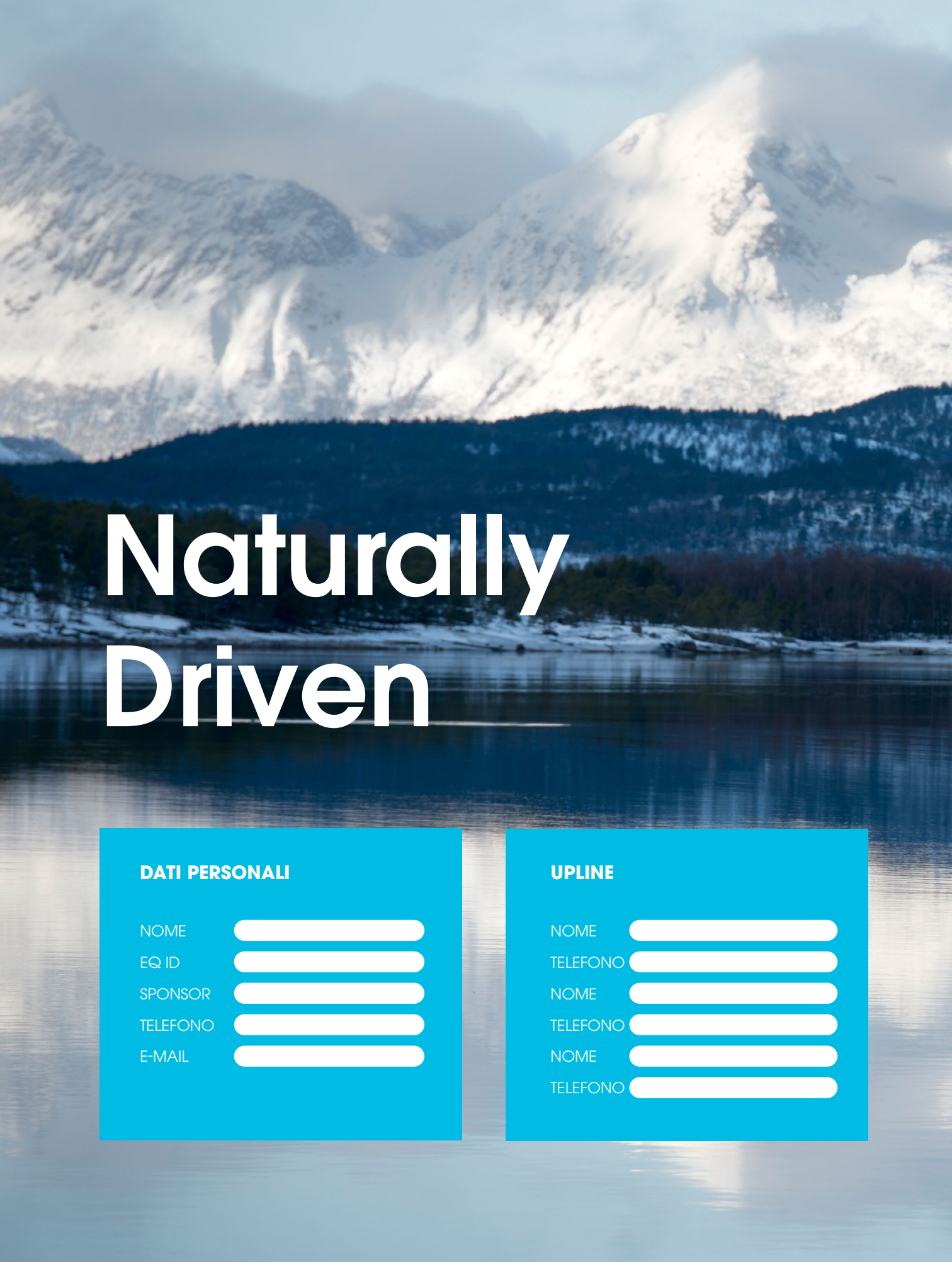
IT

START UP

EQOLOGY™



Naturally Driven

DATI PERSONALI

NOME
EQ ID
SPONSOR
TELEFONO
E-MAIL

UPLINE

NOME
TELEFONO
NOME
TELEFONO
NOME
TELEFONO

TI DIAMO IL BENVENUTO NEL MONDO EQOLOGY™

I nomi dei nostri marchi Eqology ed si ispirano all'intelligenza emotiva e allo studio del rapporto tra gli organismi e il proprio ambiente (ecologia). Ogni forma di vita ha come obiettivo quello di sviluppare appieno il proprio potenziale. E noi abbracciamo questo concetto potente, che chiamiamo Naturally Driven.

Naturally Driven è una filosofia che riflette lo spirito collaborativo dei nostri dipendenti e Business Partner: a guidarci, il desiderio di rafforzare i nostri brand e di affermarci sul mercato degli integratori alimentari (VMS, da Vitamins, Minerals, Supplements, cioè vitamine, minerali e integratori) in Europa.

Per raggiungere questi obiettivi, ci impegniamo a sviluppare prodotti unici e di alta qualità, nonché a fornire ai Business Partner il supporto di cui hanno bisogno per promuovere i nostri integratori alimentari. Naturally Driven è inoltre lo spirito che guida la ricerca e lo sviluppo alla base dei nostri prodotti; il desiderio di utilizzare ingredienti naturali nei nostri integratori. Crediamo fermamente che la natura sia fonte di salute e vitalità, e che possa prevenire moltissimi tra i più comuni disturbi. La natura è quella forza che ci circonda e ci pervade, che ci dà energia e che ci ispira a fare grandi cose. È su questi concetti, allo stesso tempo semplici e potenti, che si fonda la nostra identità. Come società di network marketing, offriamo ai nostri Business Partner un concetto solido, prodotti collaudati e un modello di business che premia chi porta a casa i risultati. L'impegno di Eqology rivolto al cliente ci aiuta a migliorare i nostri prodotti e aumenta le opportunità per i nostri Business Partner di costruirsi un reddito stabile e sicuro. Crediamo che in questo settore il nostro sia un approccio davvero unico.

I due valori che ci guidano nella nostra attività sono determinazione e onestà. Descrivono chi siamo, chi vogliamo essere, la filosofia alla base di ciò che facciamo, l'effetto dei nostri prodotti e l'essenza del nostro marchio.

In ognuno di noi risiede un grande potenziale; crediamo che diventare Business Partner di Eqology possa fornirti gli strumenti perfetti per sfruttare al meglio il tuo.

Benvenuto a bordo!

EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
by Eqology

FASI INIZIALI

LE TUE PRIME SETTIMANE DI ATTIVITÀ

"Tu sai a chi rivolgerti, noi sappiamo cosa fare"

PER REDIGERE QUESTO OPUSCOLO ABBIAMO TENUTO A MENTE LE SEGUENTI PREMESSE:

- **Il successo come Business Partner non è scontato**
- **Adottare schemi collaudati e prevedibili aiuta nella corsa verso il successo.**

Questo opuscolo contiene una serie di attività. Se seguirai le fasi indicate, potrai iniziare a guadagnare molto più in fretta che ricorrendo a un modello di business tradizionale. Per coloro che sceglieranno di seguire le linee guida alla lettera,le soddisfazioni personali e finanziarie potrebbero essere sorprendenti. E si sa che chi ben comincia è a metà dell'opera. Segui questo semplice sistema, dedica tra le 7 e le 10 ore a settimana alle tue attività di Business Partner e raccogli i frutti del tuo lavoro.

Secondo il nostro sistema, un Business Partner che si dedica alla propria attività in modalità part-time può raggiungere lo status di Director entro 60 giorni, accumulando nel frattempo guadagni extra soddisfacenti, in attesa di raggiungere vette più alte.

PASSAGGI SUCCESSIVI

In Eqology proponiamo un semplice processo a 3 fasi:

1. 3 For Free

2. 3 Business Partner
   - Crea il tuo primo team

3. Aiuta il tuo team a passare le fasi 1 e 2

Il modo migliore per superare le prime 3 fasi:

1. **LISTA DI NOMI**
2. **INDIVIDUAZIONE DELLE PRIORITÀ**
3. **ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI**
4. **PRESENTAZIONI A 3 (PRODOTTI E BUSINESS)**
5. **FOLLOW-UP**
6. **AVVIO**

1 LISTA DI NOMI

E POTENZIATORE DI MEMORIA

Gli aspiranti Business Partner si ritrovano spesso a chiedersi: "Conosco davvero così tante persone potenzialmente interessate ad acquistare i prodotti?". Partono inoltre dal presupposto che solo le persone molto attive sui social network possano avere successo, mentre quelle con una cerchia ristretta di amici e conoscenti siano destinate al fallimento. Sebbene sembri logico, questo ragionamento è molto lontano dalla realtà.

Allo stesso modo, molti Business Partner iniziano con una lista di appena 3 o 4 persone (solitamente, amici stretti) che ritengono possano essere interessati ad acquistare i prodotti o a unirsi all'avventura in qualità di Team Leader.

A quel punto, è ovvio che il successo della loro nuova attività sembri legato alla risposta di questo ristretto gruppo di conoscenze. Se saranno fortunati, l'eventuale reazione positiva di una o più persone potrebbe estendere questa nuova avventura di qualche mese. Se invece, come è molto probabile, l'approccio iniziale dovesse andare male, contribuirebbe a smorzare la fiducia, l'entusiasmo e la motivazione dell'individuo, al punto da indurlo a rinunciare prematuramente a questa opportunità.

Cosa determina quindi il successo di un Business Partner? Le persone che raggiungono davvero il successo e riescono a creare un'ampia rete sono quelle che capiscono che per raggiungere gli obiettivi è necessario lavorare molto alla preparazione (per esempio, alla redazione di una lista completa di nomi) e che, in questo settore, imparare ad aggiungere nomi a quella lista (fare networking) è cruciale. Pertanto, una volta deciso di cominciare questa avventura e registrarsi come Business Partner, l'obiettivo successivo sarà quello di compilare una lista imparziale di nomi e contatti, resistendo alla tentazione di decidere soggettivamente chi potrebbe essere interessato ai prodotti e chi no, focalizzandoti quindi sull'obiettivo primario, che è quello di creare un elenco completo, organizzato ed esaustivo delle persone che conosci.

Costruire una rete è il passo più importante per avere successo come Business Partner. Prenditi del tempo per concentrarti e stilare la lista, senza escludere le persone che pensi non siano interessate: lasciare che le tue convinzioni interferiscano con l'obiettivo primario potrebbe porre limiti alla tua rete di persone potenzialmente interessate, i cosiddetti prospect. Approcciarti a questo compito in maniera obiettiva, anziché sogget-

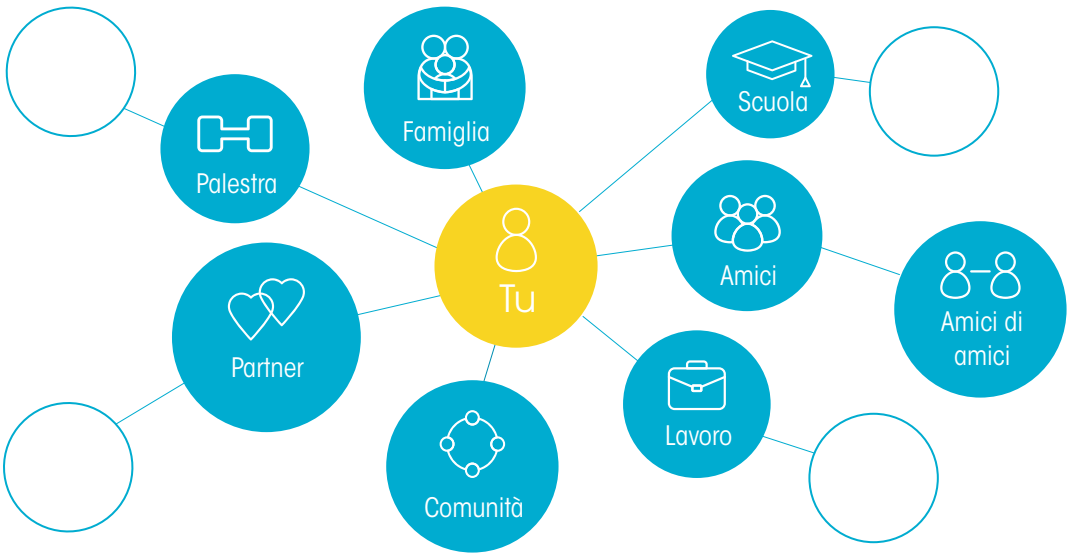
tiva, può aiutarti a recuperare dalla memoria dei nomi a cui magari non avresti pensato, come una vecchia conoscenza o l'amico di un amico. Il miglior modo per procedere è per gruppi, scrivendo i nomi che ti vengono in mente di volta in volta. Ad esempio: Parenti stretti, parenti acquisiti, colleghi, ex colleghi, amici (pensa alle varie cerchie: palestra, hobby/uscite, compagni di scuola/università, contatti facebook/twitter), amici di amici, amici di parenti e così via.
Alcune delle persone che includerai in ciascuna di queste sottoliste potrebbero rivelarsi utilizzatori attivi di social network. Ne sono consapevoli? Parlaci e arricchisci la tua lista di nomi. Non pensare a come utilizzare la lista e non chiederti se la persona che stai aggiungendo potrebbe essere interessata o meno.

Dovrai semplicemente concentrarti sull'aggiungere i nomi in modo ordinato e strutturato. Se lo farai nel modo giusto, ti ritroverai, anziché con una piccola lista soggettiva di 3 o 4 nomi, con una lista obiettiva, contenente centinaia di potenziali contatti.

Ognuno di loro potrebbe rivelarsi, in futuro, fonte di ulteriori contatti, potenziale cliente o Business Partner.

Ricordati: la lista dei nomi è dinamica. Aggiornala regolarmente con i nomi delle persone che conoscerai di volta in volta.

POTENZIATORE DI MEMORIA



Per aiutarti a iniziare col piede giusto, abbiamo creato un "potenziatore di memoria", volto ad assisterti nella fase iniziale di compilazione della lista di amici, colleghi e parenti.

FAMIGLIA:
Genitori
Genitori del partner
Nonni
Figli
Fratelli e sorelle
Fratelli e sorelle acquisiti
Genitori adottivi
Fratelli e sorelle adottivi
Zii e zie
Nipoti
Cugini e parenti alla lontana (per es. di secondo grado)

LISTE DI CONTATTI ESISTENTI:
Rubrica degli indirizzi
Rubrica degli indirizzi e-mail
Rubrica telefonica
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

PERSONE CON CUI INTERAGISCI REGOLARMENTE:
Amici
Conoscenti
Amici di amici
Vicini di casa
Tempo libero, hobby, svago e attività (fitness, palestra, golf, tennis, pub, ecc.)
Personal trainer
Parrucchiere
Colleghi di lavoro
Ex colleghi
Contatti di lavoro
Capo
Ex capo

DA CHI HAI ACQUISTATO:
Barca
Attività
Auto
Pneumatici
Lavatrice/asciugatrice
Licenza di pesca
Arredi
Occhiali
Casa/appartamento
Gioielli
Elettrodomestici da cucina
Mac/PC/iPad/Tablet/ Fotocamera
Cellulare
TV/impianto stereo
Aspirapolvere

CONOSCO PERSONE:
Ambiziose
Affabili
Affidabili
Entusiaste
Intraprendenti
Determinate
Divertenti
Istrioniche
Attente al benessere
Ambiziose
Alla ricerca di entrate extra
Organizzate
Positive
Strutturate
Collaborative

CONOSCO PERSONE:
Indipendenti
Che non amano il lavoro che fanno
Integre e di buon carattere
Che amano imparare cose nuove
Che amano le sfide
Che hanno bisogno di un'auto nuova
Che leggono libri sulla crescita personale
Che vorrebbero passare più tempo con la famiglia
Che lavorano tanto
Che lavorano nel campo del network marketing
Che fanno turni di notte o nei fine settimana
Che fanno orari da ufficio (9-17, lun-ven)

CONOSCO PERSONE CHE FANNO UNO DEI SEGUENTI LAVORI:
Contabile
Attore
Agopuntore
Controllore del traffico aereo
Archeologo
Architetto
Direttore artistico
Artista
Professore universitario
Scrittore
Panettiere
Barista
Estetista
Biologo
Fabbro
Costruttore di imbarcazioni
Botanico
Autista di autobus
Maggiordomo
Capitano
Venditore di auto
Carpentiere
Addetto alle pulizie
Controllore
Pasticcere
Consulente
Cuoco
Cosmetologo
Ballerino
Dentista
Dermatologo
Stilista
Dietologo
Diplomatico
Sommozzatore
Medico
Economista
Redattore
Elettricista
Ascensorista
Ingegnere
Contadino
Vigile del fuoco
Pescatore
Fioraio
Calciatore
Giardiniere
Geologo
Collaboratore domestico
Omeopata
Direttore d'albergo
Domestico
Mediatore assicurativo
Designer d'interni
Consulente IT
Gioielliere
Giornalista
Giudice
Giurista
Giardiniere paesaggista
Avvocato
Bibliotecario o libraio
Bagnino
Assistente esecutivo nel settore marketing
Massaggiatore
Meccanico
Ostetrico
Modello
Infermiere
Ergoterapeuta
Ottico
Osteopata
Pittore
Imbianchino e decoratore
Pastore/prete
Farmacista
Filosofo
Fotografo
Idraulico
Poliziotto
Politico
Custode
Postino
Psicologo
Costruttore di tetti
Infermiere scolastico
Scienziato
Segretario
Guardia giurata
Lavoratore autonomo
Calzolaio
Commesso
Argentiere
Cantante
Tecnico del suono
Intermediario finanziario
Muratore
Studente
Chirurgo
Perito
Sarto
Tassista
Insegnante
Guida turistica
Cameriere (preferito)
Autista
Orologiaio
Designer di siti web
Lavavetri
Riflessologo

CONOSCO QUALCUNO CHE VIVE IN:
Austria
Belgio
Repubblica Ceca
Danimarca
Estonia
Finlandia
Francia
Germania
Ungheria
Italia
Islanda
Lettonia
Lituania
Paesi Bassi
Irlanda del Nord
Norvegia
Polonia
Romania
Slovacchia
Svezia
Svizzera
Regno Unito

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

LISTA DI NOMI

Nome	Città	Telefono

2 INDIVIDUAZIONE DELLE PRIORITÀ

Prendi la lista e dividi i nomi in due categorie: potenziali acquirenti di prodotti (lista clienti) e potenziali partner da includere nel tuo primo team (lista Business Partner). Ora, distribuisci i nomi in queste due liste in ordine di priorità. I Business Partner che raggiungono il successo sono solitamente quelli che riescono a decidere dove concentrare gli sforzi.

LISTA CLIENTI

Consigliamo ai nuovi Business Partner di iniziare a contattare amici, parenti e persone incluse nella lista che siano già naturalmente portate a (i) utilizzare integratori alimentari o (ii) a dedicarsi ad attività volte alla salute e al benessere (per es. chi vuole migliorare la propria alimentazione o la propria salute mentale e fisica, chi ama la palestra e l'attività fisica, e chi desidera apportare dei cambiamenti al proprio stile di vita). Se completerai correttamente la fase 1 (lista di nomi) e la fase 2 (individuazione delle priorità), queste persone risulteranno tra i primi posti nella tua lista clienti. I primi 5-10 nomi di questa lista sono persone potenzialmente interessate a fare acquisti nel tuo store.

LISTA BUSINESS PARTNER

Conosci persone ambiziose, socievoli, affabili, intelligenti, positive e carismatiche, aperte a cimentarsi con una nuova sfida?

Inserisci i loro nomi nella lista dei potenziali Business Partner.

CLIENTI

Nome	Città	Telefono
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

BUSINESS PARTNER

Nome	Città	Telefono
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

3 FOR FREE

*Per ricevere il tuo prodotto GRATUITO dovrai pagare solo i costi di spedizione e gestione. Scopri di più su eqology.com

OTTIENI IL TUO PRODOTTO GRATUITAMENTE*

ACQUISTA UN KIT QUALSIASI
Registra 3 clienti

CLIENTE 1

Acquista Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake o Collagen Booster Serum

CLIENTE 2

Acquista Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake o Collagen Booster Serum

CLIENTE 3

Acquista Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake o Collagen Booster Serum

CREARE LA TUA PRIMA CLIENTELA

Oltre a reclutare nuovi Business Partner, ciò che è importante è costruirsi una clientela solida.

Ricorda: alcune delle persone incluse nella tua lista di potenziali clienti (lista clienti) potrebbero essere o diventare anche potenziali Business Partner. Ad ogni modo, costruirsi una clientela solida è cruciale perché è grazie ai clienti che potrai ottenere guadagni extra a lungo termine. Dedicati alla tua lista di nomi e organizzala in modo da assicurarti una buona varietà tra clienti e Business Partner (per creare un equilibrio tra le opportunità).

Eqology offre il sistema unico, chiamato "3 FOR FREE" che ti consente di ottenere il tuo prodotto GRATIS* il mese successivo qualora 3 dei tuoi clienti acquistino uno a scelta tra questi prodotti: Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake o Pure Arctic Oil For Kids. Ed è 3 il numero minimo di nuovi clienti che ci aspettiamo da un nuovo Business Partner. Prova a immaginare di reclutare 50 Business Partner che assoldano, a loro volta, 10 nuovi clienti ciascuno. Verresti pagato per una clientela composta da 500 persone. Qualora invece gli stessi 50 Business Partner dovessero contribuire con 2 clienti ciascuno, vedresti i tuoi guadagni diminuire dell'80%. È inoltre importante che impari quali sono i benefici dei prodotti Eqology. Se sei agli inizi, concentrati sui nostri prodotti principali. Chiaramente, utilizzare questi prodotti quotidianamente ti aiuta a proporli ai potenziali clienti in modo credibile.

Uno strumento importante per la promozione dei nostri prodotti è la Customer Magazine. Quando comunichi con un potenziale cliente, tienine sempre una a portata di mano. In questo modo, gli offrirai un assaggio dei nostri prodotti, tra cui Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil ed Shake. In 8 casi su 10, i clienti rispondono in modo positivo alla nostra Eqology Magazine, che si trasforma quindi in uno strumento prezioso per costruire la propria clientela.

COME RECLUTARE I PRIMI CLIENTI

1. Invita i migliori "prospect" della tua lista clienti a partecipare a una riunione o a una serata introduttiva sui prodotti in gruppi di 3-8 persone.
2. Visita i potenziali clienti inclusi nella tua lista di nomi per promuovere i nostri prodotti.

CONSIGLIO: Ti consigliamo di portare con te uno Sponsor o un Upline fino a che non ti sentirai in grado di gestire questi eventi autonomamente.

Prima della riunione o della serata introduttiva, assicurati di aver letto attentamente la nostra Customer Magazine e di aver provato i nostri prodotti principali, Pure Arctic Oil Premium ed Shake. Generalmente, è necessario contattare almeno 5 persone per raggiungere il numero necessario per la fase 3FF (3 clienti). Inizia con le persone della tua lista clienti con cui hai le maggiori probabilità di riuscita.

Nella sezione Organizzazione di incontri, troverai alcuni consigli su come approcciare i tuoi prospect e invitarli a un evento introduttivo.

È proprio grazie ai clienti che potrai costruirti un reddito extra a lungo termine.

Consigli su come organizzare un Evento introduttivo sui prodotti

1. Raduna un numero adeguato di persone, possibilmente tra i 3 e gli 8 partecipanti (generalmente sono necessari tra gli 8 e i 15 inviti)
2. Sii cortese
3. Parla con tutti i partecipanti prima della presentazione dei prodotti
4. Utilizza la narrazione storie legate ai prodotti che stai presentando
5. Concentrati su Pure Arctic Oil Premium
6. Descrivi i nostri prodotti e testali
7. Offri l'assistenza necessaria per raggiungere il tuo primo obiettivo, quello di passare la fase 3FF

Ricordati di portare:

1. Pure Arctic Oil Premium Test e test per Omega-3
2. Shake ed K2+D3
3. Customer Magazine
4. PC o tablet

Il mio primo evento introduttivo sui prodotti:

Data: Ora: Nome: Sede:

Data: Ora: Nome: Sede:

Data: Ora: Nome: Sede:

Data: Ora: Nome: Sede:

3 ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI

Un buon modo per approcciarti al tuo primo evento introduttivo sui prodotti è quello di seguire il nostro modello pre-compilato, semplice, testato e collaudato.

All'inizio, durante le conversazioni telefoniche con i potenziali clienti, potresti avere la tentazione di anticipare informazioni relative a Eqology, ai prodotti Eqology e all'opportunità di diventare Business Partner. Per il tuo bene e per quello dei tuoi contatti, però, è importante garantire loro la migliore "prima impressione" su Eqology.

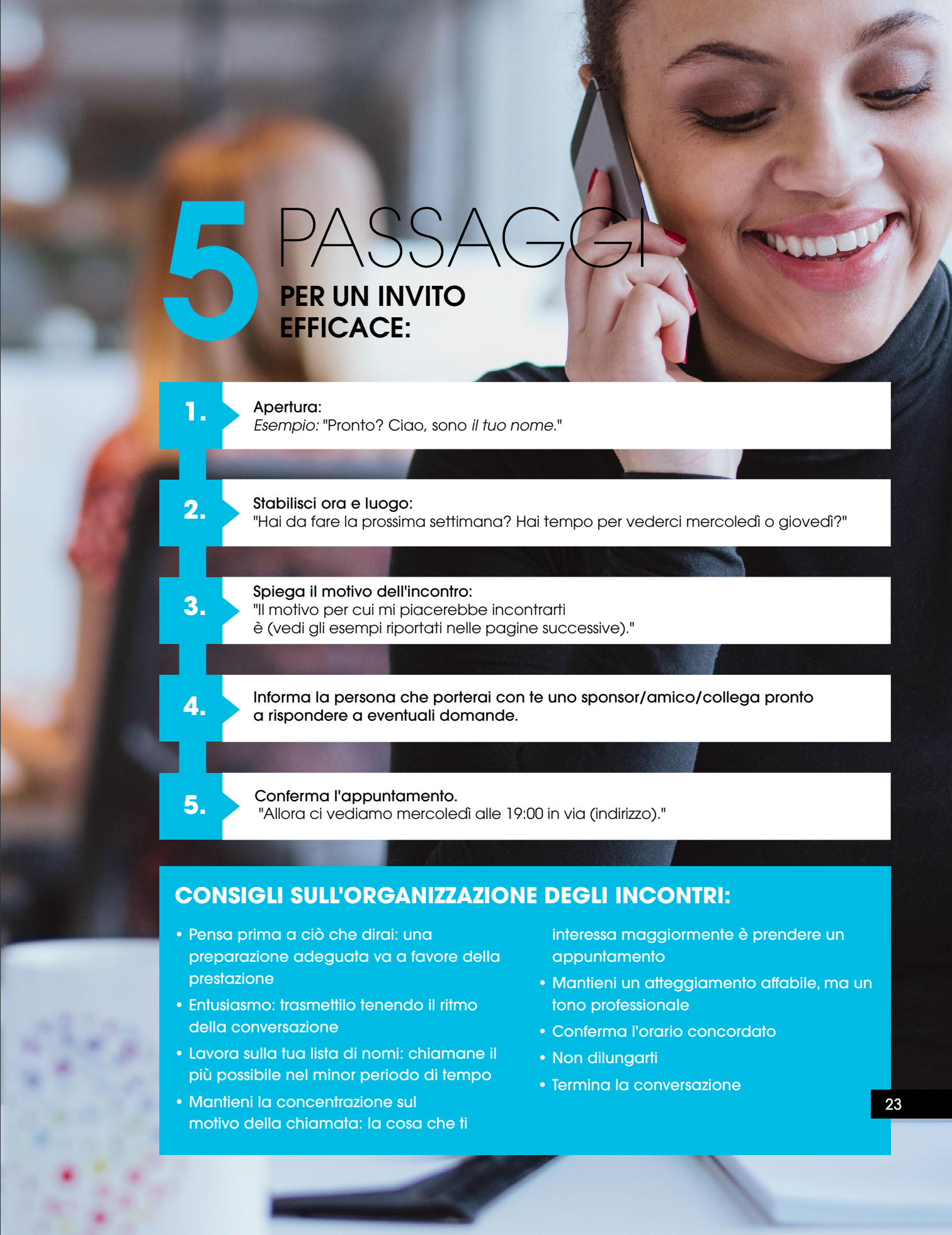
Pertanto, resisti alla tentazione, attendi l'evento introduttivo e lascia che sia il tuo Sponsor a occuparsi del resto, mostrandoti i rudimenti del mestiere.

ESEMPIO DI PRIMO CONTATTO TELEFONICO:

1. Apertura:
"Pronto? Ciao, sono _____."

2. Stabilisci ora e luogo:
"Hai da fare la prossima settimana? Hai tempo per vederci mercoledì o giovedì?"

L'esempio che segue è utile per invitare i potenziali clienti a un evento introduttivo sui prodotti. Resisti alla tentazione di parlare di prodotti e opportunità lavorative, e dai al tuo Sponsor la possibilità di trarre il massimo dall'incontro.



5 PASSAGGI
PER UN INVITO EFFICACE:

1. Apertura:
Esempio: "Pronto? Ciao, sono *il tuo nome*."

2. Stabilisci ora e luogo:
"Hai da fare la prossima settimana? Hai tempo per vederci mercoledì o giovedì?"

3. Spiega il motivo dell'incontro:
"Il motivo per cui mi piacerebbe incontrarti è (vedi gli esempi riportati nelle pagine successive)."

4. Informa la persona che porterai con te uno sponsor/amico/collega pronto a rispondere a eventuali domande.

5. Conferma l'appuntamento.
"Allora ci vediamo mercoledì alle 19:00 in via (indirizzo)."

CONSIGLI SULL'ORGANIZZAZIONE DEGLI INCONTRI:

- Pensa prima a ciò che dirai: una preparazione adeguata va a favore della prestazione
- Entusiasmo: trasmettilo tenendo il ritmo della conversazione
- Lavora sulla tua lista di nomi: chiamane il più possibile nel minor periodo di tempo
- Mantieni la concentrazione sul motivo della chiamata: la cosa che ti interessa maggiormente è prendere un appuntamento
- Mantieni un atteggiamento affabile, ma un tono professionale
- Conferma l'orario concordato
- Non dilungarti
- Termina la conversazione

TELEFONATE TIPO PER PRENDERE UN APPUNTAMENTO PER **UN EVENTO INTRODUTTIVO SUI PRODOTTI**

EVENTO INTRODUTTIVO SUI PRODOTTI:

Ti chiamo per invitarti a partecipare a un evento introduttivo sui prodotti. Durante l'evento riceverai ulteriori informazioni sui prodotti e sui loro effetti benefici. Se lo desideri, avrai inoltre l'opportunità di provarli e di sottoporti a un test per controllare i tuoi livelli di Omega-3. I posti sono limitati, ma vorrei riservarne uno per te perché so che il mondo degli integratori alimentari/uno stile di vita sano/la prevenzione delle malattie/le attività volte al benessere ti interessano moltissimo. L'evento è informale, l'ambiente amichevole e la partecipazione senza alcun impegno.

Ti chiamo perché so che il mondo della salute/del fitness/degli integratori alimentari/del benessere/della prevenzione delle malattie ti interessano moltissimo. Ho iniziato a lavorare con alcuni fantastici prodotti che ritengo possano piacerti. Che ne diresti di chiamare qualche amico/portare il tuo partner/alcuni colleghi e partecipare insieme a un evento introduttivo sui prodotti? Tra le altre cose, durante l'incontro si parlerà di Omega-3, vitamine e minerali. Fornirò dei campioni da provare e, se lo desideri, potrai sottoporti a un test per la verifica dei livelli di Omega-3. Si tratta di un incontro informale e in amicizia, e la partecipazione è senza impegno di acquisto.

INCONTRO CLIENTI:

Ho iniziato a usare dei prodotti che penso apprezzerai. Vorrei passare a portarti un catalogo dei prodotti e alcuni campioni. Ti farebbe piacere?

Mi è venuto in mente che di recente ho sentito che la salute ha cominciato ha destare le tue preoccupazioni. Personalmente ho iniziato un percorso verso uno stile di vita più sano grazie all'utilizzo di fantastici integratori alimentari che mi stanno davvero aiutando. Non c'è garanzia, ovviamente, che abbiano lo stesso effetto su di te, ma volevo farteli conoscere. Ti farebbe piacere se passassi a portarti alcuni campioni e del materiale informativo?

So che la salute ha cominciato a destare le tue preoccupazioni. Di recente ho intrapreso un nuovo percorso lavorativo e ho bisogno di trovare qualcuno che possa assistere a una presentazione sui prodotti. Ti interessa? Magari potresti darmi un tuo preziosissimo feedback. Ti dispiace se passo a parlarti di questa nuova avventura e a portarti qualche campione?

TELEFONATE TIPO A POTENZIALI **BUSINESS PARTNER**

- Ho appena intrapreso un nuovo percorso lavorativo nel campo degli integratori alimentari/integratori vitaminici, minerali, naturali e alimentari, e ti ho pensato. Vorrei mostrarti il mio nuovo concept. So che lo troverai interessante, magari è qualcosa che potrebbe fare al caso tuo o di qualcuno che conosci.

- So che sei una persona energica/spigliata/diligente. Ho appena intrapreso un nuovo, emozionante percorso lavorativo nel campo degli integratori alimentari/integratori vitaminici, minerali, naturali e alimentari: prodotti utili per migliorare il proprio stile di vita. Penso che dovresti dare un'occhiata, senza alcun impegno. Potresti trovarli interessanti.

- Sto gestendo un'attività con un collega e abbiamo bisogno di talenti da aggiungere al team. Ho pensato subito a te. Abbiamo la possibilità di lanciare un nuovo prodotto sul mercato. Il potenziale è enorme. Mi chiedevo se potesse interessarti unirti a noi per perseguire questa opportunità.

I 4 tratti caratteriali

Quando contattiamo qualcuno, è importante che sappiamo che ognuno ha una fonte di motivazione diversa.

Possiamo raggruppare le persone in quattro diversi stili comportamentali. Imparando a riconoscere i tratti caratteriali della persona che ci prepariamo ad approcciare, possiamo ottenere risultati migliori facendo leva sulle sue specifiche esigenze. Questi tratti caratteriali definiscono il nostro comportamento a livello sociale e il nostro modo di comunicare con gli altri. Dicono molto su chi siamo e su cosa ci motiva. La maggior parte delle persone possiede tutti questi tratti, in misura variabile, ma in certe situazioni potrebbe esserci la tendenza ad accentuarne uno in particolare.

Se teniamo a mente queste caratteristiche, potremo comunicare in modo più efficace con potenziali clienti e Business Partner, mettendoci sul loro stesso piano mentre comunichiamo.

Ecco alcune peculiarità tipiche dei diversi tratti e le parole chiave associate a ciascuno di essi, seguite dallo stile e dall'enfasi che è utile dare alla comunicazione per approcciarvisi in modo efficace:

BLU

- Persona impulsiva
- Ama divertirsi e viaggiare
- Ama conoscere nuove persone
- Ama variare
- È particolarmente sensibile ai complimenti
- Racconta storie in modo coinvolgente

Se conosci una persona così, ecco cosa potresti dirle: Questa nuova avventura ti porta a conoscere tantissime persone. Hai la possibilità di metterti al centro dell'attenzione, di affrontare fantastiche sfide e di lavorare in team. È un'attività davvero appagante. Il network marketing è nemico della routine, c'è sempre qualcosa di nuovo dietro l'angolo! Immagina quanto potremmo divertirci insieme! **Quali persone blu conosci?**

GIALLA

- Ama aiutare gli altri
- Mette le necessità degli altri prima delle sue
- Supporta e incoraggia il prossimo
- Non ama essere al centro dell'attenzione
- Non ama scegliere o prendersi responsabilità

Se conosci una persona così, ecco cosa potresti dirle: Evita di parlare del fatto che il lavoro porta a prendere molte decisioni. Concentrati su quante persone hanno bisogno di questi prodotti/di un guadagno extra e che con questo lavoro è possibile aiutarle. Puoi lavorare al ritmo che preferisci. Possiamo farlo insieme. Non hai bisogno di metterti al centro dell'attenzione. La cosa più importante nel network marketing sono le relazioni e il supporto che ci si dà gli uni con gli altri. **Quali persone gialle conosci?**

ROSSA

- Persona riflessiva/analitica
- Agisce con metodo e calcolo
- Ha bisogno di tempo per decidere e considerare ogni evenienza
- Non ama i cambiamenti, preferisce l'ordine e la prevedibilità
- Guarda ai fatti, piuttosto che alle parole

Se conosci una persona così, ecco cosa potresti dirle: Si tratta di un'azienda norvegese solida, robusta e affidabile, nata nel 1998. Dietro ai prodotti si celano una documentazione e una ricerca importanti. Un passo dopo l'altro, è possibile costruirsi un guadagno extra su cui poter contare. **Quali persone rosse conosci?**

VERDE

- Persona concentrata sull'azione e sui risultati
- Riesce a trovare da sola la motivazione ed è ben organizzata
- Ha una grande ambizione
- Possiede abilità di gestione e pianificazione
- Ama assumersi nuove responsabilità

Se conosci una persona così, ecco cosa potresti dirle: I guadagni sono potenzialmente illimitati. Avrai la possibilità di fissare i tuoi obiettivi in autonomia e di guidare gli altri verso il loro raggiungimento. Se sei in grado di fissare obiettivi chiari e di organizzarti, hai molte più possibilità di successo in questo campo. Qui potrai concentrarti sul "quadro generale". **Quali persone verdi conosci?**

4 PRESENTAZIONE

Presenta il tuo potenziale Business Partner nel corso di un incontro introduttivo a 3, la cosiddetta Prima occhiata.

Il tuo compito è quello di invitare il "prospect" alla riunione, presentarlo al tuo sponsor o lineup, che si occuperà della presentazione e di spiegare perché lo hai invitato, perché hai scelto di collaborare con Eqology e perché vorresti lavorare proprio con lui/lei. Lavorare in collaborazione col tuo sponsor ti dà l'opportunità di ascoltare e imparare.

Entusiasmo, positività e voglia di dare il proprio contributo nel corso della presentazione sono le caratteristiche essenziali di un Business Partner di successo. Prendi appunti e lascia che il tuo sponsor faccia il suo lavoro fino a che non ti sentirai in grado di farlo in autonomia. Una presentazione adeguata sui prodotti Eqology ed dura circa 20-30 minuti.

Ricorda di portare con te una Eqology Customer Magazine, il computer o il tablet, il prodotto Pure Arctic Oil Premium, il test Omega-3 e dei campioni di prodotti. In questo modo aumenterai le possibilità che l'incontro vada a buon fine.

Approfondimento: seconda riunione

Non tutti sono disposti a "buttarsi" al primo incontro. È quindi cruciale organizzarne un secondo. Se possibile, entro 48 ore dal primo. Il secondo incontro dovrebbe essere fissato già alla fine del primo.

Durante la seconda riunione, il potenziale Business Partner avrà modo di porre domande. Lo scopo è quello di fornire dati sufficienti a consentire al "prospect" di prendere una decisione informata. Molti prenderanno una decisione in seguito a questo incontro.

Consigli per l'Approfondimento

- Chiedi al "prospect" cosa lo motiva
- Rispondi alle domande
- Assicurati che abbia compreso la regola dei 60 giorni per diventare Director
- Assicurati che abbia provato i prodotti
- Scopri il suo interesse su una scala da 1 a 10
- Chiedi cosa potrebbe convincerlo a "buttarsi"

Hai mai giocato al "telefono senza fili"?

EMULAZIONE

Se ti è capitato, probabilmente saprai che molto spesso il messaggio finale non è uguale all'originale, perché si modifica passando di persona in persona. Potrebbe essere un gioco divertente da fare a una festa per bambini. Ma a livello aziendale, può avere invece effetti catastrofici.

L'emulazione è la chiave per il successo. Assicurati che tutti i Business Partner seguano lo stesso sistema, ad esempio utilizzando il manuale Fasi iniziali ogni volta che ne acquisisci uno nuovo. La tentazione di provare qualcosa di nuovo per cercare di velocizzare il processo è forte, ma raramente è la scelta giusta.

Il sistema delineato nel manuale Fasi iniziali è stato testato e collaudato, ed è facile da imparare e da trasmettere agli altri. Sistematizzando tutte le tue attività, queste appariranno semplici e incoraggeranno gli altri a pensare "Posso farcela anch'io". L'emulazione è la chiave per costruirsi un guadagno extra nel tempo.

È importante non assumere ruoli che possano avere un impatto negativo sul potenziale di emulazione del modello proposto. Di seguito troverai i comportamenti più comuni che possono diminuire il tuo potenziale di guadagno.

Superman
È la persona che si occupa di tutte le presentazioni all'interno della propria rete e che ha una risposta per qualsiasi domanda. Solitamente, diventa un vero e proprio "guru" all'interno del team. È raro che succeda qualcosa senza la sua partecipazione. Il team pende dalle labbra di questa persona e raramente si affida alle proprie abilità. Le persone che circondano Superman pensano: "Non raggiungerò mai il suo livello". Risultato: il team diventa totalmente dipendente da Superman. Evita di trasformarti nel tuo peggior nemico.

Il furbo
È una persona che pensa di aver trovato un modo migliore di svolgere l'attività rispetto al proprio sponsor e che tenta di promuovere il proprio metodo. Si distrae facilmente e cerca di trovare continue scorciatoie, per esempio provando a sponsorizzare celebrità, catene alberghiere e squadre di calcio. Trova noioso lavorare su amici e conoscenti: spesso, finisce per gettare la spugna dopo 6 mesi, perché il modello che sta cercando di implementare è troppo complicato e poco omogeneo. Per questo, non otterrà mai guadagni soddisfacenti. In questo campo, sono le cose semplici quelle che funzionano meglio: SEGUI IL SISTEMA.

Il martire
Il martire desidera il successo per gli altri e spende molte energie per aiutare il prossimo a raggiungere i propri obiettivi. Spende la maggior parte del tempo cercando di cambiare persone che non vogliono cambiare e di convincerle che dovrebbero collaborare con Eqology. Spera e crede nelle persone, guardando soprattutto al loro potenziale. Dimentica però di dedicare il proprio tempo ai migliori "prospect" e, alla lunga, trova difficile mantenere alta la motivazione. Dedica il tuo tempo a chi vuole ottenere qualcosa e alle persone che dimostrano tramite le proprie azioni di essere interessate.

Ricorda: gli altri seguono quello che fai, non quello che dici.

Il professore
Alcune persone diventano così brave a tenere presentazioni sui prodotti, scendendo nei più piccoli particolari, che assumono il ruolo del "professore". Riescono a procurarsi dei clienti perché sono convincenti grazie alla loro vasta conoscenza del prodotto. L'esperienza e la preparazione per ciò che concerne il prodotto sono utili quando ci si trova ad affrontare eventuali domande, tuttavia è preferibile creare storie di successo legate al prodotto stesso e ai benefici del suo utilizzo. Le storie coinvolgono l'interlocutore e sono facili da emulare. "I fatti raccontano, le storie vendono".

Il regista
Il regista inizia arruolando subito nuovi Business Partner e clienti. Dopodiché, entra rapidamente nella modalità "manager" e crede che il suo unico compito sia quello di gestire le persone sotto di lui. Inizia a tempestare di chiamate i membri del suo gruppo, chiedendo quanti incontri sono stati organizzati, ecc. Di conseguenza, tutti all'interno del gruppo iniziano a fare ciò che fa lui, ovvero... niente.

Il cercatore d'oro
Il cercatore d'oro vede l'attività come un'opportunità per arricchirsi velocemente. Pensa a 3-4 persone che sarebbero perfette per collaborare con Eqology e investe molto tempo a cercare di reclutarle. Ignora la sua lista di nomi e non lavora in modo sistematico. Dipende quindi da una manciata di persone (che purtroppo, raramente decidono di seguirlo). L'obiettivo dei 3 Business Partner e dei 3 clienti sembra facile da raggiungere, ma non è proprio come sembra. Non cadere nella trappola in cui cadono i cercatori d'oro. Approcciati all'attività in modo sistematico. Segui il sistema e lavoraci un po' ogni giorno.

5 FOLLOW-UP

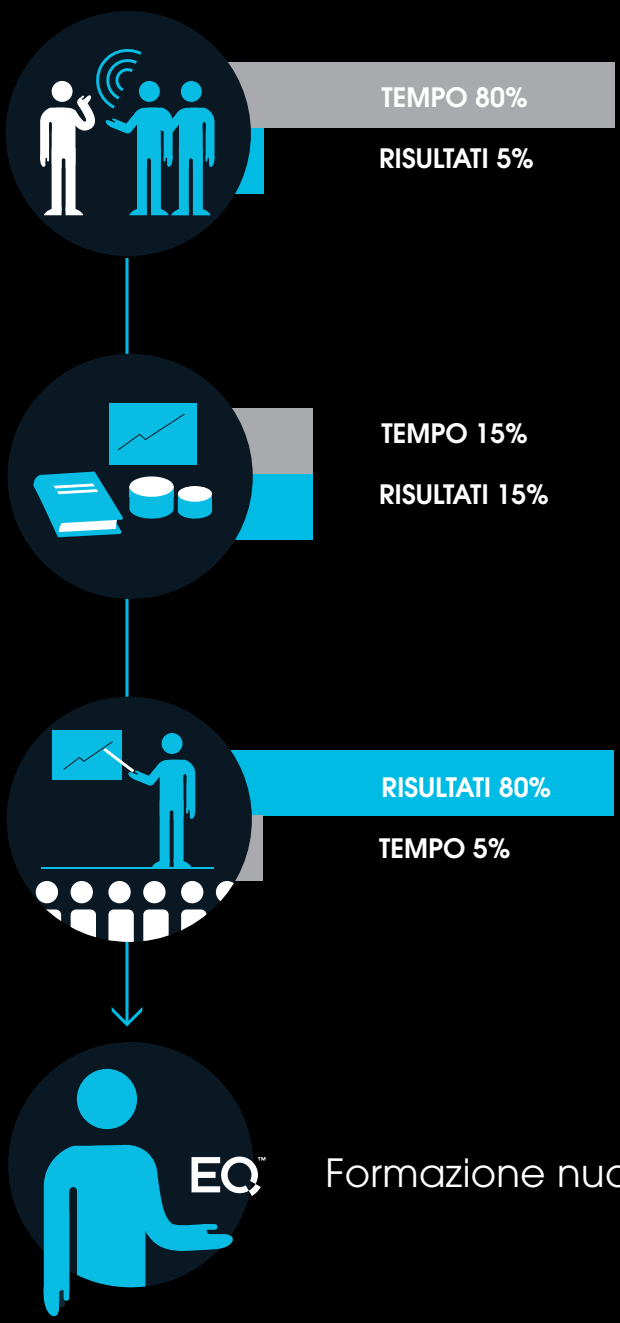
"Un paio di volte l'anno organizziamo eventi di più ampia portata, dove avrai la possibilità di imparare dai migliori. Non c'è nulla di paragonabile ai vantaggi che possono scaturire dalla partecipazione a questi eventi!"

Seguendo le fasi da 1 a 4, potrai approcciarti con fiducia alla tua nuova avventura lavorativa come Business Partner.

Queste, ti aiuteranno ad aumentare le tue opportunità di creare un piccolo team di Business Partner e di costruirti una clientela solida.

Prima di iniziare a scalare la vetta, è importante lavorare a stretto contatto con i nuovi reclutati, affinché possano avviare la propria attività velocemente e in modo efficace. All'inizio, sembrerà un lavoro semplice, perché è naturale aiutare le nuove leve ad affrontare le prime fasi: creare le liste, acquisire clienti e organizzare incontri. Passerai l'80% del tempo proprio su questo, con lo scopo di creare un'organizzazione solida. Alla lunga, i membri del tuo team avranno bisogno di acquisire nuove competenze, ed è importante che tutti partecipino all'interno del sistema, con riunioni, incontri in hotel, boot camp ed eventi.

Un paio di volte l'anno organizziamo eventi di più ampia portata, dove avrai la possibilità di imparare dai migliori. Non c'è nulla di paragonabile ai vantaggi che possono scaturire dalla partecipazione a questi eventi, che possono fornirti le competenze e la motivazione di cui hai bisogno per lavorare da professionista per Eqology.



- Presentazioni 2-1

- Formazione e follow-up
- Training Business Partner EQ
- Incontri di lavoro
- Presentazioni dei prodotti
- Academy Training

- **EVENTI**

Formazione nuovi Business Partner

6 IL TUO PRIMO INCONTRO

I TUOI PRIMI INCONTRI

	NOME	SEDE	ORA
1.			
2.			
3.			

OBIETTIVO

È importante fissare obiettivi sia a breve (per es. 90 giorni) che a lungo termine, a seconda della posizione che desideri raggiungere all'interno di.

Parlane col tuo sponsor o upline, per capire se i tuoi obiettivi sono realistici, sulla base delle ore che dedichi a Eqology ogni settimana.

POSIZIONE/OBIETTIVO:

90 giorni:

1 anno:

3 anni:

5 anni:

Per raggiungere questa posizione, dedicherò _____ ore a settimana a Eqology.

30 GIORNI

3 FOR FREE

TU

DATA:

3 For Free

CAB: 60 EUR*

FSQ & TEAL LEADER

2.000 QV

TU

DATA:

Bonus FSQ: 100 EUR

Bonus RA: 100 EUR

60 GIORNI

DIRECTOR

4.000 QV

TU

DATA:

Bonus Director 60: 250 EUR

Bonus RA: 250 EUR

Bonus mentore: 288 EUR*

12 MESI

10X EQOLOGY 10X

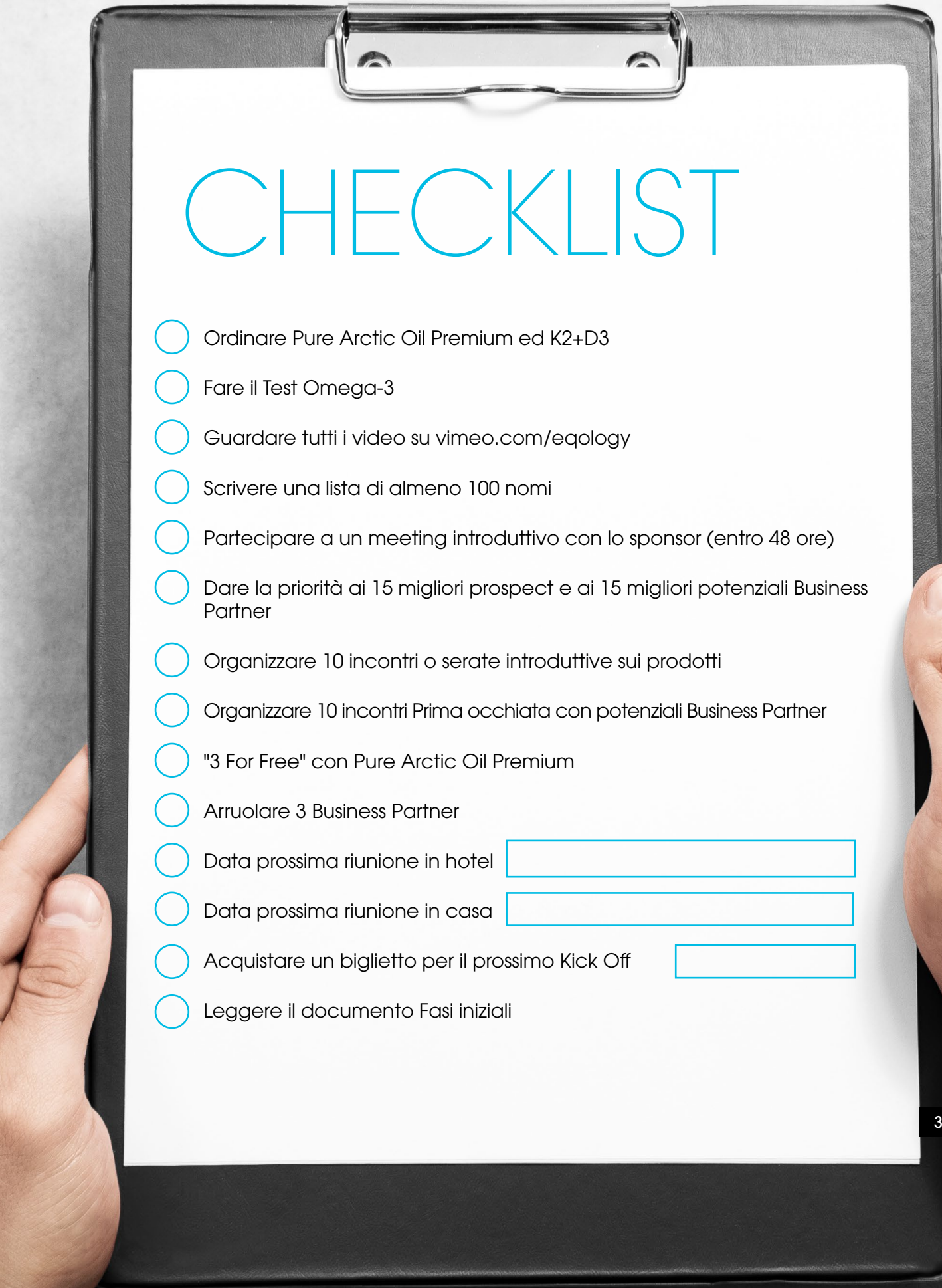
Ricevi un rimborso del tuo primo acquisto (Business Kit) da parte di EQOLOGY. Dovrai solo far sottoscrivere a 10 clienti diretti un abbonamento a PAO o PVO Premium, che dovranno mantenere per almeno 10 mesi. In questo modo, raggiungerai i 100 acquisti PAO/PVO entro 12 mesi dall'acquisto del tuo Business Kit!

TU → 12 mesi

DATA:

*Se raggiungerai lo status di Mentor Accelerator e recluterai un Business Partner con un kit Pro.

» La checklist
ti aiuterà a
organizzare
il tuo Business.



CHECKLIST

- ◯ Ordinare Pure Arctic Oil Premium ed K2+D3
- ◯ Fare il Test Omega-3
- ◯ Guardare tutti i video su vimeo.com/eqology
- ◯ Scrivere una lista di almeno 100 nomi
- ◯ Partecipare a un meeting introduttivo con lo sponsor (entro 48 ore)
- ◯ Dare la priorità ai 15 migliori prospect e ai 15 migliori potenziali Business Partner
- ◯ Organizzare 10 incontri o serate introduttive sui prodotti
- ◯ Organizzare 10 incontri Prima occhiata con potenziali Business Partner
- ◯ "3 For Free" con Pure Arctic Oil Premium
- ◯ Arruolare 3 Business Partner
- ◯ Data prossima riunione in hotel _____
- ◯ Data prossima riunione in casa _____
- ◯ Acquistare un biglietto per il prossimo Kick Off _____
- ◯ Leggere il documento Fasi iniziali

PROGETTA IL TUO FUTURO

Il documento Fasi iniziali ha lo scopo di fornirti gli strumenti necessari per avere successo come Business Partner. Le informazioni in esso contenute sono il risultato di migliaia di ore di lavoro, presentazioni ed esperienze personali dei Business Partner che sono arrivati al successo con Eqology.

Per affermarti, ti basterà seguire in modo sistematico la ricetta per il successo in esso delineata e pazientare: i risultati non tarderanno ad arrivare!

Ti consigliamo di tenerti aggiornato consultando regolarmente il nostro sito web e le nostre pagine Facebook, e soprattutto partecipando a più attività Eqology possibili.

Come quasi sempre nella vita, il successo non si raggiunge stando fermi. Dovrai avere la volontà di imparare e di lavorare sodo, in maniera sistematica, dando la giusta priorità alle tue attività in modo da raggiungere, col tempo, i più alti livelli nella scala di Eqology.

Guardiamo a un futuro ricco di soddisfazione per noi tutti.

Insieme, possiamo rendere Eqology un successo!

È nella
nostra
natura

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

It's in our nature