

START UP

EQOLOGY™

Naturalny Entuzjazm

INFORMACJE OSOBISTE

IMIĘ I NAZWISKO

NUMER EQ

SPONSOR

TELEFON

E-MAIL

INFORMACJE O SPONSORZE

IMIĘ I NAZWISKO

TELEFON

IMIĘ I NAZWISKO

TELEFON

IMIĘ I NAZWISKO

TELEFON

WITAMY W EQOLOGY™

Inspiracją do stworzenia nazwy naszej firmy – Eqology – a także marki – EQ – były inteligencja emocjonalna oraz ekologia. Wszystkie istoty żywe w naturalny sposób dążą do rozwijania swojego potencjału. Wyrazem tej idei jest nasze motto: **Naturalny Entuzjazm.**

Naturalny Entuzjazm to hasło, które odzwierciedla nasz model współpracy – zarówno w odniesieniu do naszych pracowników, jak i Partnerów Biznesowych: przyświeca nam idea umocnienia naszej marki, a ponadto pragniemy stać się wiodącym graczem na rynku witaminowych, mineralnych, odżywczych i ziołowych suplementów diety (VHMS) w Europie.

Aby zrealizować te cele, nieustannie rozwijamy ofertę unikalnych produktów najwyższej jakości oraz wspieramy naszych Partnerów Biznesowych w ich wysiłkach wkładanych w promowanie naszych suplementów diety. Naturalny Entuzjazm znajduje odzwierciedlenie także w prowadzonych przez nas badaniach naukowych i dążeniach do tego, by wszystkie nasze produkty bazowały na naturalnych składnikach. Wierzymy, że natura jest źródłem zdrowia

i vitalności, a życie z nią w zgodzie oddala ryzyko wielu groźnych chorób. Jesteśmy przekonani, że natura to siła wokół nas, która stanowi napęd i inspirację dla naprawdę wielkich rzeczy. Ta prosta, a jednocześnie niezmiernie potężna idea, stanowi podstawę naszej tożsamości. Jako firma działająca w obszarze network marketingu, oferujemy naszym Partnerom Biznesowym dobry koncept, sprawdzone produkty i model biznesowy nagradzający wysiłek włożony w wykonaną pracę. Eqology to firma skupiająca się na relacjach z klientami, co wpływa na jakość naszych produktów, jak również na szansę, jaką dostają nasi Partnerzy Biznesowi, budując stabilny i przewidywalny dochód. To unikalne podejście w naszej branży.

Dwie najważniejsze dla nas wartości, a zarazem nasze podstawowe zasady, to celowość i uczciwość. Odzwierciedlają one to, kim jesteśmy, kim chcemy pozostać, jak prowadzimy nasz biznes, co potrafimy zdyktować nasze produkty i jak nazywa się nasza firma.

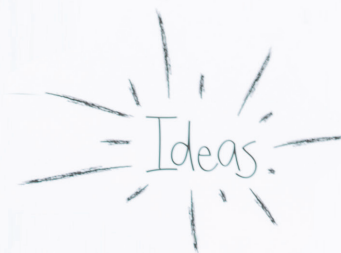
Każdy ma w sobie wielki potencjał i wierzymy, że między innymi dzięki naszym narzędziom odniesiesz sukces jako Partner Biznesowy Eqology.

Witamy w zespole!

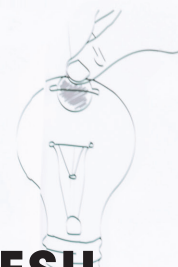
Finance



Innovation



START UP



PIERWSZE TYGODNIE TWOJEGO BIZNESU

"Ty wiesz z kim rozmawiać – my wiemy co robić"



W TEJ BROSZURZE PORUSZAMY NASTĘPUJĄCE TEMATY:

- Odnoszenie sukcesów jako Partner Biznesowy nie jest dziełem przypadku.
- Sukces zależy od zachowania sprawdzonych i przewidywalnych wzorców działania.

Za sprawą lektury broszury, którą właśnie trzymasz w rękach, będziesz uczestniczyć w rozmaitych działaniach. Postępując krok po kroku według naszych wskazówek, możesz osiągać zyski znacznie szybciej niż w tradycyjnym modelu biznesowym. Na tych z was, którzy nasze zalecenia wypełnią szczególnie skrupulatnie,

czeka wyjątkowa osobista i finansowa nagroda. Bardzo ważne jest, by dobrze zacząć prowadzenie własnego biznesu. Postępuj zgodnie z naszymi zaleceniami i poświęć 7 – 10 godzin tygodniowo na działalność jako Partner Biznesowy, a będziesz na dobrej drodze, by osiągnąć sukces.

Nasz system opiera się na koncepcji, według której Partner Biznesowy w niepełnym wymiarze czasu pracy może osiągnąć rangę Director w ciągu 60 dni i w ten sposób zyskać spory dodatkowy dochód, a jednocześnie otworzyć sobie drogę do realizacji kolejnych celów.

onalism

ational

Inno

Productio

Internet

JAK ROZPOCZĄĆ BIZNES

W Eqology stosujemy prosty system 3 kroków, który pomoże rozpocząć działalność i osiągnąć sukces:

1. 3 For Free
2. 3 Partnerów Biznesowych
– Stwórz swój pierwszy zespół
3. Pomóż swoim Partnerom Biznesowym osiągnąć cel 1 i 2

Najlepszy sposób, by osiągnąć 3 powyższe cele

1. STWÓRZ LISTĘ NAZWISK
2. USTAL PRIORYTETY
3. UMÓW SPOTKANIA
4. ZRÓB PREZENTACJĘ 2:1 (PRODUKTY I BIZNES)
5. POWIELAJ
6. ROZPOCZNIJ

LISTA NAZWISK

I PROSTY SPOSÓB JEJ TWORZENIA

Potencjalny Partner Biznesowy często zadaje sobie pytanie: „Czy znam wystarczającą liczbę osób, które byłyby zainteresowane produktami Eqology?”. Następnie zakłada, że te osoby, które mają naturalne predyspozycje do poszerzania kręgu swoich znajomych, łatwo osiągają sukces, a te, które otaczają się wąskim gronem przyjaciół i znajomych, mają mniejsze szanse na powodzenie. Z logicznego punktu widzenia takie rozumowanie wydaje się poprawne, ale z naszego doświadczenia wiemy, że jest dalekie od prawdy.

Podobnie jest w przypadku, gdy Partner Biznesowy rozpoczyna swoją działalność od sporządzenia krótkiej listy zawierającej 3 – 4 nazwiska osób (zazwyczaj najbliższych przyjaciół), które mogą być potencjalnie zainteresowane zarówno możliwością zakupu produktów Eqology, jak i dołączeniem do zespołu.

Cały sukces nowego przedsięwzięcia zależy wówczas wyłącznie od tego, czy ta grupa ludzi zareaguje pozytywnie na ofertę nowego Partnera Biznesowego. Jeśli będzie miał on szczęście, pozytywna odpowiedź części tych osób może procentować przez pierwszych kilka miesięcy nowego przedsięwzięcia. Jeżeli jednak taka strategia zawiedzie, co jest bardziej prawdopodobne, negatywna reakcja zmniejszy pewność siebie, entuzjazm i motywację do takiego poziomu, że szansa na sukces zostanie zaprzepaszczona.

Od czego więc zależy to, że część Partnerów Biznesowych poddaje się, podczas gdy inni odnoszą sukcesy? Gwarantem sukcesu oraz

podstawą budowania dużej sieci organizacyjnej jest solidna praca przygotowawcza, w tym stworzenie wyczerpującej listy nazwisk. Umiejętność tworzenia listy (networking) obejmującej potencjalnych klientów stanowi podstawę w tej branży. Dlatego też, gdy tylko zdecydujesz się zaryzykować i zarejestrujesz się jako Partner Biznesowy, twoim pierwszym priorytetem powinno być stworzenie wspomnianej listy bez ograniczeń wynikających z uprzedzeń: oznacza to, że trzeba pozbyć się subiektywnych przekonań o tym, kto byłby zainteresowany produktami Eqology i zamiast tego należy skupić się na stworzeniu obiektywnej, wyczerpującej, kompletnej i uporządkowanej listy kontaktów.

Rozwijanie osobistej sieci kontaktów jest jednym z najważniejszych narzędzi do odnoszenia sukcesów jako Partner Biznesowy. Przed utworzeniem listy lepiej przeprowadzić burzę mózgu, zamiast filtrować nazwiska znajomych pod kątem ewentualnego zainteresowania: nie ograniczaj rozmiarów swojej sieci kontaktów pozwalając obecnym

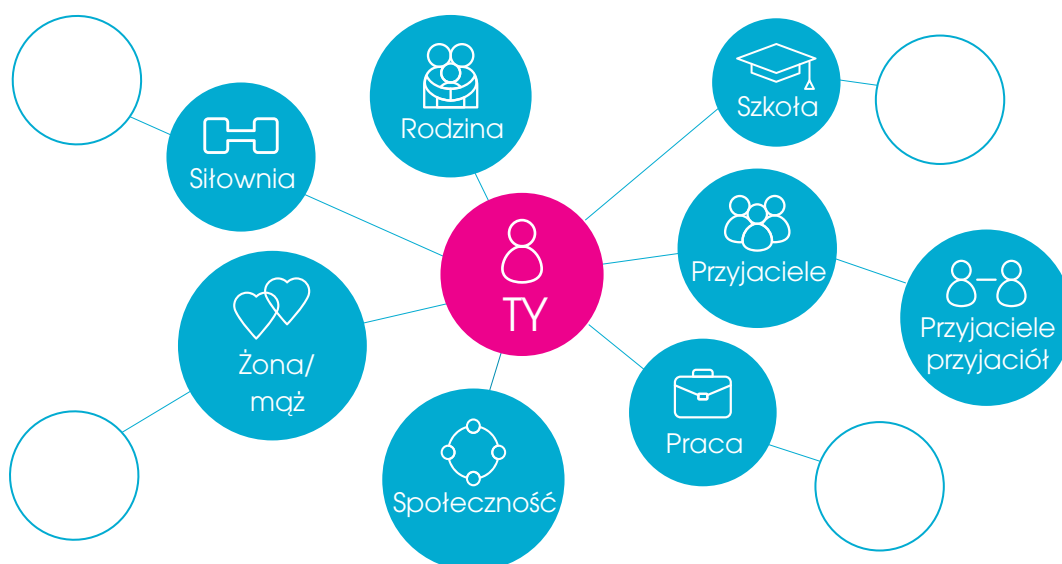
przekonaniom, by przeszkadzały w spontanicznym stworzeniu listy. Gdy tylko podejdziesz do tego zadania w sposób obiektywny, może pojawić się kilka nazwisk, na które wcześniej nie zwróciłeś uwagi, chociażby nazwisko starego znajomego czy przyjaciela twojego przyjaciela. Dobrym pomysłem na rozpoczęcie tworzenia listy jest analizowanie konkretnych grup osób i zapisywanie ich w formie kręgów, na przykład: najbliższa rodzina, dalsza rodzina, koledzy z pracy, dawni znajomi, przyjaciele (z siłowni, hobby/kręgi towarzyskie, kontakty z Facebooka/Twittera), przyjaciele przyjaciół, przyjaciele członków rodziny itd.

Niektóre osoby z wymienionych kręgów znajomych mogą mieć rozbudowaną sieć kontaktów. Czy są oni tego świadomi? Porozmawiaj z nimi i rozbuduj swoją listę nazwisk. Nie zastanawiaj się nad tym, co zrobić z listą i czy umieszczone na niej osoby będą lub nie będą zainteresowane twoimi wysiłkami wkładanymi w tworzenie uporządkowanej listy. Jeśli dobrze się do tego przyłożysz, zamiast skromnego, subiektywnego zestawienia 3 – 4 nazwisk, stworzysz obiektywną bazę z setkami potencjalnych osób, z którymi możesz się skontaktować.

Każda osoba może stać się częścią twojej sieci kontaktów i tym samym pomóc ci dalej rozbudowywać listę, może także stać się przyszłym klientem Eqology, albo twoim przyszłym Partnerem Biznesowym.

Pamiętaj, że lista powinna być dynamiczna: stale dodawaj do niej nowe kontakty i nowopoznane osoby.

MEMORY JOGGER



Aby ułatwić ci stworzenie listy kontaktów, zebraliśmy wszystkie nasze pomysły w postaci mnemotechniki o nazwie Memory Jogger. Dzięki temu łatwiej będzie ci rozpocząć porządkowanie zestawienia z uwzględnieniem nazwisk członków rodziny, przyjaciół i kontaktów biznesowych.

TWOJA RODZINA:

Mama i tata
Teściowa i teść
Dziadkowie
Dzieci
Siostry i bracia
Przyrodnie
rodzeństwo
Przybrani rodzice
Przybrane
rodzeństwo
Ciocie i wujkowie
Siostrzenice/

bratanice
i siostrzeńcy/
bratankowie
Kuzynostwo i dalsze
relacje (np. dalsze
kuzynostwo)

BIEŻĄCA LISTA KONTAKTÓW:

Książka adresowa
Lista kontaktów
w telefonie
Adresy e-mail

Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

OSOBY, Z KTÓRYMI KONTAKTUJESZ SIĘ REGULARNIE:

Przyjaciele
Znajomi
Przyjaciele
przyjaciół
Sąsiedzi

Czas wolny,
hobby, rozrywka
i aktywności
(ćwiczenia, siłownia,
golf, tenis, klub itp.)
Trener osobisty
Fryzjer
Relacje zawodowe
Dalsi znajomi
Kontakty biznesowe
Przełożony
Szefostwo

KTO SPRZEDAŁ MI:

Łódź
Firmę
Samochód
Opony samochodowe
Zmywarkę/pralkę
Kartę rybacką
Meble
Okulary
Dom/mieszkanie
Biżuterię
Sprzęt gospodarstwa domowego
Komputer/tablet/aparat
Telefon komórkowy
Telewizor/HiFi
Odkurzacz

ZNAM LUDZI, KTÓRZY SĄ:

Ambitni
Dobrze usposobieni
Dobrze zorganizowani
Dużo osiągnęli
Entuzjastyczni
Nastawieni na pracę grupową
Niezawodni
Poukładani
Pozytywnie nastawieni
Prowadzą zdrowy styl życia
Przedsiębiorczy
Przyjacielscy
Skoncentrowani
Szukają dodatkowego dochodu
Weseli
Wrażliwi
Zorientowani na cel

ZNAM LUDZI, KTÓRZY:

Chcą więcej czasu spędzać z rodziną
Ciężko pracują
Czytają książki o rozwoju osobistym
Lubią się uczyć
Lubią wyzwania

Nie lubią swojej obecnej pracy
Potrzebują nowego samochodu
Pracują w network marketingu
Pracują w nocy/w weekendy
Pracują w stałych godzinach (np. 9:00 – 15:00, pon. – pt.)
Są ludźmi o prawym charakterze
Są samodzielni

ZNAM KOGOŚ, KTO JEST:

Agentem ubezpieczeniowym
Aktorem
Akupunkturzystą
Ankietерem
Archeologiem
Architektem
Architektem krajo-brazu
Architektem wnętrz
Artystą
Asystentem
Barmanem
Bibliotekarzem lub księgarzem
Biologiem
Botanikiem
Chirurgiem
Cukiernikiem
Czyścicielem szyb
Dekarzem
Dekoratorem
Dentystą
Dermatologiem
Dietetykiem
Docentem
Doradcą IT
Dyplomatą
Dyrektorem artystycznym
Dyrektorem
Dyrektorem hotelu
Dziennikarzem
Ekonomistą
Elektrykiem
Fachowcem
Farmaceutą

Filozofem
Fotografem
Geologiem
Higienistką
Homeopatą
Hydraulikiem
Inżynierem
Jubilerem
Kamieniarzem
Kapitanem
Kelnerem
Kierowcą
Kierowcą autobusu
Konduktorem
Konsultantem
Kontrolerem lotniczym
Kosmologiem
Kosmetyczką
Kowalem
Krawcem
Kręgarzem
Księdzem/Pastorem
Księgowym
Kucharzem
Kwiaciarzem
Lekarzem
Listonoszem
Lokajem
Malarzem
Maklerem
Marketingowcem
Masażystą
Mechanikiem
Modelką
Nauczycielem
Naukowcem
Nurkiem
Ochroniarzem
Ogrodnikiem
Optykiem
Piekarzem
Pielęgniarką
Piłkarzem
Piosenkarzem
Pisarzem
Policjantem
Politykiem
Położną
Pomocą domową
Portierem
Posiadaczem domu
Prawnikiem
Programistą

Projektantem
Przedsiębiorcą
Przewodnikiem wycieczek
Psychologiem
Radcą prawnym
Redaktorem
Rehabilitantem
Rolnikiem
Rybakiem
Sekretarką
Serwisantem wind
Sędzią
Sprzątaczką
Sprzedawcą
Sprzedawcą samochodów
Stolarzem
Studentem
Strażakiem
Strażnikiem
Szewcem
Szkutniczym
Taksówkarzem
Tancerzem
Technikiem dźwięku
Terapeutą
Zegarmistrzem

W KTÓRYCH PAŃSTWACH MASZ ZNAJOMYCH?

Austria
Belgia
Czechy
Dania
Estonia
Finlandia
Francja
Holandia
Irlandia Północna
Islandia
Litwa
Łotwa
Niemcy
Norwegia
Polska
Rumunia
Słowacja
Szwajcaria
Szwecja
Węgry
Wielka Brytania
Włochy

LISTA NAZWISK

LISTA NAZWISK

LISTA NAZWISK

LISTA NAZWISK

[illegible]

LISTA NAZWISK

LISTA NAZWISK

[illegible]

2 PRIORYTETY

Przyjrzyj się swojej liście nazwisk i podziel ją na dwie kategorie: potencjalni klienci zainteresowani kupnem produktów Eqology oraz potencjalni współpracownicy, z którymi zbudujesz swój pierwszy zespół (lista potencjalnych Partnerów Biznesowych). Następnie uszereguj obie listy według kryterium pierwszeństwa. Partnerzy Biznesowi Eqology, którzy osiągają największe sukcesy, potrafią nadać priorytet najbardziej obiecującym kontaktom.

LISTA KLIENTÓW

Zalecamy nowym Partnerom Biznesowym Eqology, aby rozpoczęli swoją działalność od przedstawienia oferty przyjaciołom, rodzinie i innym osobom z listy kontaktów, które w naturalny sposób mogą być zainteresowane (I) stosowaniem suplementów diety lub (II) profilaktyką, troską o dobry stan zdrowia i utrzymaniem organizmu w dobrej kondycji (np. interesują się zdrową dietą, fizycznym i umysłowym zdrowiem, lubią chodzić na siłowni, prowadzą aktywny tryb życia lub pragną zmiany w swoim życiu). Jeśli poprawnie wykonałeś pierwszy krok (przygotowałeś listę nazwisk), a później prawidłowo wyznaczyłeś swoje priorytety, takie właśnie osoby powinny

znaleźć się na początku twojej listy potencjalnych klientów. 5 – 10 twoich pierwszych klientów znajduje się wśród tych nazwisk – są to osoby, które najprawdopodobniej zrobią zakupy w sklepie Eqology.

PARTNER BIZNESOWY

Czy znasz kogoś, kto jest ambitny, towarzyski, sympatyczny, mądry, pozytywnie nastawiony, kto posiada zadatki na lidera i jest otwarty na nowe wyzwania?

Takie właśnie osoby powinny znajdować się na początku twojej listy potencjalnych Partnerów Biznesowych.

KLIENCI

Imię i nazwisko	Miasto	Telefon
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

PARTNERZY BIZNESOWI EQOLOGY

Imię i nazwisko	Miasto	Telefon
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		

**3
FOR
FREE**



*Płacisz jedynie 11,90 zł w ramach kosztów wysyłki za swój DARMOWY produkt. Dowiedz się więcej o promocji na eqology.com

ODBIERZ SWÓJ DARMOWY* PRODUKT



KUP BUSINESS KIT*

Zarejestruj 3 klientów



KLIENT 1

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



KLIENT 2

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



KLIENT 3

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

ZBUDUJ SWOJĄ PIERWSZĄ BAZĘ KLIENTÓW

Poza rozwijaniem współpracy z nowymi Partnerami Biznesowymi Eqology, niezwykle ważne jest zbudowanie solidnej bazy klientów.

Pamiętaj, niektóre osoby z twojej listy potencjalnych klientów są lub mogą stać się także potencjalnymi Partnerami Biznesowymi. Jednakże ważne jest, by nieustannie rozbudowywać bazę klientów, ponieważ to dzięki nim możliwe jest generowanie długoterminowego dochodu. Poświęć nieco czasu na porządkowanie listy nazwisk, by mieć solidną bazę zarówno potencjalnych Partnerów Biznesowych, jak i klientów (a tym samym zrównoważyć swoje możliwości).

Eqology oferuje unikalny system 3 FOR FREE, dzięki któremu rejestrując 3 klientów zamawiających Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, Vitamin K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake lub Pure Arctic Oil For Kids, możesz otrzymać swój DARMOWY* produkt w następnym miesiącu. Dlatego też wymagamy zarejestrowania 3 nowych klientów w ramach minimalnej aktywności nowego Partnera Biznesowego.

Przypuśćmy, że pozyskałeś 50 Partnerów Biznesowych, z których każdy zarejestrował 10 klientów. Wówczas będziesz otrzymywać wynagrodzenie wygenerowane przez bazę klientów liczącą 500 osób. Jeśli każdy z 50 Partnerów Biznesowych rejestruje jedynie 2 klientów, będziesz otrzymywać prowizję zredukowaną aż o 80%. Dlatego bardzo ważne jest, abyś zapoznał się z rozlicznymi korzyściami płynącymi ze stosowania produktów Eqology. Jeśli będziesz je codziennie stosował, a nie tylko opowiadał o nich, dużo skuteczniej zachęcisz potencjalnych klientów do ich kupna.

Niezwykle cennym narzędziem promującym produkty Eqology jest nasz Magazyn. Zawsze miej go przy sobie i chętnie sięgaj po niego podczas rozmowy z potencjalnym klientem. Dzięki Magazynowi Eqology klient będzie miał lepsze rozeznanie w naszej ofercie. 8 na 10 klientów reaguje pozytywnie na Magazyn Eqology – to doskonałe narzędzie do powiększania bazy klientów!



JAK ROZPOCZĄĆ TWORZENIE BAZY KLIENTÓW?

1. Zaproś potencjalnych klientów z początku twojej listy nazwisk na spotkanie lub wieczór poświęcony produktom Eqology w gronie 3 – 8 osób.
2. Odwiedź potencjalnych klientów i poleć nasze produkty.

RADA: Twój Sponsor lub upline może towarzyszyć ci podczas pierwszych kilku spotkań – do momentu, aż zyskasz pewność siebie potrzebną do przeprowadzenia takiego spotkania samodzielnie.

Przed spotkaniem lub wieczorem poświęconym produktom Eqology przeczytaj koniecznie Magazyn i wypróbuj Pure Arctic Oil Premium. Z naszego doświadczenia wiemy, że aby pozyskać trzech klientów do promocji 3FF, najlepiej jest zaprosić na spotkanie około 5 osób. Rozpocznij od zaproszenia osób znajdujących się na szczycie twojej listy nazwisk.

W kolejnym rozdziale (UMÓW SPOTKANIA), poznasz kilka skutecznych sposobów na to, jak zachęcić i zaprosić potencjalnych klientów na spotkanie lub wieczór poświęcony produktom Eqology.



➤ *To dzięki klientom możesz zbudować długoterminowy dochód.*



Jak zorganizować spotkanie/ wieczór produktów Eqology?

1. Zaproś odpowiednio większą liczbę osób, aby na spotkaniu pojawiło się od 3 do 8 gości (potrzeba od 8 do 15 zaproszeń)
2. Bądź uważny
3. Porozmawiaj z każdym z uczestników przed rozpoczęciem prezentacji produktów Eqology
4. Skorzystaj z opowieści na temat produktów Eqology
5. Skup się na Pure Arctic Oil Premium
6. Przedstaw produkty, które wypróbowałeś
7. Zapewnij swoim klientom niezbędną pomoc w podjęciu decyzji na temat zakupu produktów, by zrealizować swój pierwszy cel i zakwalifikować się do 3FF

Pamiętaj, by zabrać na prezentację:

1. Pure Arctic Oil Premium oraz Omega-3 Test
2. Magazyny Eqology
3. Laptop lub tablet

Moje pierwsze spotkanie/wieczór produktów Eqology

Data: Godzina: Nazwisko: Miejsce:

Data: Godzina: Nazwisko: Miejsce:

Data: Godzina: Nazwisko: Miejsce:

Data: Godzina: Nazwisko: Miejsce:

3 UMÓW SPOTKANIA

Dobrym sposobem na zorganizowanie pierwszego spotkania/wieczoru produktów Eqology jest postępowanie zgodnie z opracowanym przez nas prostym, wypróbowanym schematem.

Początkowo, gdy dzwonisz do potencjalnych klientów, możesz czuć pokusę, by opowiedzieć im wszystko na temat Eqology, oferowanych produktów i możliwości jakie niesie ze sobą zostanie Partnerem Biznesowym. Jednakże, ze względu zarówno na osoby z twojej listy nazwisk, jak i na ciebie, najważniejsze jest zadbanie o jak najlepsze pierwsze wrażenie o firmie Eqology.

Dlatego też unikaj przedwczesnego omawiania zalet produktów i zamiast tego poczekaj do spotkania/wieczoru poświęconego produktom Eqology, pozwalając swojemu sponsorowi na wykonanie pracy, ucz się na jego przykładzie i korzystaj z jego pomocy.

PRZYKŁAD ROZMOWY TELEFONICZNEJ ZAPRASZAJĄCEJ GOŚCI:

1. Początek:

"Hej, z tej strony _____."

2. Umówienie czasu i miejsca spotkania:

"Jakie masz plany na ten tydzień? Możemy się spotkać w środę lub czwartek?"

Podany przykład ma na celu wyjaśnienie, jak powinno wyglądać zaproszenie na spotkanie/wieczór produktów Eqology. Unikaj przedwczesnego omawiania zalet produktów i możliwości biznesowych, jakie daje współpraca z Eqology. Zamiast tego pozwól swojemu sponsorowi na wykonanie pracy podczas spotkania.

5 WSKAZÓWEK

ZAPRASZAJ SKUTECZNIE:

1.

Początek.

Przykład: „Hej, z tej strony *twoje imię*”.

2.

Umówienie czasu i miejsca spotkania.

„Jakie masz plany na ten tydzień? Możemy się spotkać w środę lub czwartek?”.

3.

Powód, dla którego chcesz się spotkać.

„Powodem, dla którego chcę się z tobą spotkać jest (zobacz przykłady podane na następnych stronach)”.

4.

Powiedz, że odpowiesz na pojawiające się pytania wraz ze swoim sponsorem/przyjacielem/kolegą.

5.

Potwierdź spotkanie.

„Widzimy się w środę o 19:00 w (adres)”.

PORADY, JAK UMÓWIĆ SPOTKANIE:

- Przygotuj to, co chcesz powiedzieć: w myśl zasady, że odpowiedni plan jest warunkiem skutecznego działania.
- Entuzjazm: musisz działać w odpowiednim tempie.
- Przepracuj swoją listę nazwisk: zadzwoń do jak największej liczby ludzi w jak najkrótszym czasie.
- Skup się na tym, po co dzwonisz: celem jest spotkanie, które chcesz zorganizować.
- Bądź przyjacielski: bądź profesjonalistą.
- Potwierdź uzgodniony termin.
- Bądź zwięzły podczas rozmowy telefonicznej.
- Zakończ rozmowę.



PRZYKŁADY ROZMÓW TELEFONICZNYCH ZAPRASZAJĄCYCH KLIENTÓW NA SPOTKANIE/WIECZÓR PRODUKTÓW EQOLOGY

SPOTKANIE / WIECZÓR POŚWIĘCONY PRODUKTOM EQOLOGY:

» Dzwonię, żeby zaprosić cię na ekscytujące spotkanie/wieczór poświęcony produktom Eqology. Na spotkaniu dowiesz się więcej na temat korzyści płynących z ich stosowania. Będziesz mieć okazję do wypróbowania produktów, łącznie z możliwością wykonania testu mierzącego poziom kwasów tłuszczowych omega-3 we krwi. Ilość miejsc jest ograniczona, ale chcę cię zaprosić, ponieważ wiem, jak bardzo interesujesz się suplementami diety/zdrowym stylem życia/profilaktyką zdrowotną/poprawą kondycji. Spotkanie jest nieformalne, w gronie przyjaciół i całkowicie niezobowiązujące.

» Dzwonię do ciebie, ponieważ wiem, że interesujesz się zdrowiem/fitnessem/suplementami diety/dobłą kondycją/profilaktyką zdrowotną. Rozpocząłem pracę związaną z niesamowitymi produktami prozdrowotnymi i myślę, że mogą ci się spodobać. Możesz zabrać kilku znajomych/przyjaciół/kolegów/koleżanki na spotkanie/wieczór produktów Eqology, na którym porozmawiamy o omega-3, o witaminach i minerałach? Dostarczę próbki produktów dla każdego, jeśli będziecie zainteresowani, w tym test poziomu omega-3 we krwi. To nieformalne spotkanie w gronie przyjaciół, niezobowiązujące do zakupów.

SPOTKANIE Z KLIENTAMI:

» Zacząłem stosować kilka nowych produktów i myślę, że tobie też się spodobać. Pasuje ci, żebyśmy się spotkali – wezmę Magazyny Eqology i kilka próbek?

» Pamiętam, że trochę narzekałeś ostatnio na swoje zdrowie. Zacząłem ostatnio prowadzić zdrowszy styl życia i stosuję kilka niesamowitych suplementów diety, które mi pomogły. Oczywiście nie ma gwarancji, że tobie też pomogą, ale chciałbym, żebyś o nich wiedział. Czy chciałbyś, żebym podrzucił ci kilka próbek i zapoznał z tymi produktami?

» Wiem, że przywiązujesz dużą wagę do swojego zdrowia. Zacząłem ostatnio nowe przedsięwzięcie biznesowe i szukam kilku osób, które zechciałyby wysłuchać prezentacji na temat kilku produktów. Może byłbyś zainteresowany i jednocześnie udzieliłbyś mi informacji zwrotnej na temat tego przedsięwzięcia? Czy mógłbym wpaść i pokazać, czym się zajmuję, a ty otrzymałbyś kilka próbek produktów?

PRZYKŁADY ROZMÓW TELEFONICZNYCH Z POTENCJALNYMI **PARTNERAMI BIZNESOWYMI**

- » Ostatnio rozpocząłem nowe przedsięwzięcie biznesowe związane z rynkiem suplementów diety/lub suplementów witaminowych, mineralnych, ziołowych i odżywczych. Pomyślałem o tobie i chciałbym przedstawić ci swoją koncepcję. Myślę, że uznasz ją za ekscytującą i być może jest to dobry pomysł na zyskanie dodatkowego źródła dochodu dla ciebie lub kogoś, kogo znasz.
- » Wiem, że jesteś osobą energiczną/towarzyską/potrafiś ciężko pracować. Ostatnio rozpocząłem ekscytujące przedsięwzięcie biznesowe związane z rynkiem suplementów diety/lub suplementów witaminowych, mineralnych, ziołowych i odżywczych: produktów poprawiających jakość życia. Myślę, że powinieneś się temu lepiej przyjrzeć i – chociaż jest to zupełnie niezobowiązujące, możesz być tym zainteresowany.
- » Rozpaczynam nowy biznes z moim kolegą i szukamy utalentowanych ludzi do naszego zespołu, dlatego pomyślałem o tobie. Mamy potencjał do wprowadzenia nowego produktu na rynek. Produkt ten jest niezwykle obiecujący. Dlatego zastanawiam się, czy nie chciałbyś dołączyć do nas.

4 TYPY CHARAKTERU

Kiedy nawiązujemy kontakt z ludźmi,
trzeba mieć na uwadze, że każdego
z nas motywuje coś innego.

Możemy podzielić ludzi na 4 różne style zachowania. Ucząc się rozpoznawania cech charakteru ludzi poznawanych podczas współpracy z Egoology, możesz w znacznym stopniu poprawić swoje wyniki, ponieważ nawiążesz z nimi lepsze relacje i będziesz w stanie odpowiedzieć na ich indywidualne potrzeby. Wspomniane cechy charakteru opisują różne style zachowań społecznych,

a także to, w jaki sposób komunikujemy się z innymi. Odnoszą się do tego kim jesteśmy i co nas motywuje. Większość osób posiada wszystkie z wymienionych cech, jednak w różnym nasileniu, niemniej jednak w pewnych sytuacjach każdy ma tendencję do zachowywania się w sposób charakterystyczny.

Będąc świadomym poniższych stylów zachowań, jesteśmy w stanie lepiej komunikować się z potencjalnymi klientami i Partnerami Biznesowymi, rozmawiając z nimi w odpowiedni sposób.

Poniżej znajdziesz kilka kluczowych słów odpowiadających każdemu z czterech typów charakteru, uwzględniających styl komunikacji danej osoby:

NIEBIESKI

- Impulsywny
- Lubi wszystko, co związane z zabawą, przyjęciami, podróżowaniem
- Lubi poznawać nowych ludzi
- Lubi różnorodność
- Ma słabość do komplementów
- Jest wspaniałym gawędziarzem

Jeśli znasz kogoś takiego, wówczas styl komunikacji powinien przyjąć następującą formę: Możliwość poznawania nowych ludzi. Przebywanie w centrum zainteresowania, mierzenie się z nowymi wyzwaniami, praca zespołowa, liczne profity z pracy. W network marketingu nie ma rutyny, cały czas coś się dzieje. Można naprawdę wspaniale się bawić! **Kogo znam, kto jest niebieski?**

ŻÓŁTY

- Lubi pomagać innym
- Nie stawia swych potrzeb na pierwszym miejscu
- Wspiera i zachęca innych
- Nie lubi znajdować się w centrum uwagi
- Nie lubi wybierać i przyjmować odpowiedzialność

Jeśli znasz kogoś takiego, wówczas styl komunikacji powinien przyjąć następującą formę: Nie trzeba podejmować dużej liczby decyzji. Trzeba skupić się na tym, jak wiele osób potrzebuje takiego produktu/dochodu – i którym można pomóc. Można pracować w swoim tempie. Możemy tego dokonać razem. Nie trzeba być w centrum uwagi. Najważniejszą sprawą w network marketingu są relacje i wzajemne wsparcie. **Kogo znam, kto jest żółty?**

CZERWONY

- Zorientowany na działanie/wyniki
- Zmotywowany i dobrze zorganizowany
- Silnie nastawiony na sukces
- Kompetencje zarządcze i zdolność planowania
- Chętnie przyjmuje odpowiedzialność

Jeśli znasz kogoś takiego, wówczas styl komunikacji powinien przyjąć następującą formę: Nielimitowany potencjał zarobkowy. Możliwość ustanawiania celów i prowadzenia innych osób do ich osiągnięcia. Osoby, które potrafią ustanawiać klarowne cele i są zdyscyplinowane, mają największe szanse na osiągnięcie sukcesu w tej branży. Możliwość spojrzenia na wszystko z „szerokiej perspektywy”. **Kogo znam, kto jest czerwony?**

ZIELONY

- Badacz/Analityk
- Metodyczny i rozważny
- Potrzebuje starannych przemyśleń i czasu na podjęcie decyzji
- Nie lubi zmian, lubi porządek i przewidywalność
- Lubi rzeczowe informacje

Jeśli znasz kogoś takiego, wówczas styl komunikacji powinien przyjąć następującą formę: Norweska firma, istniejąca od 1998 roku, solidna, stabilna i przewidywalna. Solidnie udokumentowane naukowo działanie produktów, skuteczność potwierdzona licznymi badaniami. Można zbudować „krok po kroku” bezpieczny i przewidywalny dodatkowy dochód. **Kogo znam, kto jest zielony?**

4

PREZENTACJA

Zaproś swoich potencjalnych Partnerów Biznesowych na spotkanie 2:1 i przedstaw First Look.

Twoim zadaniem jest zaproszenie potencjalnych Partnerów Biznesowych na spotkanie, przedstawienie twojego sponsora lub innej osoby z upline, która będzie reprezentowała Eqology. Powiedz gościom, dlaczego zostali zaproszeni na spotkanie, dlaczego zdecydowałeś się na współpracę z Eqology i dlaczego chcesz z nimi współpracować. Współdziałanie z twoim sponsorem będzie doskonałą

okazją do nauki. Entuzjazm, pozytywne nastawienie i zaangażowanie podczas prezentacji to bardzo ważne atrybuty skutecznego Partnera Biznesowego Eqology. Rób notatki i pozwól swojemu sponsorowi na wykonanie pracy, nim poczujesz się na tyle pewny siebie, by samodzielnie poprowadzić prezentację. Zapoznanie z firmą Eqology i produktami powinno zająć około 20 – 30 minut.

Pamiętaj, by zabrać z sobą Magazyny Eqology dla klientów, laptop lub tablet, Eqology Omega-6/Omega-3 Ratio Test i próbki produktów. To ułatwi ci osiągnięcie sukcesu i otrzymanie pozytywnej odpowiedzi.

Second Look – spotkanie 2

Nie każdy „łapie bakcyła” na pierwszym spotkaniu. Dlatego tak ważne jest zorganizowanie drugiego spotkania. Aby odniosło najlepszy skutek, powinno być zorganizowane w ciągu 48 godzin po spotkaniu First Look z potencjalnymi Partnerami Biznesowymi. Drugie spotkanie powinno zostać umówione pod koniec spotkania First Look.

Na tej stronie znajdziesz przykładowe zagadnienia, które mogą pojawić się w trakcie spotkania. Naszą misją jest dostarczenie wyczerpujących informacji – tak, by potencjalni Partnerzy Biznesowi mogli podjąć decyzję w oparciu o rzetelną wiedzę. Wiele osób podejmie decyzję po spotkaniu Second Look.

Second Look – PORADY

- Zapytaj, co najbardziej motywuje daną osobę.
- Odpowiedz na wszystkie pytania ważne dla twojego rozmówcy.
- Czy zaproszeni zrozumieli zasady „Director w 60 dni”?
- Czy wypróbowali produkty Eqology?
- Dowiedz się, w jakim stopniu podjęli decyzję w skali od 1 do 10.
- Czego potrzebują, by rozpocząć współpracę?





» *Czy grałeś
kiedykolwiek
w „głuchy
telefon”?*

POWIELANIE

Jeśli grałeś kiedykolwiek w „głuchy telefon”, najprawdopodobniej wiesz, że ostateczna wiadomość rzadko przypomina tę początkową, ponieważ ulega zniekształceniom w trakcie jej przekazywania od jednej osoby do drugiej. Jest to ciekawa zabawa podczas przyjęcia dla dzieci, podobny efekt jest jednak katastrofalny dla organizacji.

Powielanie jest kluczem do sukcesu. Upewnij się, że każdy Partner Biznesowy EgoLogy powiela ten sam system, chociażby stosując instrukcje zawarte w broszurze Start Up. Zawsze istnieje pokusa, by wprowadzić innowacje do schematów postępowania, ale rzadko kiedy jest to słuszny krok. System opisany w Start Up jest wypróbowany i sprawdzony,

a ponadto łatwo się go nauczyć i nauczyć jego stosowania innych. Jeśli będziesz realizował ten schemat systematycznie, swoim działaniem zachęcisz do tego inne osoby, które pomyślą wówczas: „Ja też to potrafię”. Powielanie jest zatem kluczem do budowania długoterminowych dochodów.

To bardzo ważne, abyś nie odgrywał roli, która znacznie może zmniejszyć potencjał twojej organizacji. Poniżej znajdziesz przykłady zachowań, które niszczą potencjał do budowania długoterminowego dochodu.

Superman

Osoby takie przeprowadzają wszystkie prezentacje w swojej sieci i mają odpowiedzi na wszystkie zadawane pytania. W pewien sposób stają się „guru” całego zespołu. Rzadko coś odbywa się bez ich udziału. Zespół całkowicie od nich zależy i rzadko ktokolwiek inny się wychyla. Każdy myśli: „Nigdy nie będę tak dobry”. Rezultat: Zespół jest w 100% zależny od Supermana. Uważaj, by nigdy nie stać się największym wrogiem siebie samego.

Mądrala

Osoba taka wierzy, że znalazła lepszy sposób na prowadzenie biznesu niż jej sponsor i stara się go pouczać. Jest całkowicie rozproszona i próbuje tworzyć skróty, na przykład poprzez sponsorowanie celebrytów, sieci hoteli czy drużyn sportowych. Praca z przyjaciółmi i znajomymi staje się dla Mądrali zbyt nudna: najczęściej kończy pracę po upływie 6 miesięcy, ponieważ proponowany przez niego schemat postępowania jest zbyt skomplikowany i rzadko opiera się na naśladownictwie. Dlatego też nigdy nie udaje mu się zarobić dobrych pieniędzy. W tej branży sprawdza się bowiem prosta zasada: POWIELAJ SCHEMAT.

Męczennik

Męczennik chce, żeby każdy osiągnął sukces i spędza wiele czasu przepychając każdego do przodu. Większość czasu poświęca na próbach zmieniania ludzi, którzy nie chcą się zmienić lub przekonując ich, że powinni współpracować z Eqology. Jego wiara i nadzieja pokładana w ludziach opiera się na jego własnym potencjale do działania. Zapomina, by poświęcać czas na najlepiej rokujących potencjalnych klientów i Partnerów Biznesowych, a przy tym trudno podtrzymać jego motywację. Poświęcaj więc swój czas na te osoby, które wykazują wolę i które swoim działaniem udowadniają, że zależy im na tym biznesie.

Profesor

Niektórym tak dobrze wychodzi prezentowanie produktów w najdrobniejszym szczególe, że przyjmują rolę Profesorów. Zdobywają kilku klientów, ponieważ są przekonujący ze swoją wiedzą na temat produktów. Doświadczenie i wiedza na temat produktów są dobre, jeśli ludzie mają pytania, ale najlepiej mieć jakąś historię do opowiedzenia na temat produktu i korzyści płynących z jego stosowania. To angażuje ludzi i jest łatwe do powielania. „Fakty mówią, historie sprzedają”.

Hollywoodzki Reżyser

Hollywoodzki Reżyser już na starcie rozpoczyna biznes z każdym nowym Partnerem Biznesowym i klientem. Natychmiast wpada w „tryb zarządzania”/”tryb dyktowania” i wierzy, że musi zarządzać każdym znajdującym się poniżej w hierarchii, by praca została wykonana. Dzwoni do wszystkich członków swojego zespołu z pytaniem, jak dużo spotkań zorganizowali itp. Każda osoba w takiej organizacji zaczyna robić dokładnie to samo, co on – czyli nic.

Łowca Fortuny

Łowca Fortuny widzi możliwość szybkiego wzbogacenia się. Myśli o 3 – 4 osobach, które, jak mu się wydaje, idealnie nadają się do pracy w Eqology i dokłada wszelkich wysiłków, by dołączyły do niego. Nie traci czasu na tworzenie listy nazwisk, czy systematyczną pracę. Dlatego też znajduje się na łasce garstki ludzi, którzy również rzadko odnoszą sukces. Na papierze może się wydawać, że łatwo jest pozyskać trzech klientów i trzech Partnerów Biznesowych, rzeczywistość jednak wygląda zupełnie inaczej. Nie wpadaj w pułapkę postawy „łowcy Fortuny”. Systematycznie wykonuj swoje zadania. Powielaj schemat i pracuj choć trochę każdego dnia.



***Pamiętaj, że
wszyscy robią to, co
ty robisz, nie to, co
mówisz.***

5 POWIELAJ

„Kilka razy w roku organizujemy dużo większe wydarzenia, podczas których masz możliwość uczenia się od najlepszych. Korzyści płynące z uczestnictwa w tych wydarzeniach są nieporównywalne z niczym innym!”

Powielając kroki od 1 do 4 możesz z pewnością i spokojem rozpocząć swoje przedsięwzięcie biznesowe jako Partner Biznesowy Eqology. Kroki te zwiększają możliwość osiągnięcia sukcesu wraz z niewielkim zespołem Partnerów Biznesowych posiadających solidną bazę klientów.

Zanim rozpoczniesz zdobywanie kolejnych rang, niezwykle ważną jest współpraca z nowymi Partnerami Biznesowymi, abyś mógł szybko rozwinąć biznes i osiągnąć sukces. Początki są proste, ponieważ pomagamy każdemu wykonać pierwsze kroki: sporządzić listę, pozyskać klientów i zaaranżować spotkania.

80% twojego czasu będzie spożytkowane na stworzenie stabilnej organizacji. Być może twój zespół będzie potrzebował dodatkowej pomocy w rozwijaniu niezbędnych umiejętności, dlatego ważne jest, by wszyscy brali udział w systemie wsparcia, na który składają się spotkania zespołu, wyjazdy i wydarzenia organizowane przez Eqology.

Kilka razy w roku organizujemy dużo większe wydarzenia, podczas których masz możliwość uczenia się od najlepszych. Korzyści płynące z uczestnictwa w tych wydarzeniach są nieporównywalne z niczym innym. Zyskujesz wiedzę i motywację do tego, by profesjonalnie współpracować z Eqology.



CZAS 80%

WYNIKI 5%

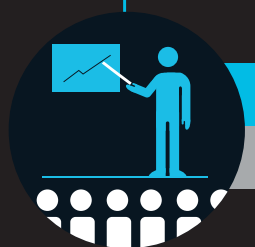
- Prezentacje 2-1



CZAS 15%

WYNIKI 15%

- Edukacja i naśladownictwo
- Trening Partnera Biznesowego
- Spotkania biznesowe
- Prezentacje produktowe
- Academy Training



WYNIKI 80%

CZAS 5%

- Wydarzenia



Nowy, dobrze przygotowany
Partner Biznesowy Eqology

6 SPOTKANIA

TWOJE PIERWSZE SPOTKANIE

	NAZWISKO	MIEJSCE	CZAS
1.			
2.			
3.			

CEL

To ważne, by wybrać krótkoterminowe (np. 90-dniowe) oraz długoterminowe cele, aby określić rangę, którą chcesz osiągnąć w Eqology. Przedyskutuj je ze swoim sponsorem/upline i upewnij

się, że to realistyczne postanowienia w oparciu o liczbę godzin, które poświęcasz tygodniowo na pracę.

TYTUŁ/CEL	
90 dni:	
1 rok:	
3 lata:	
5 lat:	

Aby to osiągnąć, poświęcę godzin tygodniowo na pracę w Eqology.

30 DNI

3
FOR
FREE

TY



DATA:

3 For Free

CAB 60 EUR*

FSQ & TEAM LEADER

2.000 QV

TY



DATA:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR

60 DNI

DIRECTOR

4.000 QV

TY



DATA:

Director 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Mentor Bonus: 288 EUR*

12 MIES. 10X

Otrzymaj od EQOLOGY zwrot pieniędzy za zakup Twojego pierwszego Business Kit. Wszystko co musisz zrobić, to utrzymać przez 10 miesięcy, 10 bezpośrednich klientów z subskrypcjami miesięcznymi lub Pre-Paid Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil, w taki sposób, aby osiągnąć 100 zakupów Pure Arctic Oil / Pure Vegan Oil w ramach subskrypcji lub Pre-Paid w ciągu 12 miesięcy od dnia zakupu Twojego Business Kit. Dodatkowo, musisz zarejestrować 5 nowych Partnerów Biznesowych, którzy zakupią Business Kit lub droższy pakiet biznesowy!

TY

12 miesięcy →



DATA:

*Przeczytaj więcej w Eqology Compensation Planie.

»» Twoja lista zadań
pomocze Ci
uporządkować
Twój biznes.

LISTA ZADAŃ

- ☐ Zamówić Pure Arctic Oil Premium
- ☐ Wykonać Omega-3 Test
- ☐ Obejrzeć video: Pure Arctic Oil Premium i Omega-3 Test
- ☐ Sporządzić listę minimum 100 kontaktów
- ☐ Spotkać się ze sponsorem (w ciągu 48 godzin)
- ☐ Określić priorytety – wybrać 15 potencjalnych klientów i 15 potencjalnych Partnerów Biznesowych
- ☐ Umówić spotkania z 10 klientami i zaaranżować spotkanie/wieczór produktów Eqology
- ☐ Umówić 10 spotkań First Look z potencjalnymi Partnerami Biznesowymi
- ☐ Zakwalifikować się do 3 For Free, polecając Pure Arctic Oil Premium
- ☐ Polecić 3 Partnerów Biznesowych
- ☐ Data następnego wydarzenia Eqology
- ☐ Data następnego spotkania w domu
- ☐ Kupić bilet na następny Kick Off
- ☐ Przeczytać broszurę Start Up

ZAPROJEKTUJ SWOJĄ PRZYSZŁOŚĆ

Start Up to broszura napisana z myślą o tym, byś otrzymał możliwie największą szansę na odniesienie sukcesu jako Partner Biznesowy Eqology. Informacje w niej zawarte powstały w wyniku tysięcy godzin pracy, przeprowadzania prezentacji i osobistych doświadczeń tych Partnerów Biznesowych, którzy osiągnęli największe sukcesy.

Jedyną rzeczą jaką musisz zrobić, jest systematyczne powielanie przepisu na sukces i uzbrojenie się w cierpliwość – wówczas możemy zagwarantować wymierne rezultaty.

Zalecamy regularne odwiedzanie naszej strony internetowej w celu aktualizowania istotnych informacji, zapraszamy na nasze profile na Facebooku, a także – co najważniejsze – zachęcamy do uczestnictwa w rozmaitych wydarzeniach organizowanych przez Eqology.

Jak większość rzeczy w życiu, twoje przedsięwzięcie biznesowe nie może być pozostawione samo sobie. Musisz z chęcią się uczyć i pracować systematycznie, ustanawiając priorytety swoich działań, aby w rezultacie osiągnąć najwyższe tytuły w Eqology.

Życzymy ekscytującej, rozwijającej i obfitującej w profity przyszłości z Eqology!

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 orange of the boat providing a subtle contrast.

It's
in our
nature

The logo for EQOLOGY, featuring the word in a bold, sans-serif font. The 'Q' is stylized with a small circular element inside it.

EQOLOGY

Lilleakerveien 2B
0283 Oslo
Norway
eqology.com

It's in our nature