elegendő embert – ideális esetben 3-8 résztvevőd lesz (8-15 meghívás)
2. Légy figyelmes
3. Beszélj minden résztvevővel az termékek bemutatása előtt
4. Mesélj a jelenlévők terméktapasztalatairól
5. Koncentrálj az Pure Arctic Oil és az Essential termékekre
6. Mutasd be a termékeket, és próbáltasd ki őket.
7. Segíts a jelöltjeidnek, hogy elérd a célodat, azaz a 3FF-t

Ne feledj magaddal vinni:

1. Pure Arctic Oil és Ratio Tesztek
2. Essential
3. Customer Magazines
4. Számítógép, vagy tablet

Az első terméktalálkozó:

Dátum: Időpont: Név: Helyszín:

Dátum: Időpont: Név: Helyszín:

Dátum: Időpont: Név: Helyszín:

Dátum: Időpont: Név: Helyszín:

3 TALÁLKOZÓK EGYEZTETÉSE

Az első terméktalálkozó megszervezéséhez nincs másra szükséged, mint követni az egyszerű, kipróbált, és előre elkészített mintáinkat.

Kezdetben, amikor elhívod a leendő ügyfeleidet, csábító lehet mindent elmondani nekik az Eqology-ról, az termékekről és az Business Partner lehetőségről. Azonban mind a te, mind a meghívottjaid érdekében fontos, hogy az érdeklődők a legjobb első benyomást kapják az Eqology-ról.

Ennek érdekében ellen kell állni a készítésnek, hogy idő előtt beszélj a termékekről – várd ki ezzel az terméktalálkozót, és hagyd meg a lehetőséget a szponzorodnak, hogy elvégezze a munkát, és mutassa számodra az utat.

PÉLDA TELEFONOS MEGHÍVÁSRA:

1. Nyitás:

"Hello, _____ vagyok."

2. Egyeztess időpontot és helyszínt:

"Mi a következő heti menetrended? Tudunk találkozni szerdán, vagy csütörtökön?"

A következő példában meghívunk egy jelöltet egy terméktalálkozóra. Óvakodj attól, hogy túl korán beszélj a termékekről, vagy az üzleti lehetőségről, és hagyd a szponzorodnak, hogy majd ő végezze el a munkát a találkozón.

5 LÉPÉS

A SIKERES MEGHÍVÁSHOZ

1.

Nyitás.

Példa: "Hello, XY vagyok".

2.

Egyeztess helyszínt és időpontot.

"Hogy néz ki a heti menetrended?
Tudunk találkozni szerdán, vagy csütörtökön?"

3.

Az ok, amiért találkozni akarsz velük.

"Azért szeretnék találkozni veled, mert (lásd a következő oldalakon található példákat)".

4.

Mondd meg, hogy a szponzoroddal / barátoddal / kollégáddal együtt majd minden lehetséges kérdést megválasztok.

5.

Erősítsd meg a találkozót..

"Akkor szerdán 19 órakor találkozunk a (helyszín)-en".

TIPPEK A MEGBESZÉLÉSEK EGYEZTETÉSÉHEZ:

- Készítsd elő, hogy mit fogsz mondani: A helyes tervezés megakadályozza a rossz teljesítményt
- Lelkesedés: legyen lendület a hangodban
- Dolgozz a névlistádon: A lehető legrövidebb időn belül hívj fel minél több embert
- Fókuszálj arra, hogy miért telefonálsz: ez az a találkozó, amit meg akarsz szervezni
- Legyél barátságos: Kelts profi benyomást
- Erősítsd meg a megbeszélte időpontot
- Légy rövid a telefonhívásban
- Lezárás



PÉLDA LEENDŐ VÁSÁRLÓK TELEFONOS MEGHÍVÁSÁRA AZ **TERMÉK-TALÁLKOZÓRA**

TERMÉKTALÁLKOZÓ:

▶ Azért hívlak, hogy tarts velünk egy izgalmas terméktalálkozóra. Ott majd megtudhatsz minden további információt a termékekről és az egyéb előnyökről. Lehetőség lesz arra, hogy kipróbáld a termékeinket, beleértve egy tesztet, hogy ellenőrizd a szervezeted Omega-3 szintjét - ha szeretnéd. Csak korlátozott számban vannak helyek, de szeretném megadni neked a lehetőséget, mert tudom, hogy érdekelnek téged az étrend-kiegészítők / egészséges életmód / betegség megelőzés / jó egészség. Ez egy minden kötelezettségtől mentes laza, barátságos kis találkozó lesz.

▶ Azért hívlak, mert tudom, hogy érdekel az egészség / fitness / étrend-kiegészítők / jó egészség / betegség megelőzés. Olyan izgalmas egészségügyi termékekkel kezdtem el dolgozni, amelyek szerintem neked is tetszenének. Szeretnél összejönni néhány barátoddal / barátoddal / kollégáddal egy terméktalálkozóra, ahol például az omega-3-ról, a vitaminokról és az ásványi anyagokról beszélhetünk? Mindenkinek hozok termékmintát, és ha érdekel, akkor egy Omega 3 tesztet is elvégezhetesz. Ez egy kötetlen, barátságos és bármilyen vásárlási kötelezettségtől mentes találkozó lesz.

VÁSÁRLÓI TALÁLKOZÓ:

▶ Elkezdtem olyan termékeket használni, amelyek szerintem tetszeni fognak neked is. Jó lenne neked, ha találkozoznánk valamikor, megmutatnám a magazinunkat, és hoznék termékmintát?

▶ Emlékszem, hogy nemrég panaszkodtál az egészségedre. Én egészségesebb életmódra váltottam, és elkezdtem használni néhány egyszerű étrend-kiegészítőt, amelyek segítenek nekem. Természetesen nincs semmi garancia arra, hogy ez neked is működni fog, de akartam szólni, hogy tudj erről. Érdekelne, ha beugranék néhány termékmintával és további információkkal?

▶ Tudom, hogy aggódsz az egészséged miatt. Nemrég elkezdtem egy új üzleti vállalkozást, és szükségem van olyan emberekre, akik meghallgatják a bemutatómat. Talán érdekes lenne ez neked, vagy tudnál némi hasznos visszajelzést adni nekem? Megfelelne, ha beugrom és megmutatom, hogy mit csinálok? Talán még néhány termékminta is érdekelhet.

PÉLDÁK A LEHETSÉGES **BUSINESS PARTNEREK** MEGHÍVÁSÁHOZ

- » Nemrég kezdtem el egy új üzleti vállalkozást az étrend-kiegészítők / vitaminok piacán. Gondoltam rád, és meg akartam mutatni az új koncepciómat. Biztos vagyok benne, hogy tetszeni fog neked! Talán számodra, vagy valamelyik ismerősöd számára is hasznos lehet.
- » Tudom, hogy energikus / barátkozós / szorgalmas ember vagy. Nemrégiben indítottam egy izgalmas üzleti vállalkozást az étrend-kiegészítők / vitaminok piacán: életmódjavító termékek. Azt hiszem neked is meg kellene nézned – ez semmi elkölteleződéssel nem jár, de szerintem téged is érdekelni fog.
- » Egy haverral csinálunk egy üzleti vállalkozást, és szükségünk van még néhány tehetséges emberre a csapatba, úgyhogy eszembe jutottál. Lehetőségünk van egy új termék bevezetésére a piacon, ami hatalmas potenciállal rendelkezik. Gondoltam lehet szeretnél csatlakozni hozzánk ebben a lehetőségben...

A 4

karaktertípus

Amikor kapcsolatba lépünk emberekkel, akkor fontos tisztában lenni azzal, hogy mindannyiunkat más dolgok motiválnak.

Az embereket négy különböző viselkedési típusba osztjuk. Ha megtanulod felismerni a megközelített személy karakterjegyeit, akkor jobb eredményeket érhetsz el, mert jobban tudsz majd kapcsolódni hozzájuk, és egyéni szükségleteikhez. Ezek a karakterjegyek leírják, hogy hogyan viselkedünk közösségben,

és hogyan kommunikálunk másokkal. Felfedjük, hogy kik vagyunk, és mi motivál minket. A legtöbb emberben mindegyik karakterjegy megvan egy bizonyos fokig, de az emberek hajlamosak arra, hogy inkább egy bizonyos karakterjegynek megfelelően viselkedjenek.

A viselkedésjegyek ismeretének segítségével jobban tudunk kommunikálni a leendő ügyfelekkel és üzleti partnerekkel, hiszen a nekik megfelelő formában tudunk beszélgetni velük

ÍME NÉHÁNY KULCSSZÓ, AMELYEK A NÉGY NAGY KARAKTERJEGYHEZ KAPCSÓDNAK, MELLETTE A LEHETSÉGES KOMMUNIKÁCIÓS MÓDOK, AMELYEK ÉRDEKELHETIK ŐKET:

KÉK

- Kalandvágyó
- Szeret szórakozni, bulizni és utazni
- Szeret új embereket megismerni
- Szereti a változatosságot
- Gyengéje, ha megdicsérik
- Nagyszerűen mesél történeteket

Ha ismersz valakit, akire ráillenek a fentiek, akkor a kommunikáció stílusa és hangsúlya a következő legyen: Rengeteg új emberrel találkozhatasz. Színpadon szerepelhetsz, kihívásokkal szembesülhetsz, a csapatmunka kifizetődő. A hálózati marketing soha nem unalmas, mindig történik valami! Képzeld el, mennyi jó dologban lesz részünk! **Kit ismerek, aki kék?**

SÁRGA

- Szeret segíteni másoknak
- Mások szükségleteit fontosabbnak tartja a sajátjánál
- Bátorít és segít másokat
- Nem szeret a reflektorfényben lenni
- Nem szeret dönteni, vagy felelősséget vállalni

Ha ismersz valakit, akire ráillenek a fentiek, akkor a kommunikáció stílusa és hangsúlya a következő legyen: Kerüld annak a szükségességét, hogy sok döntést kelljen a másoknak hoznia. Koncentrálj arra, hogy milyen sok embernek embernek van szüksége ezekre a termékekre, vagy extra bevételre. A saját tempódban dolgozhatsz. Kettőn együtt képesek vagyunk rá. Nem muszáj a színpadra állnod. A network marketingben a legfontosabbak az emberi kapcsolatok, és egymás támogatása. **Kit ismerek, aki sárga?**

PIROS

- Cselekvés- és eredmény orientált
- Motivált és összeszedett
- Éhes a sikerre
- Rendelkezik vezetői és tervezési készségekkel
- Szeret felelősséget vállalni

Ha ismersz valakit, akire ráillenek a fentiek, akkor a kommunikáció stílusa és hangsúlya a következő legyen: felső korlát nélküli fizetési lehetőség, nagy célok, mások vezetése. Ebben az iparágban azoknak az embereknek van a legnagyobb esélyük a sikerre, akik világos célokat tűznek ki és fegyelmezettek. Itt átláthatod, és befolyásolhatod a teljes folyamatot. **Kit ismerek, aki piros?**

ZÖLD

- Kutató / Analitikus
- Módszeres és átgondolt
- Óvatosan mérlegel, és időbe telik amíg dönt
- Nem szeret változtatni, inkább a rendet és a kiszámíthatóságot kedveli
- Szereti a tényszerű információkat

Ha ismersz valakit, akire ráillenek a fentiek, akkor a kommunikáció stílusa és hangsúlya a következő legyen: norvég cég, 1998 óta létezik, kiszámítható és stabil hátér. Megfelelő dokumentáció a termékekről és a kutatásokról. Lépésről lépésre haladva tudsz létrehozni kiszámítható extra jövedelmet. **Kit ismerek, aki zöld?**

4

BEMUTATÓ

Tarts leendő üzleti partnerednek egy 2:1-es ismertető bemutatót, amit úgy is nevezünk, hogy First Look.

A te feladatod, hogy meghívd a jelöltet a találkozóra, bemutasd a szponzort (vagy a felső vonali segítségedet), aki bemutatja az Eqology-t, elmondja, hogy miért hívtad meg őket erre a találkozóra, miért csatlakoztál az Eqology-hoz, és hogy miért szeretnéd, hogy a jelöltteddel együtt dolgozzatok. Ez az együttműködés kiváló lehetőség arra, hogy tanulj a szponzortól.

A sikeres Business Partnerek fontos közös tulajdonsága a lelkesedés, a pozitív hozzáállás, és a prezentációban való közreműködés. Jegyzetelj, és hagyd a szponzorodnak elvégezni a munkát egészen addig, amíg nem érzed magadat elég magabiztosnak. Az Eqology és az termékek áttekintése kb. 20-30 percet vesz igénybe.

Ne feledd magaddal vinni az Eqology Customer Magazint, számítógépedet vagy tabletedet, az Omega Ratio Tesztet és termékmintákat. Ezek megkönnyítik a dolgodat, hogy sikeres legyél, és elérd a célodat.

Second Look – a második találkozó

Nem mindenki mer belevágni rögtön az első találkozó után, ezért fontos követő beszélgetést tartani. Ideális esetben ezt a First Look találkozót követő 48 órában kell megejteni. A követő beszélgetés időpontját a First Look találkozó végén kell megbeszélni.

Itt a leendő Business Partner válaszol a kérdésekre, hogy továbbléphess a folyamattal. Az a feladatunk, hogy elegendő információt nyújtsunk, aminek segítségével a jelöltek egy megalapozott döntést tudnak hozni. Sokan fognak dönteni ezután a megbeszélés után.

TIPPEK a Second Look megbeszéléshez

- Kérdezd meg, hogy mi motiválja a jelöltet
- Válaszolj a felmerülő kérdésekre
- Megértette a jelölt a 60 napos Director programot?
- Kipróbálta a jelölt az termékeit?
- Tud meg, hogy hol állnak 10-es skálán
- Miben kell megegyeznetek ahhoz, hogy a jelölt megkezdje a munkát?





Próbáltad
valaha a
„súgólánc”
nevű játékot?

DUPLIKÁCIÓ

Ha igen, akkor bizonyára tudod, hogy az első ember fülébe súgott üzenet a végére nagyon megváltozik a sok sugdosás következtében. Ez egy jó játék kisiskolásként, de katasztrofális következményekkel járhat egy cég életében.

A duplikáció a kulcs a sikerhez. Győződj meg róla, hogy Business Partnereid követik a meglévő rendszert, és például használják ezt az Indító kézikönyvben. Mindig izgalmasnak hangzik valami újat kipróbálni, amivel felgyorsul a növekedés, de ezek az ötletek ritkán válnak be. Az Indító kézikönyvben már kipróbált és letesztelt módszerek vannak, melyeket könnyű

megtanulni – és megtanítani másoknak. Azáltal, hogy rendszert viszel a tevékenységedbe, a munkád egyszerűnek fog tűnni, és a többiek azt fogják érezni, hogy „ezt én is meg tudom csinálni”. A duplikáció a kulcs a hosszútávú jövedelemforrás megteremtéséhez.

Superman

Fontos, hogy ne vegyél fel olyan szerepet, amely csökkentheti a csoportod duplikációs lehetőségeit. Az alábbiakban néhány példát láthatunk azokról a viselkedési típusokról, amelyek csökkentik a lehetőségeidet a jövedelemszerzésre.

Ők tartják a hálózatukban az összes bemutatót, és ők válaszolnak minden kérdésre. A csapatuk „gurujává” válnak. Ritka, hogy bármi történik az ő közreműködésük nélkül. Tőlük függ a csapat sikere, a csapattagok pedig nem mernek saját képességeikre támaszkodni. Mindenki azt gondolja, hogy „soha nem lehet olyan jó, mint a Superman”. Az eredmény végül az lesz, hogy a csapat 100%-ig Supermantól függ. Jó tanács: ne válj saját magad legnagyobb elenségévé!

Az okos fickó

Ezek az emberek azt hiszik, hogy jobb módot találtak az üzletépítésre a szponzoruknál, majd végül már ők akarják a felsőbb vonalat tanítani. Folyamatosan elvesztik a fókuszot, és megpróbálnak egy rövidebb utat találni pl. celebek, vagy sportcsapatok támogatásával. A barátokkal és ismerősökkel való munka túl unalmas számukra: gyakran hat hónap után lemorzsolódnak, mert az általuk kidolgozott modell túl bonyolult, és ritkán duplikálódik - tehát soha nem keresnek sok pénzt. Ebben az üzletben az egyszerű dolgok működnek: KÖVESD A RENDSZERT.

Mártír

A mártírok azt akarják, hogy mindenki sikeres legyen, és sok időt töltenek azzal, hogy mindenkit megpróbálnak átlökdölni a célvonalon. Idejük nagy részében megpróbálják megváltoztatni az embereket, akik nem akarnak megváltozni, és megpróbálják meggyőzni őket, hogy dolgozzanak az Eqology-val. Hiú ábrándokat kergetnek egyes jelöltekkel kapcsolatban, miközben elfelejtene a legjobb csapattársaikkal foglalkozni, akik így elvesztik motivációjukat. Azzal foglalkozz, aki szeretne elérni valamit, és hajlandóak ezért cselekedni is.

Termékprofesszor

Néhányan olyan jól tudnak beszélni a termékekről, hogy rájuk ragad a „professzor” szerepkör. Szereznek pár vásárlót, mert meggyőzőek a termékekről szóló ismereteik. A termékismeret jó, ha az embereknek kérdései vannak, de a legjobb, ha a száraz tények helyett inkább történeteket mesélünk a termékekről, és a használatukkal kapcsolatos tapasztalatokról. Ez közelebb hozza az üzletet az emberekhez, és megkönnyíti a másolódást. „A tények beszélnek, a történetek viszont értékesítenek”.

Hollywoodi rendező

A hollywoodi rendezők gyorsan csatlakoztatnak pár Business Partnert és vásárlót, majd úgy érzik, hogy nekik kell irányítaniuk az alattuk lévőket. Hívogatják a csoportjuk tagjait, számonkérlik őket, hogy hány találkozót szerveztek le, stb. Végül a csoportjukban mindenki elkezd ugyanazt csinálni, mint ők: Semmit.

Aranyásó

Az aranyásók ebben a lehetőségben a gyors meggazdagodás esélyét látják. Csak 3-4 emberre gondolnak, akikhez szerintük illeni fog az Eqology, és nagy erővel meggyőzik őket, hogy csatlakozzanak. Nem pazarolják az időt a névlista írásra, és nem dolgoznak szisztematikusan. Ráhagyatkoznak pár emberre, ami sajnos ritkán szül sikert. Három vásárló és három Business Partner jól nézhet ki papíron, de ez a megközelítés sajnos távol áll a valóságtól. Ne ess az aranyásók csapdájába, és dolgozz szisztematikusan. Dolgozz egy kicsit minden nap!



*Remember
everyone is doing
what you do, not
what you say.*

5 KÖVETÉS

”Évente néhány alkalommal olyan nagy összejöveteleket szervezünk, ahol az Eqology legjobbjaiktól tanulhatsz. Semmi sem hasonlítható ezeknek a rendezvényeknek a hatékonyságához!”

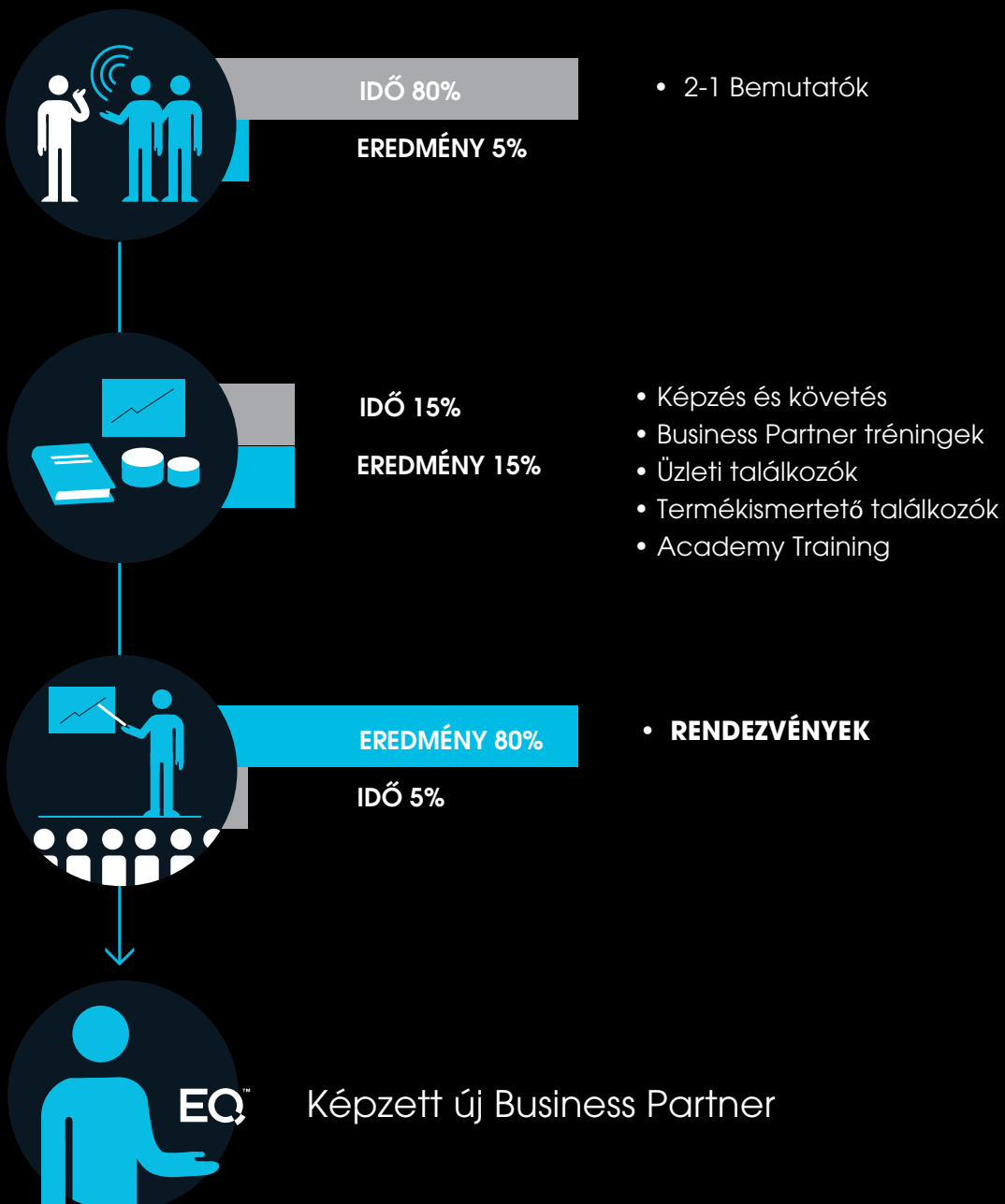
Az első négy lépés végrehajtásával felépítheted a bizalmat Business Partner-i tevékenységed iránt.

Ezek a lépések segítenek felépíteni a Business Partnereid keménymagját, illetve egy masszív vevőkört.

Mielőtt valóban megkezdheted a lépegetést a ranglétrán, fontos, hogy szoros kapcsolatot alakíts ki az újonnan csatlakozókkal, mely segít a gyors és sikeres indulásban. A kezdetek nagyon egyszerűek lesznek, hiszen segítünk az első lépésekben: csinálj névlistákat, csatlakoztass vásárlókat és szervezz találkozót!

A csoportod felépítéséhez az idő 80%-át fordítsd a fenti tevékenységekre. Ezután a csapatodnak több készségre lesz szüksége, úgyhogy fontos, hogy mindenki vegyen részt a csoporttalálkozók, hotel találkozók és képzéseken.

Évi több alkalommal szervezünk nagy összejöveteleket, ahol az Eqology legjobbjaiktól tanulhatsz. Hasznosságukat tekintve semmi sem hasonlítható ezekhez az eseményekhez, hiszen itt megkapod a tudást és a motivációt, amire szükséged van ahhoz, hogy Eqology üzletedet professzionálisan építhesd.



6 AZ ELSŐ TALÁLKOZÓ

YOUR FIRST MEETINGS

	NÉV	HELYSZÍN	IDŐPONT
1.			
2.			
3.			

CÉL

Fontos, hogy rövid távú (például 90 napos) és hosszabb távú célokat tűzz ki azzal kapcsolatban, hogy milyen rangot szeretnél az EQ-ban

elérni. Egyeztess a szponzoroddal / felső vonaladdal, hogy a kitűzött cél reális-e az üzletre fordított idő fényében.

RANG / CÉL:

90 nap:

1 év:

3 év:

5 év:

Ennek elérése érdekében heti órát fogok az Eqology üzletemen dolgozni.

30 NAP

FOR
FREE

TE



DÁTUM:

3 For Free

CAB 60 EUR*

FSQ & TEAL LEADER

2.000 QV

TE



DÁTUM:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR

60 NAP

DIRECTOR

4.000 QV

TE



DÁTUM:

Director 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Mentor Bonus: 288 EUR*

12 HÓNAP

10V
EQOLOGY™
IUX

Szerezze vissza az Eqology-tól az első vásárlásával kifizetett BUSINESS KIT árát. Mindössze annyit kell tennie, hogy tartsa meg 10 hónapig 10 PAO / PVO Premium előfizetéses, közvetlen ügyfelét, érjen el ezáltal 100 PAO / PVO előfizetési vásárlást, mindezt az Business Kit megvásárlásának napjától számított 12 hónapon belül.

TE

12 months



x5



x100

DÁTUM:

* Ha jogosult a Mentor Acceleratorra és az üzleti partnereid Pro KIT-et vásárolnak.

»» Your checklist
will help you
organize your
Business

ELLENŐRZŐ LISTA

- ☐ Rendeltem Pure Arctic Oil, vagy Pure Essential terméket
- ☐ Elvégeztem az Omega6 / Omega3 Ratio Tesztet
- ☐ Megnéztem az Pure Arctic Oil-ról, az Test Kitről és az Essential-ről szóló videókat
- ☐ Írtam egy legalább 100 fős névlistát
- ☐ Összeültünk egy indító megbeszélésre a szponzorommal (48 órán belül)
- ☐ Priorizáltam a névlistámat, és így megvan a Top 15-ös vásárlói listám, és a Top 15-ös Business Partner jelölt listám
- ☐ Megbeszéltem 10 találkozót lehetséges vásárlókkal (személyes találkozó, vagy Terméktalálkozó)
- ☐ Megbeszéltem 10 First Look bemutatót lehetséges Business Partner jelöltekkel
- ☐ Teljesítettem a 3 For Free programot az Pure Arctic Oil, vagy Essential termékekkel
- ☐ Szponzoráltam 3 Business Partnert
- ☐ A következő szállodai találkozó időpontja
- ☐ A következő otthoni találkozó időpontja
- ☐ Vettem jegyet a következő Kick Off rendezvényre
- ☐ Elolvastam az Indító kézikönyvet

VEDD A KEZEDBE A SORSOD

Az Indító kézikönyv azzal a céllal íródott, hogy megadja a lehető legtöbb esélyt a sikerre az Eqology Business Partnereinek. Az itt közzétett információk már sikeres Business Partnerek több ezer órányi munkájából, bemutatóiból és személyes tapasztalataiból állt össze.

Mindössze annyi a dolgod, hogy kövesd szisztematikusan a leírt receptet, és légy türelmes – ha ezek megvannak, akkor garantáljuk, hogy az eredmények is jönni fognak.

Javasoljuk, hogy kövesd weboldalunkat, Facebook oldalainkat, és ami a legfontosabb: vegyél részt annyi Eqology rendezvényen, amennyin csak tudsz.

Ahogy az élet más területein, itt sem fog magától beindulni az üzleted. Hajlandónak kell lenned tanulni, szisztematikusan dolgozni, priorizálni a tevékenységeidet, hogy aztán idővel az Eqology legjobbjai közé kerülhess.

Tudjuk, hogy közösen egy izgalmas, és sikeres jövőnek nézünk elébe!

Tegyük az Eqology-t a sikereid eszközkészévé!

A serene landscape photograph featuring a white fishing boat with orange accents on a calm, reflective lake. The boat is positioned in the lower right, with its reflection clearly visible in the water. In the background, a large, rugged mountain with patches of snow rises above a line of dark, snow-dusted 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