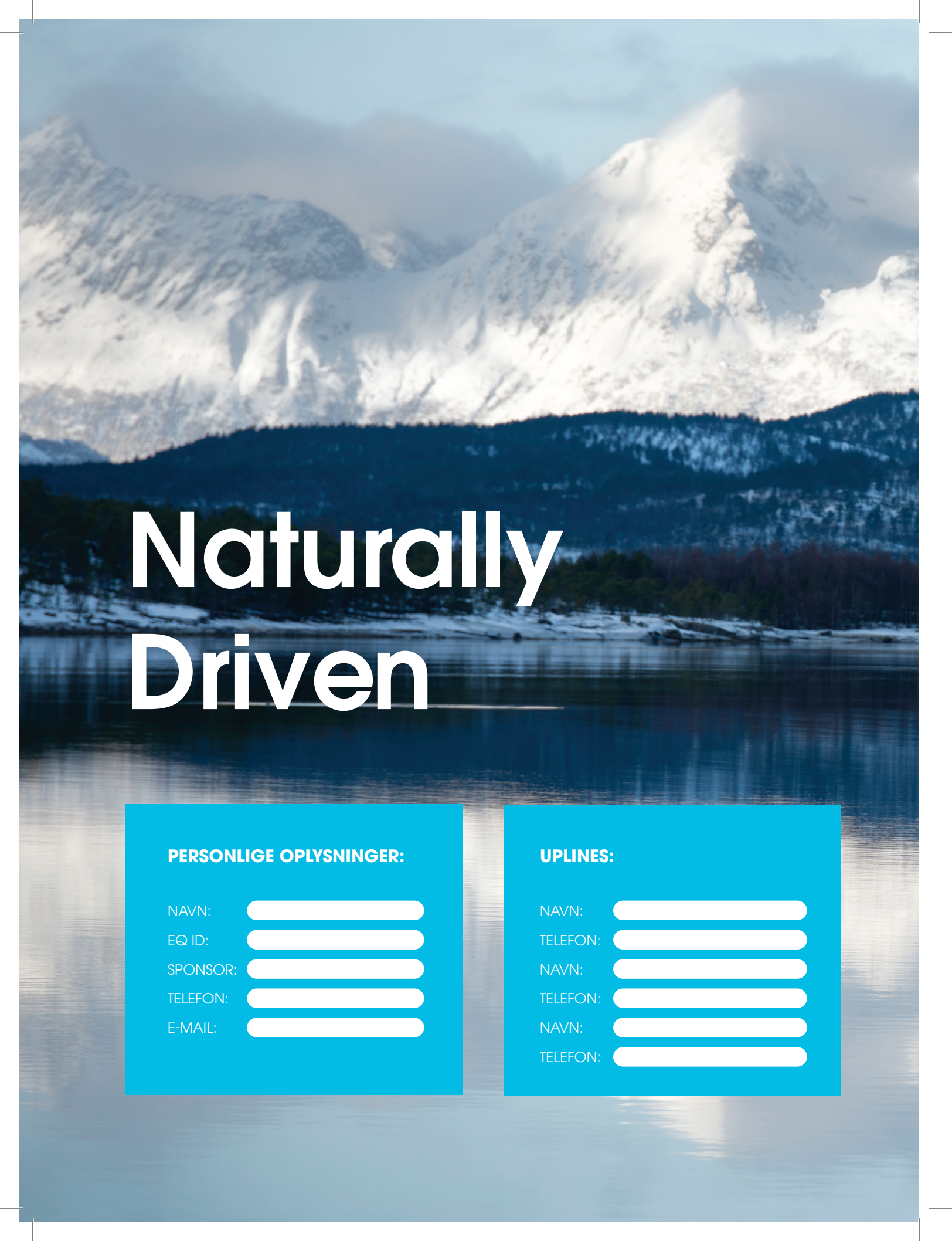


START UP

EQOLOGY™



Naturally Driven

PERSONLIGE OPLYSNINGER:

NAVN:

EQ ID:

SPONSOR:

TELEFON:

E-MAIL:

UPLINES:

NAVN:

TELEFON:

NAVN:

TELEFON:

NAVN:

TELEFON:

VELKOMMEN TIL EQOLOGY™

Navnene Eqology og EQ er taget fra eq (emotional intelligens) og ecology (økologi – læren om forholdet mellem organismer og deres miljø). Alt liv stræber naturligt efter at opfylde sit potentiale. Vi har taget denne kraftfulde idé til os, og kalder den Naturally Driven.

Naturally Driven gennemsyrrer beslutsomheden hos hver eneste Business Partner og medarbejder hos os. Vi har et målrettet fokus på at styrke Eqologys brand, og blive en ledende aktør på helsekostmarkedet i Europa.

Dette opnår vi ved at have fokus på at levere unikke produkter af høj kvalitet, og at du som Business Partner spreder vores budskab, og alt vi har at tilbyde. Naturally Driven genspejler også det enkle faktum, at naturlige ingredienser er en central motor for os som virksomhed. Vi har en tro på, at naturen kan give os sundhed og livskraft, og holde mange almindelige sygdomme på afstand.

Baseret på denne enkle og alligevel stærke idé, har vi udviklet vores identitet. Som et Network Marketing-selskab tilbyder vi vores partnere et stærkt koncept, dokumenterede produkter, og en forretningsplan som belønner dem, som arbejder for sagen. Vi har et stort fokus på kunder, da dette skaber en stabil og forudsigelig indtægt; noget som vi mener er unikt for denne branche. Vi følger trends i markedet, og stræber efter at levere unikke produkter, og skabe det bedste system for vores Business Partnere.

Vores to værdier er vores ledesnor: Målbevidst og ærlig. Det siger noget om hvem vi er, hvem vi ønsker at være, og hvordan vi driver vores virksomhed.

Vi hos Eqology mener at naturen er en kraft i og rundt om os, som holder os gående, og som inspirerer os til at udrette store ting.

Der bor noget stort i alle mennesker, og vi tror at Eqology er det perfekte værktøj til at realisere sig selv og sit potentiale.

Velkommen i teamet!

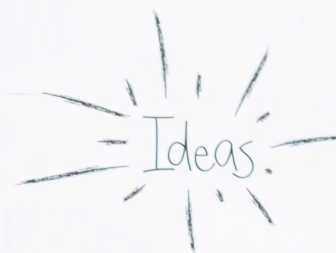
EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
by Eqology

Finance

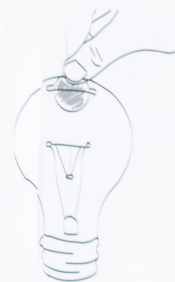


Innovation



OPSTART

DINE FØRSTE UGER I FORRETNINGEN



"You know who
to talk to – we know
what to do"

DETTE HÆFTE ER SKREVET, MED FØLGENDE FACTS FOR ØJE:

- Succes med Eqology er ikke tilfældigt
- Det er et velafprøvet og forudsigeligt mønster af aktiviteter, som fører til succes

I dette hæfte deltager du i en række aktiviteter. Ved at følge trinnene kan du hurtigt komme til at tjene penge. Væsentligt hurtigere end ved en traditionel forretningsmodel.

For dem som vælger at tage trinnene til toppen, vil den personlige og økonomiske belønning være fantastisk. Det er vigtigt med en god start på forretningen. Følger du dette enkle system, og bruger 7-10 timer om ugen, er du allerede godt på vej.

Vores system er bygget op således, at hvis du arbejder deltid med Eqology, kan du blive «Director» indenfor 60 dage, have oparbejdet en fin ekstra indtægt, og være på vej mod nye mål.

SÅDAN KOMMER DU I GANG

I Eqology arbejder vi efter
en enkelt fremgangsmåde – steps:

1. 3 For Free
2. 3 Business Partnere
– Skab dit første team
3. Hjælp dit team med at nå step 1 og 2

Systemet til at gennemføre step 1-3:

1. NAVNELISTE
2. PRIORITERE
3. AFTALE MØDER
4. PRÆSENTERE 2:1 (PRODUKTER OG BUSINESS)
5. OPFØLGNING
6. OPSTART

1 NAVNELISTE

& MEMORY JOGGER

Når man overvejer Eqology, er der mange som spørger sig selv: «Kender jeg nok mennesker, som vil være interesseret?» Kender du mange, vil du få stor succes, hvis ikke vil du få mindre succes. Det lyder jo logisk, men det er langt fra sandheden.

De fleste har en liste i hovedet på 3-4 personer, som de er sikre på vil begynde, hvis de bliver præsenteret for denne mulighed.

Hele deres fremtidige karriere, er baseret på responsen fra disse personer. Hvis man er heldig, får man nogle af disse personer med sig, og får på denne måde udvidet sin forretning i nogle måneder.

Hvis du undrer dig over, hvorfor nogen ikke lykkes og stopper igen, er det pga. denne «tilfældige» tilgang til forret-

nin-gen. De som virkelig får succes, og bygger store organisationer, er de som forstår at et godt stykke grundarbejde er nødvendigt (navnelisten), og at det at kontakte nye personer og arbejde med sin navneliste, er nogle af de vigtigste færdigheder i denne branche.

Derfor er det første du skal gøre, når du har registreret dig som Business Partner, at lave en UKRITISK navneliste. Navnelisten er et af dine vigtigste værktøjer for at lykkes. Hvis du kender nogle, som er negative,

så skal de på listen. Din bedste veninde og ven skal på listen. Kender du nogen som har sagt, at «de aldrig vil involvere sig i Network Marketing», så skal de også på din liste. Alle du kender skal være på din liste.

Når du starter denne proces med navnelisten, vil flere navne dukke op, som du ikke før har tænkt på.

En kontakt får dig til at tænke på vedkommendes omgangskreds, og der er stor chance for at du også kender personer i dette netværk. Dette vil give dig endnu flere navne på listen.

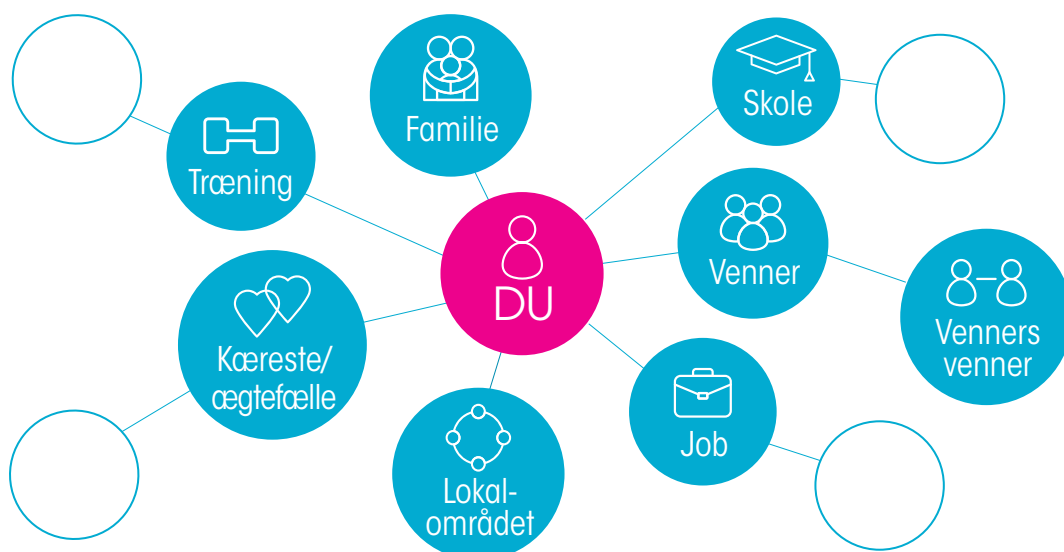
Tænk på nogle i din familie, hvem kender de? Hvad med alle dine venner, hvem kender de? Tænk på øvrige relationer i dit liv, hvem kender de? Få dem alle med på navnelisten. Du skal ikke tænke over hvad du skal bruge listen til, bare fortsæt med at udbygge den.

Hvis du gør dette rigtigt, vil du have hundredvis af mennesker, du potentielt kan kontakte.

Listen er dynamisk, og du bør hele tiden føje nye personer til, som du møder på din vej.



MEMORY JOGGER



For at du får den bedst mulige start, har vi lavet en lille «memory jogger», som kan give dig lidt hjælp med din første liste over venner, forretningskontakter og familie.

DIN FAMILIE:

Forældre
Svigerforældre
Bedsteforældre
Børn
Søskende
Tanter & onkler
Nieces & Nevøer
Kusiner & fætre

LISTER DU

ALLEREDE HAR:

Adressebog
E-mailadresser
Mobil kontaktiliste
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

DINE VENNER

OG DEM DU OMGÅS MED REGELMÆSSIGT:

Venner
Venners venner
Naboer
Kollegaer
Fritidsinteresser og
hobber
Træning, golf, tennis,
vinklub m.m.

Personlig træner
Frisør
Forsikringssælger
Bilsælger
Læge
Skrædder
Dyrlæge
Massør
Indretningsarkitekt
Chef
Tidligere chef
Tidligere kollegaer

HVEM HAR SOLGT MIG:

Bil
Briller
Båd
Computer
Dæk
Hus / lejlighed
Mobiltelefon
Møbler
Opvaskemaskine
Støvsuger
Tablet
TV/Stereo
Tørretumbler
Ur
Visitkort

HVEM KENDER JEG SOM:

Søger en ekstra indtægt
Er ambitiøs
Er entusiastisk
Er en entreprenør
Er underholdende at være sammen med
Er målrettet
Er godt organiseret
Er positiv
Er god til at arbejde i team
Er en vindertype
Er god til at tale foran en forsamling
Er interesseret i sundhed
Er utilfreds med sit job
Har erfaring med network marketing
Har karakter og integritet
Smiler meget
Er blevet fyret
Elsker udfordringer
Kan lide at lære nyt

Ønsker mere tid med familien
Vil starte for sig selv
Har brug for en ny bil
Arbejder for meget
Har nat- og weekendarbejde
Læser bøger om personlig udvikling

JEG KENDER NOGEN SOM ER:

Advokat
Aktiehandler
Akupunktør
Apoteker
Arkitekt
Arkæolog
Art Director
Bager
Bankrådgiver
Bartender
Billetkonduktør
Bilsælger
Biolog
Biopat
Blikkenslager
Blomsterdekoratør
Boghandler
Botaniker
Brandmand
Buschauffør
Butiksassistent
Bådebygger
Chauffør
Coach
Danser
Designer
Diplomat
Dirigent
Diætist
Dommer
Dykker
Ejendomsrådgiver
Elektriker
Elevatormontør
Ergoterapeut
Filosof

Fiskehandler
Fisker
Fodboldspiller
Forfatter
Forsker
Fotograf
Frisør
Gartner
Geolog
Guldmed
Hjemmehjælper
Homøopat
Hoteldirektør
Hovmester
Hudplejer
Ingeniør
IT-konsulent
Jordemor
Journalist
Jurist
Kaptajn
Kiropraktor
Kirurg
Kok
Konditor
Konsulent
Kosmetolog
Kunstner
Lektor
Livredder
Lydtekniker
Læge
Lærer
Maler
Marketingekspert
Massør
Mekaniker
Model
Murer
Negleteknikker
Optiker
Osteopat
Personlig træner
Piccolo
Pilot
Politibetjent
Politiker
Præst
Psykolog
Redaktør
Regnskabsfører

Rejseleder
Revisor
Rørlægger
Sanger
Sekretær
Selvstændig
Skomager
Skorstensfejer
Skuespiller
Smed
Stewardesse
Studerende
Sygeplejerske
Sølvmed
Tandlæge
Taxichauffør
Tømrer
Urmager
Vagt
Webdesigner
Zoneterapeut
Økonom

HVEM KENDER DU I ANDRE LANDE?

Belgien
Danmark
Det Forenede Kongerige
Estland
Finland
Frankrig
Holland
Island
Italien
Letland
Litauen
Nordirland
Norge
Polen
Rumænien
Schweiz
Slovakiet
Sverige
Tjekkiet
Tyskland
Østrig
Ungarn

NAVNELISTE

NAVNELISTE

NAVNELISTE

NAVNELISTE

NAVNELISTE

NAVNELISTE

[illegible]

2 PRIORITERE

Når du har skrevet navnelisten, skal du prioritere potentielle kunder og potentielle Business Partnere.

KUNDELISTE

Når du er helt ny Eqology Business Partner, anbefaler vi at starte med venner, familie og andre som du kender, som kan have en naturlig interesse for produkterne. Hvem kender du som bruger kosttilskud i forvejen, som træner, eller som er på udkig efter en livsstilsændring?

Dette er personer, som sandsynligvis ønsker at handle i din butik. Dette kalder vi en «kundeliste». Dine første 5-10 kunder findes ofte blandt disse.

BUSINESS PARTNER-LISTE

Når du skal prioritere potentielle Business Partnere, kan du med fordel bruge «SUPER». Det er fem gode egenskaber, som du kan se efter på din navneliste. Har en person på listen 3/5 (eller flere) af disse egenskaber, så skal de på listen over mulige Business Partnere.

Succesfuld
Udadvendt
Positiv
Entreprenør
Ry og rygte

KUNDER

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

EQOLOGY BUSINESS PARTNERE

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

3
FOR
FREE



*Du betaler selv fragt på DKR 35/59 for dit gratis produkt. Læs mere på www.eqology.com

FÅ DIT PRODUKT GRATIS*



KØB DIT PRODUKT

Få 3 kunder til at gøre det samme



KUNDE 1

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



KUNDE 2

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



KUNDE 3

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

*Når 3 af dine kunder køber et produkt, får du det samme produkt gratis i den følgende kalendermåned.

SKAB DIN FØRSTE KUNDEBASE

Sideløbende med at udvikle nye Eqology Business Partnere, er det vigtigt at bygge en kundebase.

Det er gennem kunder at du får en langsigtet, gentagende indtægt. I Eqology har vi det unikke 3 FOR FREE koncept, som gør at hvis du har tre kunder på Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake eller Pure Arctic Oil For Kids, får du dit produkt gratis i den efterfølgende måned og så længe, der er tre kunder, som handler pågældende produkt.

Derfor er 3 kunder det minimum af aktivitet som vi forventer, af en ny Eqology Business Partner. Forestil dig at du har 50

Eqology Business Partnere, der hver har 10 kunder. I så fald vil du blive betalt for en portefølje på 500 kunder.

Det er vigtigt at du lærer fordelene, ved at bruge Eqologys hovedprodukter at kende. Dette kan du læse om på vores netside og i kundemagasinet. Hav også altid et kundemagasin let tilgængeligt, når du taler med en potentiel ny kunde. Hvis du samtidig lader kunden smage på Pure Arctic Oil og evt. Shake, har du i mange tilfælde en ny kunde.



SÅDAN GØR DU

1. Inviter dem du har på din kundeliste, til et produktpræsentation/helseaften i grupper af 3-8 personer.
2. Tag produkterne med, og besøg dem du har på din kundeliste.

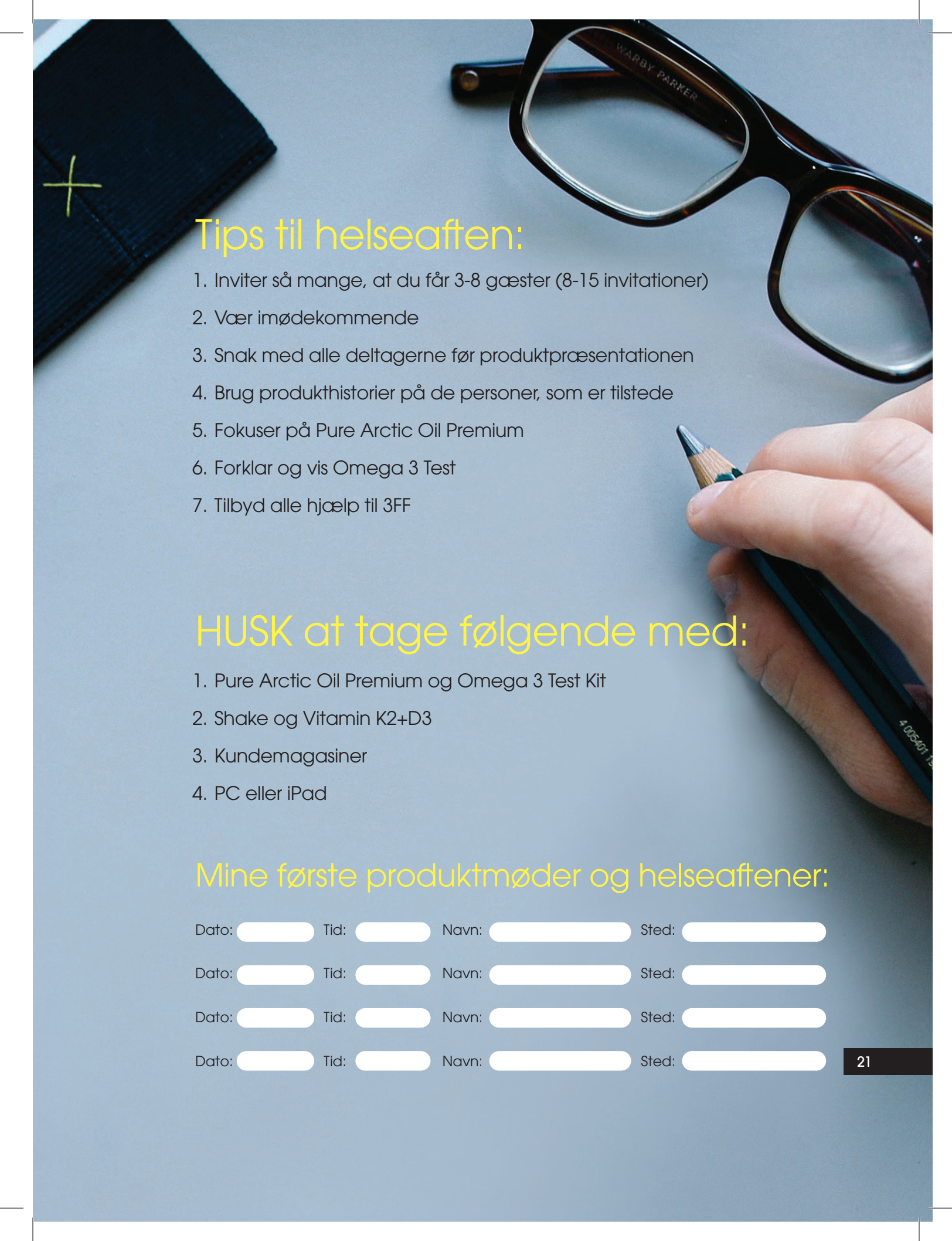
TIPS: Vi anbefaler at du tager din sponsor eller upline med på mødet, så længe du har behov for det.

Før du inviterer til en produktpræsentation/helseaften, er det vigtigt at du har læst kundemagasinet og smagt på Pure Arctic Oil og Essential. For at få 3FF (3 For Free), skal du regne med at tale med minimum 5-10 personer. Start med dine nærmeste på din kundeliste.

Under punktet «aftale møder», kan du finde nogle forslag til gode måder at kontakte dine potentielle kunder på, og læse hvordan du inviterer hjem til produktpræsentation eller helseaften.



» *Det er gennem kunderne, du får en langsigtet gentagende indtægt.*

A pair of black Warby Parker glasses is positioned in the upper right corner. A hand is holding a pencil in the lower right corner. In the upper left corner, there is a small yellow plus sign on a dark blue textured surface.

Tips til helseaften:

1. Inviter så mange, at du får 3-8 gæster (8-15 invitationer)
2. Vær imødekommende
3. Snak med alle deltagerne før produktpræsentationen
4. Brug produkthistorier på de personer, som er tilstede
5. Fokuser på Pure Arctic Oil Premium
6. Forklar og vis Omega 3 Test
7. Tilbyd alle hjælp til 3FF

HUSK at tage følgende med:

1. Pure Arctic Oil Premium og Omega 3 Test Kit
2. Shake og Vitamin K2+D3
3. Kundemagasiner
4. PC eller iPad

Mine første produktmøder og helseaftener:

Dato: Tid: Navn: Sted:

Dato: Tid: Navn: Sted:

Dato: Tid: Navn: Sted:

Dato: Tid: Navn: Sted:

3 AFTALE MØDER

Når du skal aftale de første møder, er det vigtigt at du følger vores enkle råd.

I de første telefonsamtaler, kan det være fristende at fortælle om Eqology, produkterne og mulighederne. Både for din, og dine kontakters skyld, er det vigtigt at de får det bedste førstehåndsindtryk af Eqology.

Det får de, hvis de bliver præsenteret for produkterne og forretningen professionelt. De møder din sponsor, kan stille spørgsmål og smage på produkterne.

Derfor skal du forklare mindst muligt, og lade din sponsor gøre arbejdet på mødet.

EKSEMPEL PÅ START PÅ EN TELFONSAMTALE:

1. Åbning:

«Hej, det er _____ som ringer.»

2. Tid & sted:

«Hvordan ser din plan ud for ugen? Kan vi træffes onsdag eller torsdag?»

Følg eksempler på invitation for kunder/helseaften & potentielle Business Partnere efter dette. Derfor skal du forklare mindst muligt, og lade din sponsor gøre arbejdet på mødet.

5 STEPS

SUCCEFULDE INVITATIONER:

1.

Åbning.

Eksempel: Hej, det ersom ringer.

2.

Aftal tid og sted.

Hvordan ser dine planer ud for næste uge?
Kan vi mødes onsdag eller torsdag?

3.

Grunden til at du ønsker et møde med dem.

Grunden til at jeg gerne vil mødes med dig er,
(se forskellige eksempler på de næste sider).

4.

Fortæl at du har din sponsor/partner/kollega
med til at besvare potentielle spørgsmål.

5.

Bekræft mødet.

Så ses vi på onsdag kl. 19.00 hjemme hos dig/på café x.

TIPS TIL AT AFTALE MØDER.

- Forbered dig på det du vil sige
- Du skal have god energi
- Ring til så mange som muligt på kortest tid
- Begræns tiden i telefonen. Hyggesnakken tager du en anden dag
- Hold fokus på hvorfor du ringer (det er mødet du vil have)
- Vær personlig
- Bekræft det aftalte tidspunkt
- Afslut
- At aftale et møde bør ikke tage mere end et par minutter



EKSEMPEL PÅ TELEFONSAMTALE TIL HELSESAFTENER/ KUNDER

HELSEAFTEN:

- Jeg ringer for at invitere dig til en spændende helseaften. Du vil få en masse information om helse, og hvordan du kan forebygge med omega 3, vitaminer og mineraler. Man kan smage de forskellige produkter, og få testet sit omega 3-indhold i blodet. Der er begrænsede pladser, men jeg vil give dig muligheden for at være med, da jeg ved at du går meget op i din sundhed. Det er uformelt, hyggeligt og helt uforpligtende.
- Jeg ringer til dig fordi jeg ved at du er interesseret i sundhed/træning/vægttab/at få mere energi. Jeg er begyndt at arbejde med nogle spændende helseprodukter, som jeg tror du vil finde interessante og relevante for dig. Kunne du tænke dig at samle nogle venner/veninder/kollegaer til en helseaften, hvor vi kan snakke om blandt andet omega 3, vitaminer og mineraler? Jeg tager smagsprøver med, og alle kan få testet sit niveau af omega 3 i blodet. Det er uformelt, hyggeligt og helt uforpligtende.

KUNDEMØDE:

- Jeg er begyndt at bruge nogle produkter, som jeg tror du vil kunne lide. Er det OK med dig, at jeg kommer forbi, og viser dig et produktmagasin og tager nogle smagsprøver med?
- Jeg mindes at du har klaget lidt over dit helbred. Jeg er gået i gang med en sundere livsstil, og tager nogle gode produkter, som hjælper mig. Det er ikke sikkert det er noget for dig, men jeg synes du skal høre lidt om det. Er det i orden jeg kommer forbi med lidt smagsprøver og lidt information?
- Jeg ved at du går meget op i din sundhed. Jeg er i gang med at starte en forretning/nyt projekt op, og jeg har brug for nogle personer som jeg stoler på, og som kan lytte til en produktpræsentation. Måske det kunne være interessant for dig, og så kan du give mig noget konstruktiv feedback? Er det ok jeg kommer forbi dig, og viser hvad jeg har gang i, og tager nogle smagsprøver med?

EKSEMPEL PÅ TELEFONSAMTALE MED POTENTIELLE **BUSINESS PARTNERE**

- Jeg har tænkt på dig her på det seneste. Jeg er ved at starte en forretning op, og har lyst til at vise dig mit nye koncept. Jeg er sikker på du vil synes det er spændende, og måske det kunne være noget for dig, eller nogen du kender.
- Jeg kender dig som en energisk/udadvendt/arbejdsom person. Nu er jeg gået i gang med en spændende forretning/projekt, hvor jeg hjælper folk med at forbedre deres livsstil. Det er ikke sikkert det er noget for dig, men jeg synes du skal tage et kig på det.
- Jeg har tænkt på dig her på det seneste, fordi jeg netop har startet en forretning/projekt op, og jeg har virkelig lyst til at mødes med dig, så du kan se hvad det er. Jeg er helt sikker på at du vil synes det er spændende.
- Kort fortalt, så er jeg gået i gang med en forretning sammen med en ven, og vi har brug for nogle flere folk på holdet, og derfor tænkte jeg på dig. Vi har fået muligheden for at være med til at lancere et nyt produkt på markedet. Det har et enormt potentiale, og derfor vil jeg gerne at du er en af de første til at få muligheden for at være med.



De 4 farvetyper

Når vi er i kontakt med mennesker,
er det vigtigt at være opmærksom på,
at alle bliver motiverede på forskellige måder.

Vi kan kategorisere dette i fire forskellige adfærdstyper. Lærer du at læse hvem du taler med, vil du få bedre resultater, fordi du forstår at kommunikere på deres sprog, og du kan lettere motivere dem. Disse adfærdstyper beskriver hvordan vi optræder socialt, og

hvordan vi kommunikerer med andre. Den farve du er, fortæller hvad der motiverer dig. De fleste "er" mere end en enkelt farve, men i afgørende situationer, ender man gerne op som en karikatur af sin foretrukne farve.

Ved at være bevist om disse adfærdstyper, kan vi kommunikere på forskellige måder, for at ramme den potentielle partners eller kundes personlighed og væremåde.

Her er nogle stikord som passer til de forskellige farver:

BLÅ

- Impulsiv
- Kan lide alt som er sjovt, fester og oplevelser
- Elsker at møde nye mennesker
- Elsker variation
- Har en svaghed for komplimenter
- Fantastiske historiefortællere

Alle de nye mennesker som du kommer til at møde. Du kommer på scenen, du møder udfordringer, arbejder i team, og jobbet er berigende på alle måder.

Network marketing er aldrig rutine, det sker noget hele tiden. (I det hele taget fungerer det meste for at motivere en blå!) Tænk hvor sjovt vi kommer til at have det.

Hvem kender jeg som er blå?

GUL

- Kan lide at hjælpe andre
- Sætter andres behov først
- Støtter og opmuntrer andre
- Bryder sig ikke om at være i rampelyset
- Bryder sig ikke om at træffe beslutninger eller tage lederrollen

Giv dem ikke for mange alternativer. Tænk hvor mange som har brug for produkterne/indtægten og som du kan hjælpe. Du kan arbejde i dit eget tempo. Vi to kan gøre dette sammen. Du behøver ikke gå på scenen. Det vigtigste inden for Network Marketing, er relationerne og at støtte hinanden.

Hvem kender jeg som er gul?

RØD

- Handlings- og resultat- orienteret
- Selvmotiverende og godt organiseret
- Stærk drivkraft for at lykkes
- Leder og planlægger
- Kan lide at tage ansvar

Lønpotentialer uden øvre grænse. Du får mulighed for at sætte mål, og lede andre til at nå disse mål. Folk som sætter klare mål, og som er disciplineret har størst chance for at lykkes i denne branche. Her får du anledning til at se det store billede.

Hvem kender jeg som er rød?

GRØN

- Forsker/analytiker
- Metodisk og detaljeorienteret
- Vurderer nøje og længe før de tager beslutninger
- Kan ikke lide variation og forandringer
- Kan lide fakta

Norsk selskab, eksisteret siden 1998, solidt. Videnskabelig dokumentation for produkterne. Bygge op, sten for sten, for at skabe en tryk og forudsigelig ekstra indtægt.

Hvem kender jeg som er grøn?

4

PRÆSENTERE

Præsenter en First Look for din potentielle Eqology Business Partner ved et 2:1 møde.

Din opgave er at invitere til mødet, introducere din sponsor eller upline, som skal præsentere Eqology på dine vegne, samt fortælle den du har inviteret til mødet, hvorfor du har valgt at arbejde med Eqology, og hvorfor du har lyst til at arbejde sammen med dem.

Du skal lytte og lære af din sponsor, og det er vigtigt du kommer med positive indspark under præsentationen. Tag noter, og lad sponsoren gøre dit job, indtil du føler dig så tryk, at du er i stand til at gøre det selv. En god gennemgang varer i 20-30 minutter.

Husk at tage kundemagasiner, PC eller iPad med. Også omega 3-test og smagsprøver på produkterne. Alt dette gør det nemmere at få et positivt resultat.

Second look – andet møde

Ikke alle træffer en beslutning på første møde. Derfor er det vigtigt at affale et opfølgende møde, som bør afholdes indenfor 48 timer efter First look, med en potentiel Business Partner. Opfølgingsmødet affales hen imod slutningen af det første møde.

På et second look får den potentielle partner besvaret spørgsmål, så man evt. kan gå videre i processen. Vores opgave er, at give mest mulig information, så den potentielle Business Partner kan tage en kvalificeret beslutning. De fleste bestemmer sig efter dette møde.

TIPS til Second look

- Spørg hvad der motiverer personen
- Besvar spørgsmål som er vigtige for personen
- Har de forstået MAX CAB og Director60?
- Har de testet produkterne?
- Undersøg hvor de er på en skala fra 1-10
- Er der noget de mangler svar på for at kunne begynde?





*Har du
nogensinde
leget hviske-
legen?*

KOPIERING

Hvis du har, har du sikkert oplevet at den første besked ikke er den samme som den afsluttende, når den har gået igennem en række personer. Dette kan være en morsom leg til en børnefødselsdag, men sker det i organisationer, kan det være katastrofalt.

Kopiering er nøglen til succes, sørg for at alle Business Partnere følger det samme system, som f.eks. ved at benytte Start Up manualen hver gang de får en ny partner.

Det er altid fristende at prøve noget nyt, for at sætte gang i forretningen, men det er sjældent smart.

Systemet i Start Up, er testet over tid, og nemt at lære videre til andre. Gør alle dine aktiviteter enkle, så alle tænker «dette kan jeg også gøre». Kopiering er nøglen til at bygge en gentagende indtægt over tid.

Det er vigtigt at du ikke påtager dig roller, som kan svække dupliceringen og udviklingen i dit team. Nedenfor finder du nogle eksempler på dette.

Superman

Du foretager alle præsentationer i dit netværk, og har svar på alle spørgsmål. Du bliver en slags «guru» i dit eget team. Der sker sjældent noget uden at du har en finger med i spillet. Teamet er afhængig af dig, og tør ikke foretage sig noget på egen hånd. Alle tænker «jeg kan aldrig blive lige så god» og derfor skaber du et team, som er 100% afhængig af dig. Du bliver din egen værste fjende.

Den smarte

Denne person tror de har fundet en bedre måde at gøre forretning på, end deres sponsor og uplines lærer dem. De står på messer og lign. og forsøger at hverve kunder der, eller poster produktopslag på sociale medier og spammer derved deres potentielle kunder og partnere. Eqology fungerer fordi du som partner, giver dine kontakter en personlig præsentation.

At være kreativ kan virke smart, men er umulig at kopiere. Derfor opnår denne type sjældent en gentagen, passiv indtægt. I denne branche er det de enkelte ting der fungerer: FØLG SYSTEMET!

Martyren

Du vil have at alle SKAL lykkes, så du bruger en masse tid på at få folk over målstregen. Det meste af din tid bruges på at prøve at forandre mennesker, som ikke vil forandre sig og prøver at overbevise dem om at de bør arbejde med Eqology. Du håber og tror på mennesker baseret på deres potentiale og handlinger.

Du glemmer at bruge din tid på dem som gerne vil, og til sidst bliver det vanskeligt at opretholde din egen motivation. Brug din tid på dem som vil noget, og som gennem handlinger viser at de mener det seriøst.

Produktprofessoren

Nogen bliver så gode til at præsentere produktet, ned til mindste detalje, at de bliver fanget i professorrollen. Du får en del

kunder, fordi du mestrer at overbevise folk omkring dig, med al den viden du har om produkterne.

Viden og kompetence om produktet er godt, når folk har spørgsmål. Men den bedste måde at få kunder, er at fortælle de gode historier om produktet, og fordelene ved at bruge dem. Dette gør folk engagerede og de bliver nemmere interesseret i at prøve produkterne. «Facts tell - stories sell».

Hollywood stjernen

Hollywood stjernen starter altid potentielle Business Partnere og kunder op med det samme. Efter dette går man hurtigt i «management mode», og tror at dem man har fået med sig i teamet også kører forretningen videre. Du ringer og ringer til alle i gruppen, og spørger hvor mange møder de har, og hvor mange personer de skal have med til events m.m.

Alle i din organisation gør det samme som dig: ingenting. Du kan være statistisk heldig at de første partnere man starter op, er meget seriøse, men de kan ligeså godt være det modsatte. For hver ny partner du starter op, øges chancerne for at du har fundet en, som virkelig vil bygge en stor forretning sammen med dig!

Lykkejægeren

Nogen ser denne mulighed for «at blive rig i en fart»-koncept. Man tænker på 3-4 personer, som man tænker er perfekte til at arbejde med Eqology, og satser alt på at de starter op. Man skriver ikke lister og arbejder ikke systematisk og er derfor prisgivet når man får de første 3-4 personer med sig. Noget som sjældent sker.

Det kan se let ud på papiret, med 3 kunder og 3 Business Partnere og at de gør det samme. Dette er desværre langt fra sandheden.

Gå ikke i fælden og bliv en lykkejæger. Arbejd målrettet, følg systemet, og gør lidt hver dag.

**Husk at alle gør
det du gør og ikke
det du siger.**

5 Opfølgning

«Et par gange om året arrangeres større events, hvor du får muligheden for at lære af de bedste i Eqology. Ingenting kan måles med deltagelsen i et event.»

Når du har fulgt step 1-4, vil du hurtigt få et lille team med kunder og Business Partnere.

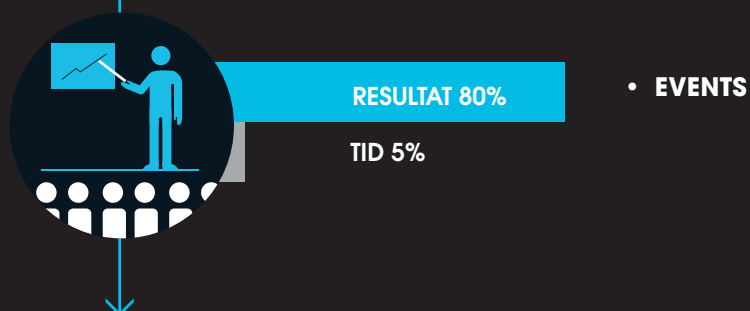
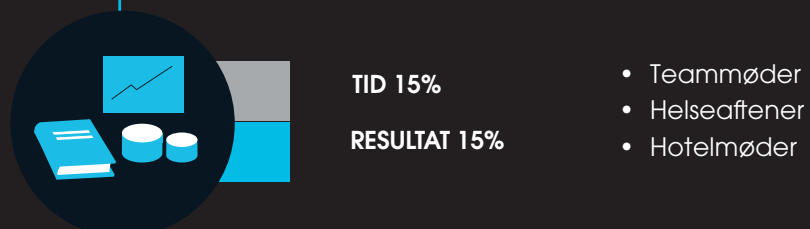
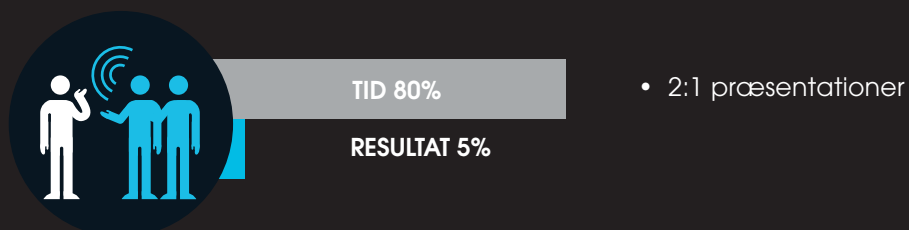
For at du rigtig kan begynde at stige i graderne, er det vigtigt at vi arbejder tæt sammen med de nye, så de også kommer lige så hurtigt i gang med deres forretning.

I begyndelsen vil det være så enkelt som at hjælpe dem med de første steps, lave lister, skaffe kunder og b. affale præsentationer. 80% af din tid skal bruges på dette, for at skabe et godt team.

Efter noget tid har dit team brug for noget kompetence, og det er vigtigt at alle tager del i hele systemet, som består af teammøder, hotelmøder, boot camps og events/konferencer.

Et par gange om året arrangeres større events, hvor du får muligheden for at lære af de bedste i Eqology. Ingenting kan måles med deltagelsen på et event.

Her får du den viden og motivation du har brug for, for at arbejde professionelt med Eqology.



6 OPSTARTS- MØDE

DINE FØRSTE MØDER

	NAVN	STED	TID
1.			
2.			
3.			

MÅL

Det er vigtigt at du har nogle kortsigtede (90 dage) og langsigtede mål for hvilken titel du gerne vil opnå i Eqology. Drøft sammen med din

sponsor/upline og find ud af om det er realistisk ud fra antallet af timer du vil bruge på hver uge.

TITEL/MÅL:

90 dage:

1 år:

3 år:

5 år:

For at opnå dette, vil jeg afsætte timer per uge til Eqology.

30 DAGE

3
FOR
FREE

DIG



DATO:

3 For Free

CAB 900 DKK*

FSQ & TEAM LEADER

2.000 QV

DIG



DATO:

FSQ Bonus 1.000 DKK

RA Bonus 1.000 DKK

60 DAGE

DIRECTOR

4.000 QV

DIG



DATO:

Director 60 Bonus 2.500 DKK

RA Bonus 2.500 DKK

Mentor Bonus: 3.600 DKK*

12 MNDR. 10X

Få dit første Business Kit købt refunderet af EQOLOGY.

Hvad du skal gøre er at beholde 10 direkte kunder for 10 måneder på et Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil Premium abonnement, for at opnå 100 Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil abonnementskøb inden for 12 måneder fra den dag, du købte dit Business Kit! Derudover skal du tilmelde 5 Business Partnere med ethvert Business Kit eller højere!

DIG

12 måneder



x5



x100

DATO:

*Læs mere i Eqology Compensation Plan.

» Tjeklisten vil
hjælpe dig med
at organisere
din Eqology
business

TJEKLISTE

- ☐ Bestil Pure Arctic Oil Premium
- ☐ Taget Omega 3-test
- ☐ Set videoene tv.eqology.com
- ☐ Læst START UP
- ☐ Skrevet navneliste på minimum 100 navne
- ☐ Holdt et opstartsmøde sammen med sponsor (indenfor 48 timer)
- ☐ Prioriteret 15 potentielle kunder og 15 potentielle Eqology Business Partnere
- ☐ Aftalt 10 kundemøder og/eller helseaffener
- ☐ Aftalt 10 First Look med potentielle Eqology Business Partnere
- ☐ 3 For Free med Pure Arctic Oil Premium
- ☐ Sponseret 3 Eqology Business Partnere
- ☐ Dato næste hotelmøde
- ☐ Dato næste teammøde
- ☐ Købt billet til næste conference/event

DESIGN YOUR OWN FUTURE

Start Up er skrevet for at give dig den bedste mulighed for at lykkes med Eqology. Informationen du har fået her, er et resultat af tusindvis af timer, præsentationer og personlige erfaringer fra de, som har fået succes i Eqology.

Det eneste du behøver at gøre, er at følge systemet, være aktiv og have tålmodighed, så er det bare et spørgsmål om tid og indsats, før du ser afkastet af dit arbejde.

Vi anbefaler at du holder dig opdateret på vores hjemmeside, på diverse Facebook teamsider, og vigtigst af alt: Deltag i alle de Eqology-aktiviteter du kan!

Som med de fleste ting i livet, kommer din succes med Eqology ikke af sig selv. Du må være villig til at lære og arbejde målrettet med de rigtige aktiviteter over tid, for at komme til de øverste niveauer.

Vi ser frem til et spændende, lærerigt og givende samarbejde.

*Lad os sammen gøre
Eqology til DIN succes.*

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 forested shoreline. The sky is filled with soft, grey clouds, and the overall color palette is cool, dominated by blues, greys, and whites, with the boat's orange providing a subtle contrast.

It's
in our
nature

EQOLOGY

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

It's in our nature