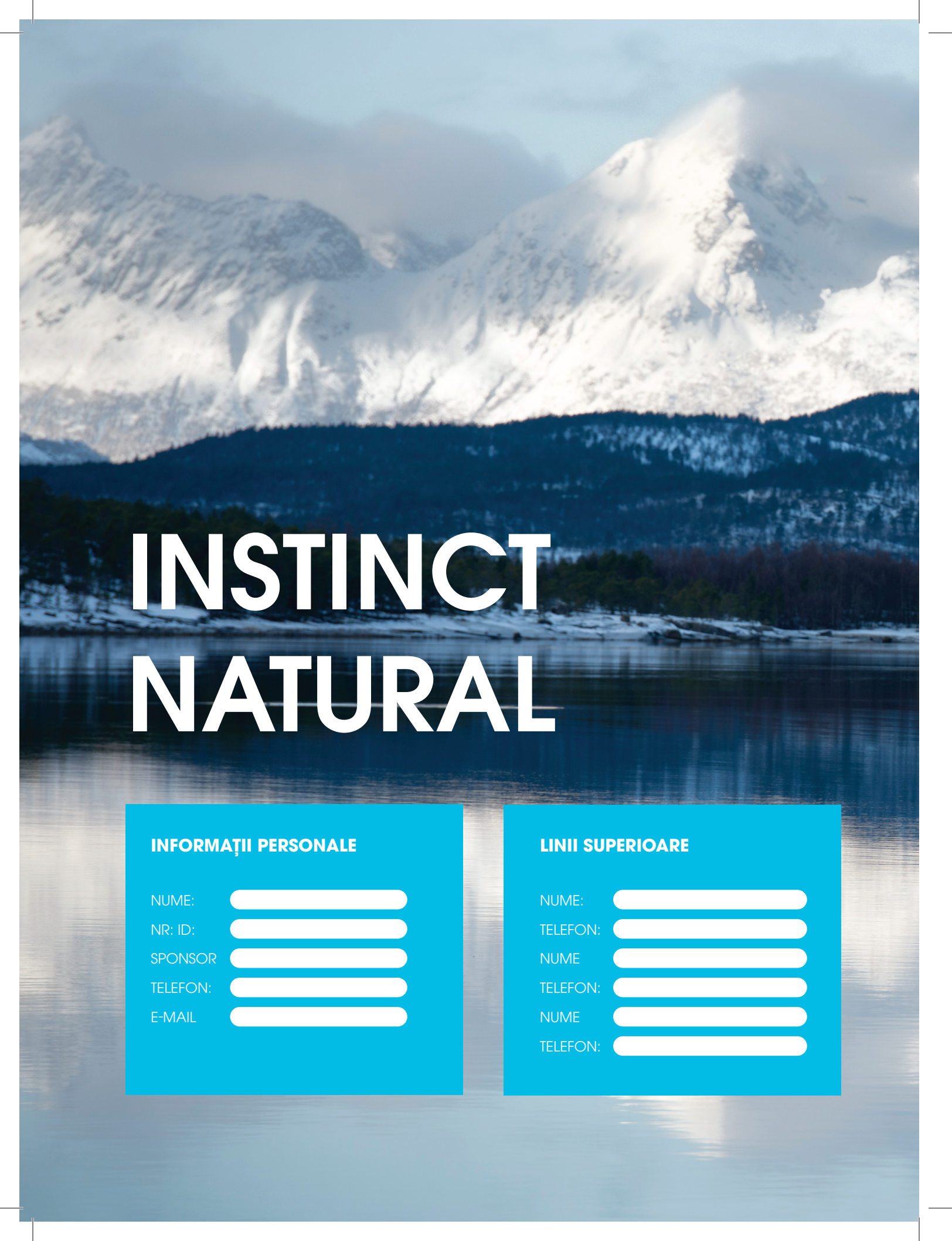




RO

START UP

EQOLOGY™



INSTINCT NATURAL

INFORMAȚII PERSONALE

NUME:

NR: ID:

SPONSOR

TELEFON:

E-MAIL

LINII SUPERIOARE

NUME:

TELEFON:

NUME

TELEFON:

NUME

TELEFON:

BINE AȚI VENIT LA **EQ**OLOGY™

Numele Eqology & EQ din brandul nostru rezultă din ecuația: Inteligență Emoțională (IE); și studiul raportului dintre organisme și mediul lor (ecologie). Toate ființele vii se luptă în mod natural să își dezvolte potențialul. Noi am adoptat această idee puternică și am numit-o: Naturally Driven.

„Naturally driven” constituie conceptul de colaborare dintre angajații și Business Partnerii noștri: Noi acționăm în vederea consolidării brandului nostru și tindem să devenim un jucător important în Europa în segmentele țintă alese, pe piața de vitamine, minerale, suplimente nutritive și a celor pe bază de plante (VHMS).

Pentru atingerea acestor țeluri, ne propunem să dezvoltăm produse unice, de înaltă calitate și să-i ajutăm pe Business Partnerii noștri în eforturile lor de promovare a suplimentelor noastre alimentare. „Naturally driven” reprezintă totodată elementul cheie care stă la baza cercetării și dezvoltării produselor noastre și reflectă dorința noastră de a folosi ingrediente naturale în suplimentele alimentare. Credem că natura poate să-i dea omului sănătate și

vitalitate și poate să-l apere de multe boli comune. Noi credem că natura este o forță în interiorul și din jurul nostru care ne permite să mergem mai departe, o forță care ne inspiră spre lucruri mărețe. Pe baza acestei idei simple, dar puternice, am dezvoltat identitatea noastră. Fiind o companie de network marketing, oferim Business Partnerilor Eqology un concept puternic, produse cu beneficii dovedite și un model de afacere care îi răsplătește pe cei care lucrează. Eforturile Eqology de focalizare pe Consumator contribuie atât la îmbunătățirea produselor noastre, cât și la oportunitatea oferită Business Partnerilor noștri de a realiza un venit stabil și previzibil. Credem că această abordare este unică în această industrie.

Cele două valori care constituie liniile noastre directoare sunt: dedicație și integritate. Acestea ne caracterizează, arată cine suntem, cine dorim să rămânem, cum ne conducem afacerea, ce fac produsele noastre și ce reprezintă numele brandul nostru.

În acest context toată lumea are un potențial imens și credem că oportunitatea de a deveni un Business Partner Eqology vă aigură uneltele perfecte pentru a vă realiza întregul potențial.

Bine ați venit în echipă!

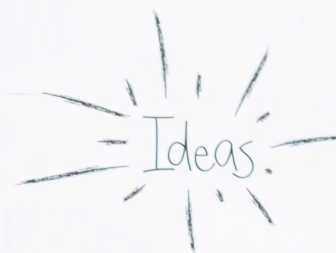
EQOLOGY™
It's in our nature

EQ™
by Eqology

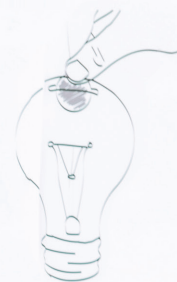
Finance



Innovation



START UP



PRIMA SĂPTĂMÂNĂ DIN AFACEREA DUMNEAVOASTRĂ

"Voi știți cu cine să
vorbiți - noi știm cum
să faceți."



ACEASTĂ BROȘURĂ ESTE SCRISĂ PE BAZA URMĂTOARELOR IDEI:

- Să devii un Business Partner de succes nu este un lucru întâmplător
- Urmând un model de activitate dovedit și predictibil succesul este asigurat.

În cadrul acestei broșuri veți participa la diverse activități. Urmând acești pași, puteți câștiga repede bani, mult mai repede decât într-o afacere tradițională.

Pentru cei care au ales să urmeze acești pași spre vârf, recompensele personale și financiare pot fi uluitoare. Este important să aveți un start bun în noua dvs. afacere. Urmăți acest sistem simplu, alocăți 7-10 ore pe săptămână din timpul dvs. și sunteți pe drumul cel bun.

Sistemul nostru este construit în jurul ideii că un Business Partner part time poate ajunge la nivelul de Director în 60 de zile, realizând astfel un venit suplimentar rezonabil, fiind în același timp pe drumul către țeluri mai mari.

Productia

Internet

CUM SĂ ÎNCEPEȚI

În Eqology folosim o metodă simplă,
3 pași pentru succes:

1. 3 gratuit
2. 3 Business Partneri – Creați-vă prima echipă
3. Ajutați echipa să realizeze pașii 1 și 2

Cea mai bună metodă pentru realizarea pașilor 1-3 de mai sus.

1. LISTA DE NUME
2. PRIORITIZARE
3. STABILIREA ÎNTÂLNIRILOR
4. PREZENTARE 2-1 (PRODUSE ȘI AFACERE)
5. RECĂUTARE – FOLLOW UP
6. START

1 LISTA DE NUME

& AJUTOR DE MEMORIE (MEMORY JOGGER)

Potențialii Business Partneri își pun adeseori întrebarea "Cunosc eu suficient de multe persoane care ar putea fi interesate de produsele EQ?". De asemenea, ei presupun că oamenii care au o predilecție naturală pentru social networking vor avea un succes mare, iar cei cu cercuri mai mici de prieteni și cunoștințe vor avea probabil un succes mai mic. Acest mod de gândire sună logic, dar experiența noastră arată că este departe de adevăr.

De asemenea, mulți Business Partneri încep cu o listă scurtă, mintală, de doar 3 sau 4 persoane (de regulă prieteni apropiați) despre care cred că ar fi interesați de oportunitate, fie să cumpere produse EQ, fie să adere ca un Team Leader.

Întregul succes al noii lor activități depinde de răspunsul unui grup mic de oameni. Dacă au noroc, un răspuns pozitiv de la câțiva dintre aceștia ar putea prelungi noua afacere pentru încă câteva luni. Dacă însă, abordarea inițială eșuează, așa cum se întâmplă de obicei, răspunsul negativ poate fi suficient să distrugă încrederea, entuziasmul și motivația în așa măsură – încât să ducă la încheierea prematură a oportunității.

De ce unii Business Partneri renunță iar alții au succes? Pentru că, vor avea un succes real și vor construi o organizație de network mare, doar cei care înțeleg că succesul necesită o muncă de bază

temeinică (de ex. scrierea unei liste de nume cuprinzătoare) și că prelucrarea listei de nume (networking) și contactarea prospecților este una din cele mai importante abilități în această industrie. Astfel, dacă v-ați decis să vă înregistrați ca Business Partner, următoarea prioritate este să întocmiți o listă de nume și contacte completă, fără preferințe: Asta înseamnă să renunțați la impulsul de a judeca în mod subiectiv cine ar putea fi interesat de produsele și să vă focalizați imediat eforturile să scrieți o listă cuprinzătoare, obiectivă, bine organizată și completă cu numele persoanelor pe care le cunoașteți.

Dezvoltarea unei rețele este una dintre cele mai importante unelte de succes ca Business Partner. Atunci când întocmiți lista de nume, lăsați frâu liber imaginației, în loc să-i eliminați pe cei despre care credeți că nu sunt interesați. Nu vă limitați dimensiunea rețelei dvs. de prospecți, permițând convingerilor dvs. actuale să dăuneze la

acel moment sarcinii de îndeplinit. Atunci când veți începe să tratați acest proces în mod obiectiv și nu subiectiv, s-ar putea să apară nume la care nici nu v-ați gândit, ale unor cunoștințe mai vechi sau ale prietenilor prietenilor dvs. O metodă bună să începeți este să vă gândiți la grupuri de oameni și să faceți o listă cu ei, de exemplu: familia apropiată, familia extinsă, colegii de muncă, foști colegi, prieteni din cercul de prieteni (sală de fitness, hobby, cluburi sociale, școală/facultate, contacte Facebook /Twitter), apoi prietenii prietenilor, prietenii familiei și așa mai departe.

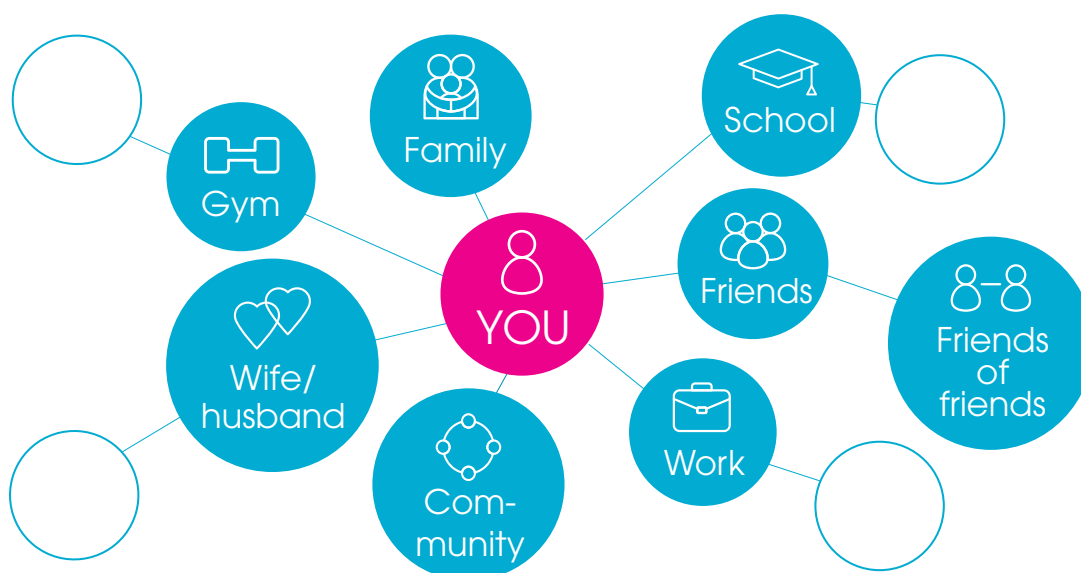
Unele dintre persoanele de pe fiecare dintre aceste subliste pot fi networkeri sociali pasionați. Știu ei despre acest lucru? Vorbiți cu ei și extindeți-vă lista. Nu vă gândiți ce să faceți cu lista sau dacă

vor fi sau nu interesați, focalizați-vă eforturile pe adunarea de nume, într-o manieră structurată și bine organizată. Dacă veți face corect acest lucru, veți vedea că în loc de o listă subiectivă mică de 3 sau 4 persoane, veți avea o listă obiectivă cu sute de persoane potențiale pe care ați putea să le contactați.

Astfel, fiecare dintre aceste nume devine un prospect – fie un potențial viitor contact pentru mai multe nume, fie un potențial viitor Consumator de produse fie un potențial viitor Business Partner.

Nu uitați, lista de nume este dinamică: adăugați constant noi contacte, persoane pe care le întâlniți pe parcurs.

AJUTOR DE MEMORIE



Ca să vă ajutăm să începeți cu dreptul, v-am întocmit o începeți lista cu numele prietenilor, contactelor de afaceri și familiei.

FAMILIA DUMNEA-VOASTRĂ:

Mama și tata
Soacra și socrul
Bunici
Copii
Frați și surori
Frați vitregi și surori vitrege
Părinți adoptivi
Frați adoptivi și surori adoptive
Mătuși și unchi

Nepoți și nepoate
Verișori și rude
îndepărtate (gr 2)

LISTE DE CONTACTE CURENTE:

Agenda contacte
Adrese de email
Lista contacte
Facebook
LinkedIn
Twitter
Skype

PERSOANE CU CARE INTERACȚIONAȚI ÎN MOD FRECVENT:

Prieteni
Cunoștințe
Prietenii prietenilor
Vecini
activități timp liber distractive, hobby-uri, (exerciții gimnastică, golf,

tenis, cramă, club)
Antrenor personal,
coafeza, Coafeza
Asociați de afaceri,
Foști colegi,
Contacte de afaceri,
Șeful
Fostul șef

CINE MI-A VÂNDUT:

Barcă
Afacere
Mașină
Roți de mașină
Mașină spălat vase/
Uscător
Permis de pescuit
Mobilă
Ochelari
Casă/Apartament
Bijuterii
Electrocasnice
Mac/PC/iPad/
Ta-bleta/Camera
Telefon mobil
TV/Hifi
Aspirator

CUNOSC PERSOANE

CARE SUNT:

Ambițioase
Amabile
De încredere
Entuziaste
Entuziaste
Intreprinzătoare
Focusate
Hotărâte
Plăcute
Cu simțul umorului
Cu stil de viață
sănătos
De mare succes
În căutare de un
venit suplimentar
Organizate
Pozitive
Structurate
Jucător de echipă

CUNOSC OAMENI

CARE:

Au inițiativă
Nu le place jobul,
locul
locul de muncă
Sunt integre,
Au caracter bun
Le place să învețe
lucruri noi
Le plac provocările
Vor o mașină

Citesc cărți de
dezvoltare personală
Vor mai mult timp cu
familia
Lucrează din greu
Lucrează în Network
Marketing
Lucrează noaptea/
weekend
Au
program de lucru
regulat de ex., 9-5,
Luni-Vineri)

CUNOSC PERSOANE

CARE SUNT:

Contabili
Actori
Acupuncturiști
Controlor trafic
aerian
Arheologi
Arhitecți
Director de artă
Artist
Profesor asociat
Autor
Brutar
Barman
Cosmetician
Biolog
Fierar
Constructor de bărci
Botanist
Șofer de autobuz
Valet
Căpitan
Dealer auto
Tapițer
Curățător
Conducător
Confecționar
Consultant
Bucătar
Cosmetologist
Dansator
Stomatolog
Dermatolog
Designer
Dietetician
Diplomat
Scafandru
Economist
Editorian
Electrician
Depanator lift

Însoțitor
Inginer
Inginer
Fermier
Fermier
Pompier
Pompier
Florist
Florist
Fotbalist
Fotbalist
Grădinar
Grădinar
Geolog
Geolog
Personal
Personal
curățenie
Homeopat
Director
hotel
Menant
Broker asigurări
Designer interior
Consultant IT
Bijutier
Jurnalist
Judecător
Designer de interior
Consultant IT
Bijutier
Jurnalist
Judecători
Jurist
Peisagist
marketing
marketing
Avocat
Bibliotecar sau librar
Director/asistent
ting
Gardă de corp
Marketing
Maseur
Mecanic
Moașă
Model
Infirmieră
Terapeut
ocupational
Optician
Osteopat
Pictor
Pictor/Decorator
Pastor/Preot
Farmacist
Filozof
Fotograf
Maseuză
Portar
Instalator
Polițist
Politician
Portar
Poștaş
Psiholog

Constructor acoperiș
Asistentă școlară
Cercetător științific
Secretar
Paznic
Agent de bursă
Angajat propriu
Pantofar
Vânzător
Argintar
Cântăreț
Tehnician sunet
Agent de bursă
Zidar
Student
Chirurg
Croitor
Taximetrist
Învățător
Ghid turistic
Învățător
eamuri
alvamar
Șofer
Webdesigner
Chelner (favorit)
Spălător
geamuri

PE CINE CUNOAȘTEȚI ÎN ALTĂ ȚARĂ?

Austria
Belgia
Danemarca
Elveția
Estonia
Finlanda
Franța
Germania
Irlanda de Nord
Islanda
Italia
Letonia
Lituania
Norvegia
Olanda
Polonia
Regatul Unit
Republica Cehă
România
Slovacia
Suedia
Ungaria

LISTA DE NUME

LISTA DE NOME

LISTA DE NUME

LISTA DE NOME

[illegible]

LISTA CU NUME

LISTA CU NUME

[illegible]

2 PRIORITIZARE

Luată lista de nume și împărțiți-o în două categorii: potențiali consumatori pentru produsele (lista consumatorilor) și potențiali parteneri care să vă ajute să construiți prima dvs. echipă (lista Business Partneri). După aceea, reorganizați ambele liste în funcție de priorități. Cei mai de succes Business Partneri sunt cei care stabilesc cu prioritate care sunt ele mai bune posibilități, care merită toată atenția.

LISTA CONSUMATORILOR

Recomandăm noilor Business Partneri să înceapă prin contactarea prietenilor și a familiei, a persoanelor de pe lista de nume care au o predilecție naturală pentru suplimente alimentare (i) sau care urmează un program de prevenție din inițiativă proprie (ii), respectiv participă la activități care contribuie la starea de bine (de ex. sunt persoane interesate să-și îmbunătățească alimentația, sănătatea mintală și fizică, le place să facă fitness, care fac exerciții în mod regulat sau doresc să își schimbe stilul de viață). Dacă ați completat corect pasul 1 (lista de nume) și pasul 2 (prioritizarea),

aceste 16 persoane ar trebui să fie acum în capul listei consumatorilor dvs. Primii 510 consumatori ai dvs. sunt printre aceste nume, sunt persoane care preferă să cumpere din magazinul dvs. EQ.

BUSINESS PARTNER

Care sunt persoanele despre care știți că sunt ambițioase, sociabile, plăcute, inteligente și care au calități de conducere și sunt deschise la provocări?

Aceste persoane trebuie puse în lista cu potențiali Business Partneri.

CONSUMATORI

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

BUSINESS PARTNERS

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

**3
FOR
FREE**



*Plătiți doar 6,90 taxe de livrare și manevrare pentru produsul dvs. GRATUIT.
Citiți mai mult la eqology.com

OBȚINEȚI PRODUSUL DVS. GRATUIT*



ACHIZIȚIONAȚI KIT*

Aduceți 3 consumatori



CONSUMATOR 1

Cumpărați Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake or Pure Arctic Oil For Kids



CONSUMATOR 2

Cumpărați Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake or Pure Arctic Oil For Kids



CONSUMATOR 3

Cumpărați Pure Arctic Oil,
Pure Vegan Oil, K2+D3,
Essential, Anti Age Collagen,
Shake or Pure Arctic Oil For Kids

CONSTRUIREA PRIMEI DVS. BAZE DE CONSUMATORI

Pe lângă cooptarea de noi Business Partneri este necesară dezvoltarea unei baze solide de Consumatori.

Rețineți, unele dintre persoanele de pe lista dvs. de potențiali consumatori (lista de consumatori) pot fi sau pot deveni potențiali parteneri de afaceri. În tot cazul, este important să construiți o bază de consumatori solidă, deoarece ei sunt cei care vă vor asigura pe termen lung venitul residual. Ocupați-vă de organizarea listei de nume pentru a realiza o combinație cât mai bună între consumatori și parteneri de afaceri (pentru echilibrarea posibilităților dvs.).

Eqology vă oferă un sistem unic 3 FOR FREE, care permite să aveți 3 consumatori de Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, K2+D3, Essential, Anti Age Collagen, Shake, Pure Arctic Oil For Kids și să primiți produsul dvs. GRATUIT* în luna următoare. De altfel, trei consumatori este minimul de activitate pe care îl așteptăm de la un Business Partner nou.

Să presupunem că aveți 50 de Business Partneri care aduc fiecare câte 10 consumatori. Atunci veți fi plătit pentru o bază de Consumatori de 500 de persoane.

Dacă acești 50 de Business Partneri au fie-

care câte 2 clienți, va exista o reducere de 80% în comisionul dvs. de recompensă. Este important să învățați beneficiile folosirii produselor Eqology. Când începeți afacerea, concentrați-vă pe cele cinci produse principale, Pure Arctic Oil, K2+, Essential, Anti Age Collagen, Shake. Se înțelege de la sine că folosirea zilnică a acestor produse îmbunătățește abilitatea dvs. de a le vinde într-un mod credibil.

O unealtă importantă de promovare a produselor noastre este revista pentru Consumatori. Să aveți întotdeauna la dispoziție o revistă atunci când vorbiți cu potențiali clienți. Acest lucru le va permite clienților dvs. să-și facă o idee despre produsele noastre, cum sunt Pure Arctic Oil, Pure Vegan Oil, Shake. În 8 din 10 cazuri, clienții răspund pozitiv la revista – este o unealtă excelentă pentru a vă construi baza de Consumatori!



CUM SĂ VĂ FORMAȚI BAZA DE CONSUMATORI

1. Invitați pe cei mai buni prospecți din lista dvs. de consumatori la o întâlnire/seară cu produse în grupuri de câte 3-8 persoane.
2. Vizitați consumatorii potențiali de pe lista dvs. de nume și promovați produsele noastre.

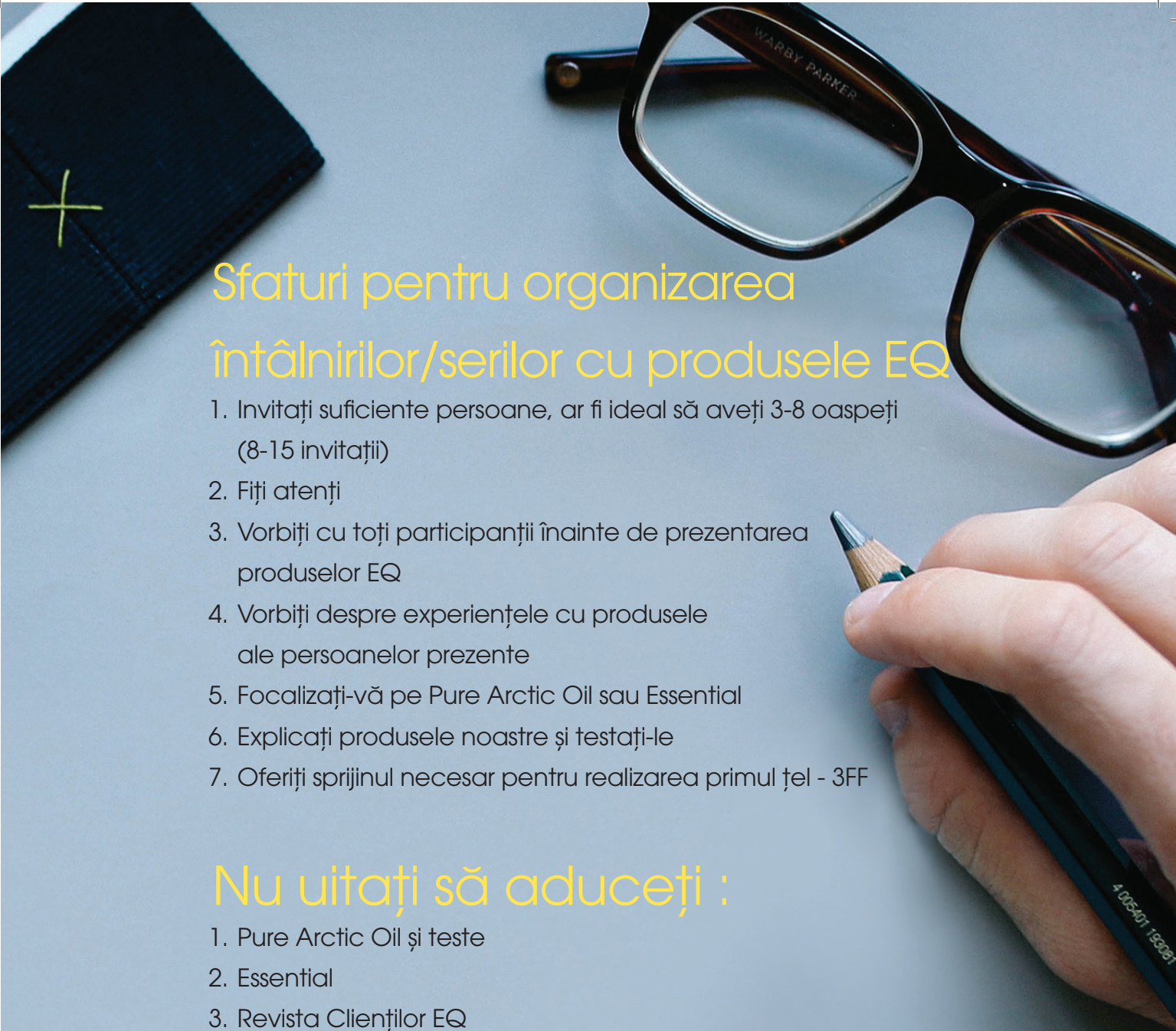
SFAT: Vă recomandăm să invitați la aceste întâlniri un sponsor sau pe cineva din linia superioară până când vă simțiți pregătiți să organizați aceste evenimente singuri.

Înainte de întâlnirea/seară cu produse EQ, asigurați-vă că ați citit revista pentru consumatori și ați încercat principalele produse Pure Arctic Oil și Essential. Din experiența noastră, pentru a realiza 3FF, va fi necesar să abordați cel puțin 5 persoane. Începeți cu prospecții top din lista dvs. de consumatori.

La capitolul "stabilirea întâlniri" veți găsi câteva metode eficiente de abordare a prospecților dvs. și de a face invitații la o întâlnire /seară cu produse EQ.



» *Cu ajutorul clienților câștigați venit rezidual pe termen lung.*



Sfaturi pentru organizarea întâlnirilor/serilor cu produsele EQ

1. Invitați suficiente persoane, ar fi ideal să aveți 3-8 oaspeți (8-15 invitații)
2. Fiți atenți
3. Vorbiți cu toți participanții înainte de prezentarea produselor EQ
4. Vorbiți despre experiențele cu produsele ale persoanelor prezente
5. Focalizați-vă pe Pure Arctic Oil sau Essential
6. Explicați produsele noastre și testați-le
7. Oferiți sprijinul necesar pentru realizarea primului țel - 3FF

Nu uitați să aduceți :

1. Pure Arctic Oil și teste
2. Essential
3. Revista Clienților EQ
4. Calculator sau tabletă

Prima mea întâlnire/seară cu produsele EQ:

Data: Ora: Nume: Loc:

Data: Ora: Nume: Loc:

Data: Ora: Nume: Loc:

Data: Ora: Nume: Loc:

3 STABILIREA ÎNTÂLNIRILOR

O metodă bună de abordare a primei întâlniri/seri cu produsele organizată de dvs. este să urmați modelul nostru simplu, testat și încercat.

Inițial, când îi sunați la telefon pe clienții dvs. potențiali, poate sunteți tentați să le spuneți totul despre Eqology, despre produsele și despre oportunitatea de a deveni Business Partner. Dar spre binele dvs. și al contactelor dvs. este important ca prima lor impresie despre Eqology să fie cea mai bună.

De aceea, rezistați tentației de a discuta în prealabil despre produsele noastre și așteptați întâlnirea/seara cu produsele și lăsați-l pe sponsorul dvs. să facă prezentarea și să vă arate personal cum se procedează.

EXEMPLU DE APEL TELEFONIC START:

1. Introducerea:

"Bună, sunt....."

2. Stabiliți ora și locul:

"Ce program ai săptămâna viitoare? Ne putem întâlni miercuri sau joi?"

Exemplul următor este pentru a invita prospecti la o întâlnire/seară cu produsele IEQ. Rezistați tentației de a discuta în prealabil despre produse/oportunitatea de afaceri și permiteți sponsorului dvs. să facă el prezentarea la întâlnire.

5 PAȘI PENTRU ÎNVIȚĂRI DE SUCCES:

1.

Introducerea.

Exemplu: "Bună, sunt... numele dumneavoastră".

2.

Stabilirea orei și locului.

Ce program ai săptămâna aceasta?
Putem să ne întâlnim miercuri sau joi?"

3.

Motivul pentru care doriți să vă întâlniți cu "Motivul pentru care vreau să ne întâlnim este (vezi diferitele exemple din paginile următoare)".

4.

Spuneți că împreună cu sponsorul/prietenul dvs.
veți răspunde la eventualele întrebări.

5.

Confirmați întâlnirea

"Ne vedem miercuri la 7 pm la (adresa)".

SFATURI PENTRU STABILIREA DE ÎNȚĂLNIRI:



- Pregătiți ce veți spune: o pregătire bună previne o performanță proastă
- Entuziasm: trebuie să aveți elan
- Lucrați cu lista de nume: sunați cât mai mulți potențiali clienți în cel mai scurt timp posibil
- Rămâneți focusați pe motivul pentru care sunați: Dvs. doriți o întâlnire
- Fiți amabili: fiți profesionali
- Confirmați timpul stabilit
- Fiți scurt și concis în apelul telefonic
- Închideți

EXEMPLE DE CONVORBIRI TELEFONICE CU CLIEŢI PENTRU **ÎNŢĂLNIREA/SEARA CU PRODUSELE EQ**

ÎNŢĂLNIRE CU PRODUSELE EQ/SEARĂ CU PRODUSELE EQ:

» V-am sunat ca să vă invit la o Întâlnire/Seară interesantă cu produsele EQ. La această întâlnire veţi primi multe informaţii despre produse şi beneficiile lor. Veţi avea posibilitatea să le încercaţi şi să vă testaţi nivelul de Omega-3, dacă doriţi. Locurile sunt limitate, dar aş dori să vă ofer această oportunitate pentru că ştiu că sunteţi interesat/ă de suplimente alimentare/de îngrijirea sănătăţii/ prevenţie/ starea de bine. Întâlnirea are caracter informativ, este cordială şi fără nici un fel de obligaţii.

» Vă sun pentru că ştiu că sunteţi interesat/ă de starea de sănătate/fitness/suplimente alimentare/starea de bine/prevenţie. Am început să lucrez cu nişte produse uluitoare care cred că vă vor plăcea. Aţi putea să invitaţi câţiva prieteni/prietene/colegi la o întâlnire despre produsele EQ, unde vom putea vorbi de exemplu, despre Omega-3, vitamine şi minerale? Voi oferi mostre tuturor celor prezenţi ca să le încerce, respectiv, vom putea face un test pentru Omega-3, dacă doriţi. Va fi o întrunire de informare, cordială şi fără obligaţia de a cumpăra.

ÎNŢĂLNIRE PENTRU CONSUMATORI:

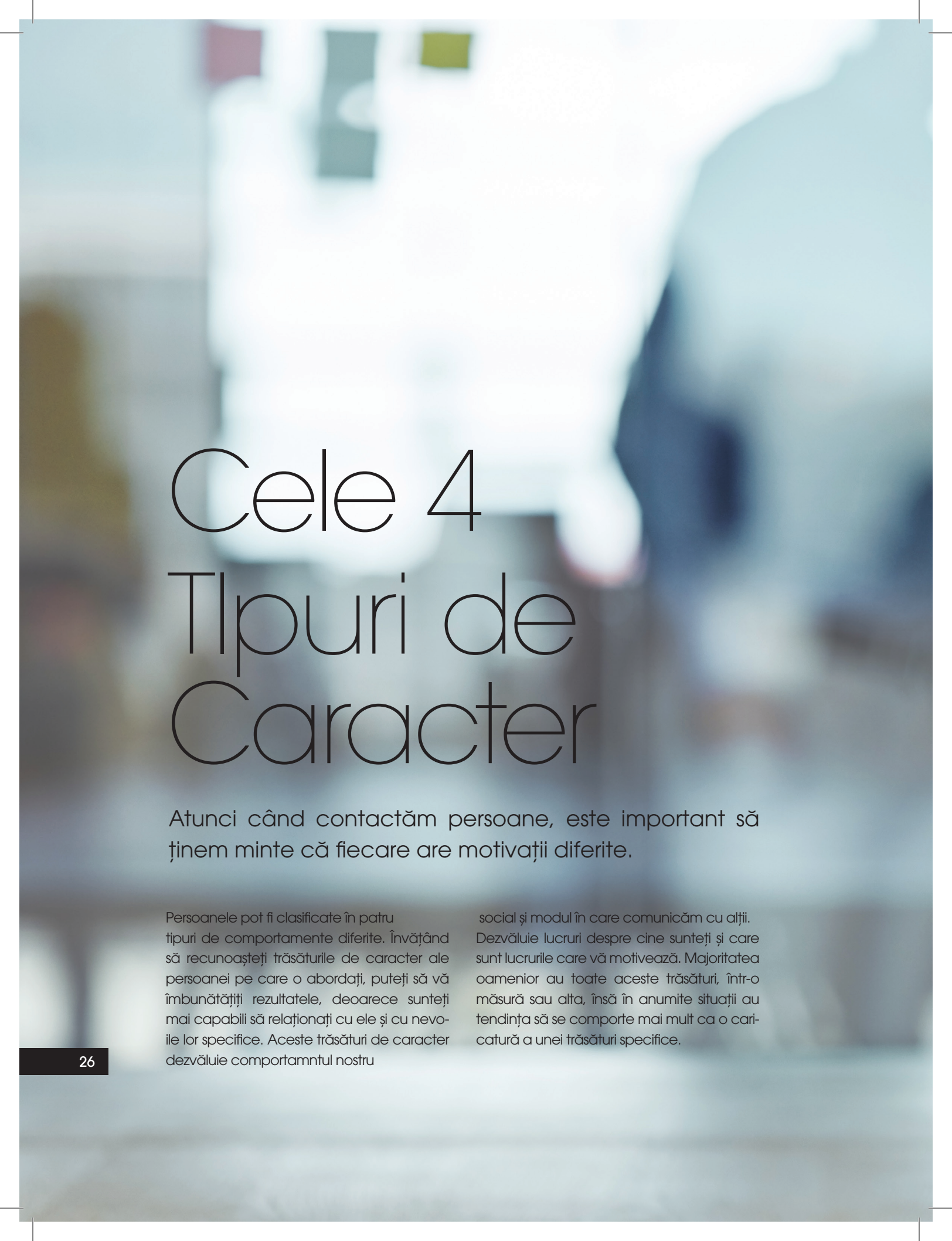
» Am început să folosesc nişte produse care cred că v-ar plăcea. Pot să trec pe la dvs. să vă arăt o revistă cu produse şi să vă aduc câteva mostre?

» Mi-am amintit că v-aţi plâns recent de starea dvs. de sănătate. Am început un stil de viaţă mai sănătos şi folosesc nişte produse, suplimente alimentare minunate, care mă ajută. Desigur, nu există nici o garanţie că vor funcţiona şi în cazul dvs., dar am vrut să aflaţi despre ele. Pot să trec pe la dvs. cu nişte mostre de produse şi informaţii suplimentare?

» Ştiu că sunteţi preocupat/ă de sănătatea dvs. Am început recent o afacere nouă şi am nevoie de câteva persoane care să participe la o prezentare de produse. Probabil va fi interesant pentru dvs. sau îmi veţi putea da nişte feedback-uri bune? Pot să trec pe la dvs. să vă arăt cu ce mă ocup şi probabil doriţi să vă las câteva mostre?

EXEMPLE DE CONVORBIRI TELEFONICE CU POTENȚIALI **BUSINESS PARTNERS**

- » Am pornit recent într-o nouă aventură de afaceri în industria suplimentelor alimentare/sau vitaminelor, mineralelor, suplimentelor nutriționale și din plante. M-am gândit la dumneavoastră și am vrut să vă arăt noul meu concept. Sunt sigur/ă că vi se va părea interesant, poate fi ceva pentru dumneavoastră sau pentru cineva cunoscut.
- » Știu că sunteți o persoană energetică/sociabilă/muncitoare. Am pornit recent într-o aventură de afaceri interesantă în industria suplimentelor alimentare/sau vitaminelor, mineralelor, suplimentelor nutriționale și din plante: produse pentru îmbunătățirea stilului de viață. Cred că ar trebui să aruncați o privire, nu există nicio obligație de a vă lua un angajament dar cred că este ceva ce v-ar putea interesa.
- » Am dezvoltat o afacere cu un amic și avem nevoie de câteva persoane talentate în echipa noastră și m-am gândit la dumneavoastră. Avem potențialul de a lansa un nou produs pe piață. Are un potențial enorm. Mă întrebam dacă doriți să fiți printre cei ce ni se vor alătura în această oportunitate. .



Cele 4 Tipuri de Caracter

Atunci când contactăm persoane, este important să ținem minte că fiecare are motivații diferite.

Persoanele pot fi clasificate în patru tipuri de comportamente diferite. Învățând să recunoașteți trăsăturile de caracter ale persoanei pe care o abordați, puteți să vă îmbunătățiți rezultatele, deoarece sunteți mai capabili să relaționați cu ele și cu nevoile lor specifice. Aceste trăsături de caracter dezvăluie comportamentul nostru

social și modul în care comunicăm cu alții. Dezvăluie lucruri despre cine sunteți și care sunt lucrurile care vă motivează. Majoritatea oamenilor au toate aceste trăsături, într-o măsură sau alta, însă în anumite situații au tendința să se comporte mai mult ca o caricatură a unei trăsături specifice.

CÂTEVA TRĂSĂTURI TIPICE ALE DIFERITELOR TIPURI DE CARACTER:

ALBASTRU

- Impulsivitate
- Îi plac lucrurile amuzante, petrecerile și călătoriile
- Îi place să cunoască noi oameni
- Iubește diversitatea
- Are o slăbiciune pentru complimente
- Sunt investitori minunați

Dacă știi pe cineva de acest tip, abordează stilul și modalitatea de comunicare următoare: Veți cunoaște o mulțime de oameni noi. Veți urca pe scenă, veți avea provocări, munca în echipă și activitatea în sine aduc multe satisfacții. Network Marketing nu este niciodată plictisitor, tot timpul se întâmplă ceva! Imaginați-vă cât de mult ne vom distra! **Pe cine cunosc de tip albastru?**

GALBEN

- Îi place să îi ajute pe alții
- Nu își pune propriile nevoi pe primul loc
- Oferă suport și încurajări altor persoane
- Nu îi place să fie în centrul atenției
- Nu îi place să facă alegeri și nici să își asume responsabilități

Dacă cunoașteți pe cineva de acest tip, abordează stilul și modalitatea de comunicare următoare: Evitați să vorbiți despre necesitatea luării de decizii. Focalizați-vă pe numărul mare de persoane care au nevoie de aceste produse/acest venit și pe faptul că îi puteți ajuta. Puteți lucra în ritmul dvs. Noi doi putem face acest lucru împreună. Nu este necesar să urcați pe scenă. Cel mai important lucru în Network Marketing sunt relațiile și sprijinul acordat unul altuia. **Pe cine cunosc de tip galben?**

ROȘU

- Orientat către acțiune și rezultate
- Motivată și organizată
- Impuls puternic către succes
- Abilități de management și planificare
- Îi place să își asume responsabilități

Dacă știi pe cineva de acest tip, abordează stilul și modalitatea de comunicare următoare: Salariu Potențial nelimitat. Aveți posibilitatea să stabiliți țeluri și să-i conduceți pe alții spre aceste țeluri. Persoanele care își stabilesc țeluri și care sunt disciplinate au cele mai mari șanse de succes în această industrie. Aici aveți posibilitatea să vedeți "imaginea de ansamblu" **Pe cine cunosc de tip roșu?**

VERDE

- Cercetător / Analitic
- Metodologic și gânditor
- La totu în considerare cu atenție și își ia un timp de decizie
- Nu îi plac schimbările, îi place ordinea și predictibilitatea
- Îi plac informațiile bazate pe fapte

Dacă cunoașteți pe cineva de acest tip, abordează stilul și modalitatea de comunicare următoare: este o companie norvegiană înființată în 1998, cu o bază solidă, durabilă și predictibilă. Există o documentare temeinică despre produse și cercetarea care stă la baza lor. Construiește "cărămidă cu cărămidă" pentru a realiza un venit suplimentar sigur și predictibil. **Pe cine cunosc de tip verde?**

4

PREZENTAREA

Prezentați un First Look potențialului dvs. Business Partner într-o întâlnire 2:1.

Sarcina dvs. este să invitați prospecții la o întâlnire. Prezentați-l pe sponsorul dvs. sau persoana din linia superioară care va prezenta Eqology, spuneți-le de ce i-ați invitat la întâlnire, de ce ați ales să lucrați cu Eqology și de ce vreți să lucrați cu ei. Lucrând cu sponsorul dvs., este o posibilitate excelentă să-l ascultați și să învățați de la el.

Entuziasmul, atitudinea pozitivă în timpul prezentării și dorința de colaborare sunt atribute importante pentru un Business Partner de succes. Luați notițe și lăsați sponsorul să facă prezentarea până când vă veți simți încrezători să o faceți singuri. O prezentare generală bună despre Eqology și produsele durează în jur de 20-30 de minute.

Nu uitați să aveți la dumneavoastră Revista pentru Consumatori, calculator sau tabletă, Omega Ratio Test și mostre de produse. Toate acestea vor face ca succesul dumneavoastră să fie mai ușor de realizat

Second Look – Întâlnirea 2 | IDEI - Second Look

Nu toată lumea „se avântă” să ia o decizie de la prima întâlnire. De aceea, este important să stabiliți a doua întâlnire. Ideal ar fi ca întâlnirea de recăutare cu potențialul partener de afaceri să se facă în primele 48 de ore de la prezentarea First Look. Întâlnirile Follow up, ar trebui stabilite la sfârșitul întâlnirii First Look.

Aici, potențialii Business Partneri răspund la întrebări, după care puteți continua procedura. Misiunea noastră este să oferim informații pentru ca potențialul Business Partner să poată lua o decizie în cunoștință de cauză. Mulți se vor decide după această întâlnire.

- Întrebați de ce anume este motivată persoana respectivă
- Răspundeți întrebărilor care sunt importante pentru prospect
- Au înțeles Director în 60 de zile?
- Au încercat să testeze gama de produse EQ?
- Aflați unde se află pe o scară 1/10
- De ce mai au nevoie ca să se decidă să înceapă?





» Ați jucat vreodată jocul "șoapte chinezești"?

DUPLICARE

Dacă răspunsul este da, atunci probabil știți că destul de frecvent, mesajul final nu este același ca mesajul original, din momentul în care este transmis (repetat) de la o persoană la alta se schimbă. Acesta poate fi un joc amuzant la o petrecere de copii dar poate fi catastrofic pentru organizații.

DDuplicarea este cheia succesului. Asigurați-vă că toți Business Partners urmează același sistem prin, de exemplu, folosirea manualului Start UP de fiecare dată când aveți un nou Business Partner. Este întotdeauna tentant să încercați ceva nou pentru a accelera procesul dar rareori este acest lucru înțelept.

Sistemul din manualul Start Up a fost încercat și testat și este ușor de învățat și predat altora. Prin elaborarea activităților dumneavoastră sistematic acestea par simple ceea ce îi încurajează pe alții să creadă "pot face și eu asta". Duplicarea este cheia pentru construirea venitului rezidual în timp.

Este important să nu întreprindeți acțiuni care pot reduce potențialul organizației de duplicare. Mai jos sunt câteva exemple de tipuri de comportament care pot dăuna potențialului de a construi un venit rezidual.

Superman

Fac toate prezentările din rețeaua lor și au răspunsurile pentru toate întrebările. Devin "guru" echipei lor. Rar se întâmplă ceva fără ca aceștia să fi contribuit. Echipa este dependentă de ei și rar se bazează pe propriile abilități. Toată lumea crede "nu pot fi niciodată la fel de bun/ă". Rezultatul: echipa devine 100% dependentă de Superman. Evitați să deveniți propriul inamic.

Tipul inteligent

Această persoană crede că a găsit o mai bună modalitate de a face afaceri decât sponsorul său și sfârșesc prin a încerca să îl învețe. Sunt constant distrase și încearcă să creeze scurtături, de exemplu prin sponsorizarea celebrităților, lanțurilor hoteliere și echipelor sportive. Colaborarea cu prieteni și cunoștințe devine plictisitoare pentru ei: deseori sfârșesc prin a renunța după șase luni deoarece modelul după care lucrează este prea complicat și foarte rar duplicat. Așa că niciodată nu câștigă bani. În această afacere lucrurile simple sunt cele care funcționează: URMAȚI SISTEMUL.

Martirul

Martirul vrea ca toată lumea să aibă succes și petrece foarte mult timp încercând să treacă pe toată lumea dincolo de linia de sosire. Majoritatea timpului îl petrec încercând să schimbe persoanele care nu doresc să se schimbe și încercând să îi convingă că ar trebui să lucreze cu Eqology. Speranțele și credințele în oameni sunt bazate pe potențialul acestora pentru acțiune.

Uită să folosească timpul pentru cele mai bune posibilități și eventual devine dificil să își păstreze motivația. Folosiți-vă timpul pe cei care doresc ceva, și oamenii care prin acțiune arată că vor să se implice.



*Nu uitați că
toată lumea
face ce faceți
dumneavoastră,
nu ce spuneți.*

Profesorul de produse

Unii devin atât de buni la a prezenta produsul în fiecare detaliu încât sunt prinși în rolul de "profesor". Obțin câțiva clienți pentru că sunt convingători cu toată cunoștința lor despre produs. Cunoașterea și expertiza despre produs sunt bune dacă oamenii au întrebări dar este bine să creați povești bune despre produs și beneficiile folosirii produselor. Aceasta îi face pe oameni să se implice și este ușor de duplicat. "Faptele spun, poveștile vând."

Directorul de Hollywood

Directorul de Hollywood începe noi Business Partners și clienți imediat ce intră în afacere. După aceea, intră rapid în "modul de management"/modul de director și crede că au nevoie să guverneze peste cei de sub ei pentru a își face treaba. Încep să îi sune pe toți din grupul lor și să pună întrebări despre câte întâlniri au organizat, etc. Toată lumea din organizație încep să facă la fel ca ei: nimic.

Vânătorul de avere

Vânătorul de avere vede această oportunitate ca pe un concept de tipul "îmbogățire rapidă". Se gândesc la 3-4 persoane despre care cred că ar fi perfecte să lucreze cu Eqology și investesc major în a încerca să îi convingă să ni se alăture. Nu irosesc timp cu lista cu nume și nici nu

lucrează sistematic. Sunt așadar la mila unui număr mic de persoane (care din păcate au rareori succes). Poate părea ușor pe hârtie cu trei clienți și trei Business

Partners dar această abordare este din păcate departe de realitate. Nu cădeți în capcana "vânătorului de avere". Abordați sistematic sarcina curentă. Urmați sistemul și faceți câte puțin în fiecare zi.

5 ÎNTÂLNIREA DE DUPĂ

“De
câteva ori pe
an organizăm întâlniri de
o mai mare amploare unde
aveți oportunitatea de a învăța
de la cei mai buni din Eqology.
Nimic nu poate fi comparat cu
beneficiile de a participa
la unul dintre aceste
evenimente.”

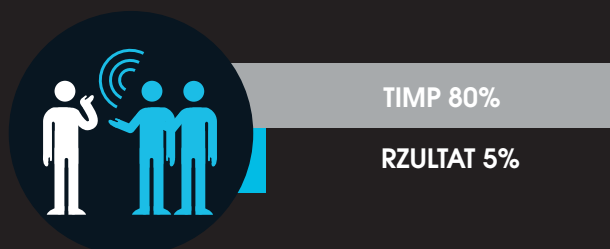
Prin realizarea pașilor 1-4 puteți aborda cu încredere noua dumneavoastră afacere ca un Business Partner.

Acești pași vor îmbunătăți oportunitatea de a porni cu o echipă mică de Business Partners și a construi o bază solidă cu clienți.

Înainte de a începe cu adevărat să avansați în rank-uri este important să lucrați îndeaproape cu nou-veniții, pentru a vă putea începe afacerea rapid și cu succes. Inițial acest lucru va fi simplu deoarece ajutăm pe toată lumea cu primii pași: alcătuirea de listă, găsirea clienților și stabilirea întâlnirilor.

80% din timpul dumneavoastră va fi folosit pentru a crea o bună organizație. În cele

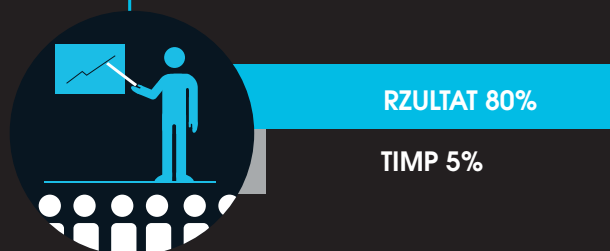
din urmă, echipa dumneavoastră va avea nevoie de mai multe aptitudini și este important ca toată lumea să ia parte la întregul sistem consistând din ședințe de echipă, întâlniri la hotel, tabere și evenimente. De câteva ori pe an organizăm întâlniri de o mai mare amploare unde aveți oportunitatea de a învăța de la cei mai buni din Eqology. Nimic nu poate fi comparat cu beneficiile de a participa la unul dintre aceste evenimente. Aveți parte de cunoștințele și de motivațiile de care aveți nevoie pentru a lucra cu profesionalism cu Eqology.



- Prezentări



- Educare și întâlniri de după
- Training-uri pentru Business Partners
- Întâlniri de afaceri
- Prezentări de produs
- Trening Academy



- **EVENIMENTE**



Business Partner nou educat

6 PRIMA DUM- NEAVOASTRĂ ÎNTÂLNIRE

PRIMELE DVS: ÎNTÂLNIRI

	NUME	LOC	TIMP
1.			
2.			
3.			

ȚEL

Este important să setați țeluri pe termen scurt (de ex. 90 de zile) și pe termen lung pentru fiecare titlu pe care doriți să îl obțineți în EQ. Discutați cu sponsorul

dvs./persoana de mai sus de linie și aflați dacă este realist bazându-vă pe numărul de ore pe care le-ați stabilit pentru Eqology în fiecare săptămână.

TITLU/ȚEL:	
90 de zile:	
1 an:	
3 ani:	
5 ani:	

Pentru a atinge acest scop, voi alocă ore pe săptămână pentru Eqology.

30 DE ZILE

**3
FREE**

DUMNEAVOASTRĂ

DATA:

3 For Free

CAB 60 EUR*



FSQ

2.000 QV

DUMNEAVOASTRĂ

DATA:

FSQ Bonus 100 EUR

RA Bonus 100 EUR



60 DE ZILE

DIRECTOR

4.000 QV

DUMNEAVOASTRĂ

DATA:

Director 60 Bonus 250 EUR

RA Bonus 250 EUR

Mentor Bonus: 288 EUR*



12 LUNI

**10X
EQOLOGY
10X**

Primiți înapoi de la Eqology achiziția inițială achitată pt. BUSINESS KIT.

Tot ce trebuie să faceți este să păstrați 10 clienți direcți timp de 10 luni pe abonament PAO / PVO Premium, realizați astfel 100 de achiziții de abonamente PAO / PVO în termen de 12 luni de la ziua în care ați achiziționat Business Kit.

DUMNEAVOASTRĂ

12 luni →



DATA:

*If you achieve Mentor Accelerator and your Business Partners enroll on Pro. kit.

»» Your checklist
will help you
organize your
Business

LISTĂ DE VERIFICARE

- ☐ Pure Arctic Oil sau Essential comandat
- ☐ Făcut testul Omega6/Omega3 Ratio Test
- ☐ Urmărit videoclipul: Pure Arctic Oil, Test Kit și Essential
- ☐ Alcătuit o listă cu nume de cel puțin 100 de contacte
- ☐ Ținut o întâlnire inițială cu sponsor (în 48h)
- ☐ Prioritizarea a top 15 posibili clienți și top 15 posibili Business Partners
- ☐ Stabilit 10 întâlniri cu clienții și/sau Întâlniri/Seri cu Produsele EQ
- ☐ Stabilit 10 First Looks cu potențiali Business Partners
- ☐ 3 Gratuit cu Pure Arctic Oil sau Pure Essential
- ☐ Sponsorizat 3 Business Partners
- ☐ Data următoarei întâlniri la hotel
- ☐ Data următoarei întâlniri acasă
- ☐ Cumpărat bilet pentru următorul Kick Off
- ☐ Citit Start Up

PROIEC- TATI-VĂ PRO- PRIUL VIITOR

Start Up este scrisă pentru a vă oferi cea mai bună șansă de a avea succes ca Eqology Business Partner. Informațiile conținute aici sunt rezultatul a sute de ore de muncă, prezentări și experiențe personale ale Business Partners care au atins succesul cu Eqology.

Singurul lucru pe care trebuie să îl faceți este să urmați sistematic rețeta de succes și să aveți răbdare iar noi putem garanta că rezultatele vor apărea.

Vă recomandăm să vă mențineți la curent și să verificați cu regularitate website-ul nostru, diversele noastre pagini de Facebook și, cel mai important, să participați la cât de multe activități Eqology puteți.

Așa cum se întâmplă cu multe lucruri în

viață, afacerea dumneavoastră Eqology nu poate avea succes de una singură. Trebuie să fiți dispuși să învățați și să lucrați sistematic, prioritizând activitățile pentru ca în timp să puteți ajunge la nivelurile de top Eqology.

Așteptăm cu nerăbdare să avem un viitor provocator, informativ și plin de recompense alături de dumneavoastră.

***Haideți să facem din Eqology
un succes împreună!***

A white fishing boat with orange stripes is moored on a calm lake. The boat's reflection is clearly visible in the still water. In the background, there are snow-covered mountains and a forested shoreline. The sky is overcast with soft light filtering through the clouds.

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 circle inside it.

EQOLOGY

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

It's in our nature