

" This book is very, very good. Every network marketer will savor the brilliance, wisdom, insights and bite size daily helpfulness contained herein. I love it! "

Mark Victor Hansen

Co-Author, No 1 New York Times Best-selling "Chicken Soup for the Soul"® series

2011

Simple **ideas** to make more \$\$\$ in
Network Marketing™



By Richard Tan & K.C. See

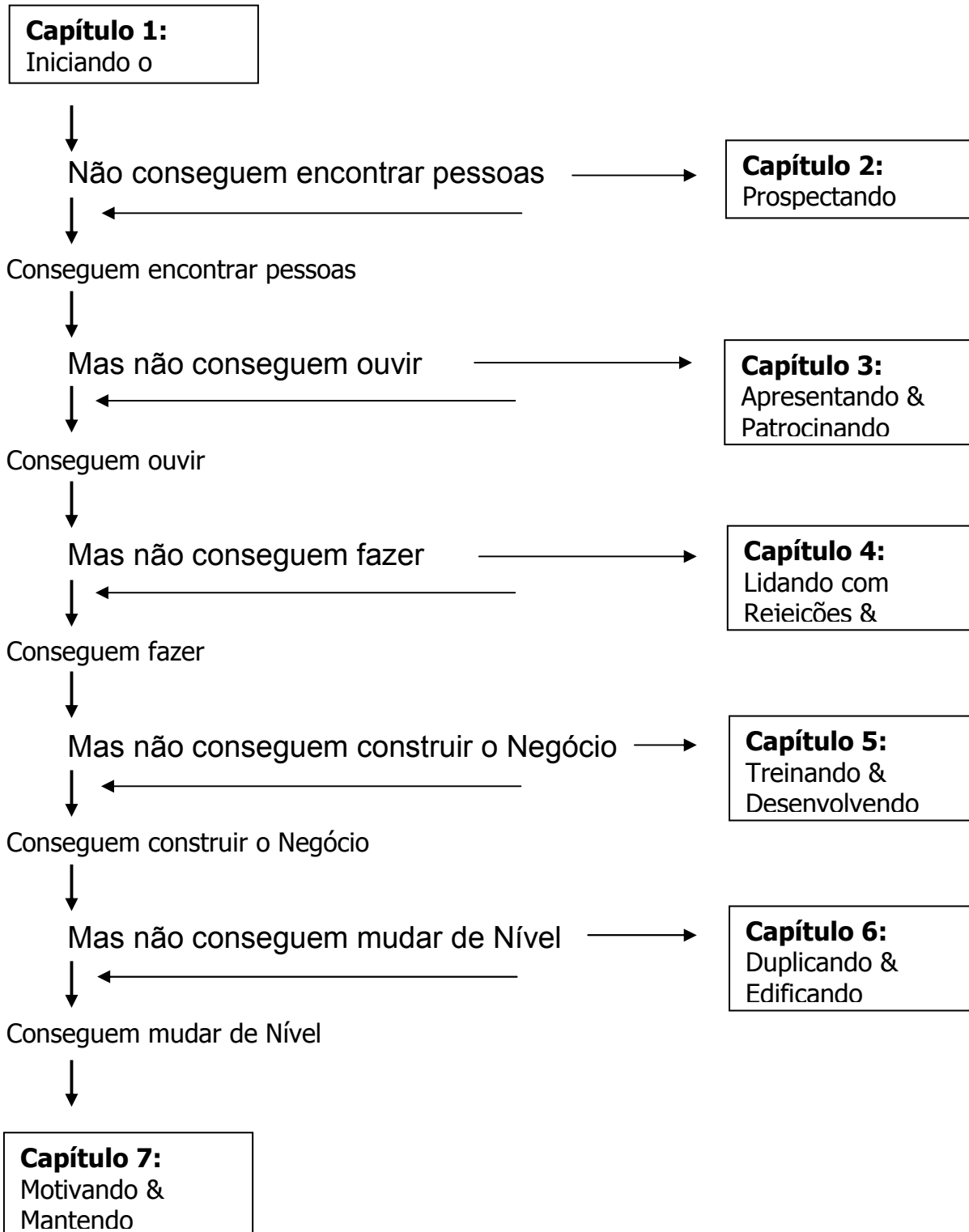


"This book will sell a million copies" - Gerry Robert
Author of *The Millionaire Mindset*

201 IDÉIAS SIMPLES PARA GANHAR MAIS DINHEIRO EM NETWORK MARKETING

Richard Tan & K.C.See

O MAPA DA ESTRADA



Introdução

Este livro foi escrito sem uma introdução. Nós simplesmente tínhamos uma visão do que queríamos e as idéias começaram a vir. Foi planejado originalmente para ser um livro de 101 idéias, mas terminamos fazendo-o com 201 idéias! Divertimo-nos muito, enquanto este livro tomava forma e parecia que ele se escrevia por si só. O único desafio foi o fato de que nós morávamos em continentes diferentes.

Enquanto nós focalizávamos em prover idéias baseadas no que funcionou para nós, também consideramos muito importante nos orientarmos por certos pontos fundamentais. Este são os 3 itens que nos vieram à mente:

1. O que é Network Marketing?
2. Por que é chamado "A Maior Oportunidade do Mundo"?
3. Onde esta indústria será líder de mercado?

Descobrimos o Network Marketing relativamente tarde. A razão desta demora deve-se, provavelmente, às percepções iniciais que tivemos dessa indústria. A primeira figura que tínhamos em nossa mente sobre NM era a de uma pessoa indo de porta-em-porta vendendo shampoos, etc. Não que haja nada errado com isso, mas esta é, infelizmente, a percepção comum sobre esta indústria.

Mudar o nome de venda direta para Marketing Multinível e então para Network Marketing pode ajudar a corrigir a imagem a longo prazo, mas não do dia para noite.

Então o que é exatamente Network Marketing? Acreditamos que esta indústria torna-se o que você escolhe que ela seja. Se você a considera um puro negócio de vendas, inevitavelmente você irá vender bastante e isso é uma grande vantagem para muitas pessoas!

Se alguém escolhe vê-la como um esquema fique-rico-rápido, eles provavelmente seguirão este jogo e terão um bom resultado também. Seus valores determinam seus hábitos e a sua compreensão, suas ações. Invariavelmente assim será determinado como esse negócio será desenvolvido por você.

Escolhemos ver o Network Marketing como um paradigma nos termos de como os produtos são distribuídos aos consumidores, evitando os intermediários do comércio tradicional e indo direto aos consumidores. Escolhemos ver o NM como a construção de uma rede de consumidores que têm produtos únicos e de melhor qualidade e um preço razoável. Escolhemos ver como uma oportunidade para tirar a riqueza das mãos dos conglomerados gigantes para o homem na rua. Escolhemos acreditar que a indústria construirá um mercado a longo prazo, que terá distribuidores com uma renda residual por um longo período.

O NM, na sua forma mais simples, é compartilhar, com os outros, informações sobre produtos ou serviços que você adora, colocando em movimento o processo de propaganda boca-a-boca, duplicando-o. As promessas do NM são sonhos ou são reais? Bem, são bastante reais para nós. Mas, como qualquer outro sonho, mantêm-se intocável para a maioria das pessoas, porque eles não colocam esforço suficiente para fazê-lo realidade. É necessária uma certa quantidade de foco e disciplina para alcançar o sucesso.

Quando fomos apresentados pela primeira vez a essa oportunidade, era como qualquer outro negócio naquela época. Talvez a razão mais forte que nos atraiu foi a possibilidade que esse negócio nos permite para criar prosperidade. Aqui nós definimos prosperidade como "número de dias que você pode viver bem se parar de trabalhar amanhã". O NM é, para nós, a melhor oportunidade que nos permitiu construir uma fortaleza financeira de onde continuaremos a usufruir rendimentos, mesmo que parássemos de trabalhar amanhã.

Há, é claro, algumas condições para que isso aconteça, e a mais importante é escolher a Companhia certa. É também a melhor oportunidade, pois nos permite construir um negócio mundial. Esta indústria oferece esta possibilidade por causa da grande internacionalização de várias empresas de NM. Este negócio é relativamente fácil de ser levado para outros países, desde que a empresa já esteja instalada internacionalmente.

Para muitos outros nessa indústria, é a melhor oportunidade simplesmente porque entrar no negócio é fácil e as possibilidades financeiras são imensas.

Onde esperamos que essa indústria chegue? Assim como nós dissemos para muito dos nossos distribuidores, se você não recrutar seus tios, primos, sobrinhos, irmãos ou amigos, alguém os recrutará mais cedo ou mais tarde. Esta indústria terá um boom sem nenhuma dúvida. Enquanto dizemos isso gostaríamos de pontuar que esta indústria está passando por tremendas mudanças. Se os veteranos de NM não se adaptarem aos novos tempos, eles terminarão como os dinossauros no passado. Duas forças estão estimulando esta mudança: primeiro, as influências da tecnologia e segundo, as mudanças demográficas das pessoas que entram na indústria. A não ser que os networkers aprendam as novas tecnologias e atualizem seus sistemas, eles serão marginalizados.

O futuro definitivamente não será igual ao passado. As perspectivas são entusiasmantes. Se você ainda não está nesta indústria, compre o seu Kit de Distribuidor e comece a fazer algo diferente em sua vida. Quem sabe, você pode ter a sua vida de volta.

Começando com a maior Oportunidade de Negócios do Mundo

01. Produtos! Produtos! Produtos!

Iniciar usando os Produtos. Você deve estar convencido de sua qualidade e obter resultados pessoais com eles. Quais são as características, benefícios e vantagens sobre os seus competidores? Tendo a sua própria experiência com o uso dos produtos você será mais convincente e persuasivo.

02. Conhecendo sua Companhia

Aprenda o máximo que puder sobre sua Companhia. Conheça a gerência pessoalmente e visite seus escritórios. Quanto mais conhecimento você tiver mais efetivo você será. Procure saber o seguinte: quem são os donos e qual a sua história? A quanto tempo a Companhia está operando? Qual é o volume de vendas e a velocidade do seu crescimento? Quantos Distribuidores existem e quão rápido é o crescimento da rede?

03. Como serei pago?

Entenda o Plano de Marketing. Estude o Plano de Marketing da sua Companhia. Peça ao seu upline que o explique em detalhes. Saiba as formas de pagamentos sobre suas vendas pessoais e sobre as vendas de sua downline? Verifique qual é a taxa de pagamento efetivo. Aprenda a prever quanto dinheiro você e o seu grupo irão ganhar em determinadas situações.

04. Você é o seu próprio patrão

Você agora é o dono do seu próprio negócio, o que significa que você pode trabalhar onde e o quanto quiser. Mas se você quer se sair bem, você deve estar preparado para trabalhar de forma árdua e inteligente.

05. Lista de tarefas

A Lista de Tarefas é uma ferramenta que todo livro de gerenciamento ou o seu guru lhe dirá para adotar. Temos uma especialmente desenvolvida para network marketers. Escreva a sua todos os dias sem falhar, pela manhã, no início do dia, ou na noite do dia anterior. Nós colocamos um check list para suas afirmações diárias e para sua revisão de metas.

06. Trabalhando de Casa

Você pode trabalhar de casa! John Milton Fogg, autor de "O Melhor Profissional de Network marketing do Mundo", iniciou o seu negócio na garagem de sua casa. Os negócios baseados em casa representam uma indústria de maior crescimento nos EUA.

07. Envolve seu cônjuge no negócio

Faça de sua família uma parte do seu time. Um prospecto que ligue para o seu escritório em casa e escute um rápido "Alô!... Ele não está em casa agora. Ligue mais tarde", não terá uma impressão profissional. Ensine a toda família como atender aos telefonemas. Mantenha-os entusiasmados por ajudá-lo a servir seus clientes e downlines. O prazer é o melhor motivador. Diga para as pessoas (na frente da sua família) o quão bons seus familiares são ao atender ao telefone.

08. Ensine a sua família a responder ao telefone

Sorria e tenha uma agradável saudação de negócios

Anote recados. Nunca pergunte para alguém se ele se incomoda de ligar mais tarde. Acredite – eles se incomodam! Convém informar a cada consumidor: "Estou certo de que ele deseja falar com você sobre este assunto. Pedirei que ele lhe retorne esta ligação o mais rapidamente possível!". Termine com: "Muito obrigado(a)!".

09. Quando usar o telefone coloque um espelho à sua frente

Algumas vezes não estamos conscientes de nossa condição emocional. Olhando-nos no espelho, podemos observar o nosso humor naquele momento. Podemos dar um sorriso para nós mesmos. Estranhamente isto melhora o seu tom ao telefone. Se você se sente bem por dentro, será melhor interpretado.

10. Seja acessível

O quão fácil é localizá-lo? Sim, sim – você acha que é fácil encontrá-lo sempre, afinal, você sempre sabe onde você está. Em muitas ocasiões, quando alguém menciona que você é um pouquinho difícil de ser encontrado, você simplesmente faz de conta que não ouviu? Preste atenção. Facilite para os seus prospectos comprar de você ou ser recrutado por você. Tenha um pager, um celular, secretárias eletrônicas, e-mail ou voice-mail; o que for necessário, esteja acessível. Se eles não conseguem encontrá-lo, encontrarão outra pessoa.

11. Secretária Eletrônica

Se você tem uma secretária eletrônica, você não gostaria que as pessoas deixassem somente o nome e o telefone em seu sistema. Você prefere retornar as ligações com as informações completas solicitadas. Aqui estão algumas sugestões que a sua mensagem de saudação deve apresentar: "Alô! Quem fala é fulano. Estou ajudando alguém neste exato momento. Espero poder ajudá-lo também! Por favor, deixe uma mensagem detalhada para que quando retornar a ligação, eu possa ter exatamente a sua informação solicitada. Use o tempo necessário para nos dizer como podemos auxiliá-lo melhor hoje. Retornarei a ligação o mais rápido possível. Agora quero ouvir de você tudo o que você precisa ou deseja. Entraremos em contato em breve!

12. Retornando a Ligação

Sempre deixando mensagens e nunca recebe um retorno? Se é uma ligação interurbana, isso pode ser desesperador. Tente essas idéias:

- Envie fax ou e-mail para combinar o horário em que você vai ligar.
- Se você ouvir uma secretária eletrônica, concentre-se nos seus objetivos ao dar retorno.
- Use sua voz! Deixe uma mensagem magnífica.
- Visualize: imagine que você está olhando para o seu prospecto face-a-face. Sorria! Torne a sua voz agradável e melódica e não entediada e ansiosa.
- Sempre inicie com um cumprimento.

- Ofereça 3 benefícios na sua mensagem – um presente, um contato ou até a informação que você dará quando o prospecto ligar para você.
- Fale sobre ele, não sobre você.
- Deixe pelo menos duas opções de horários para o retorno do recado.

13. Sua arma estratégica – caderneta de anotações

Mantenha uma pequena caderneta com você todo o tempo. Ela servirá para registro de contatos de campo, bem como para anotar as idéias que virão para você nos momentos mais inesperados. Enquanto espera por alguém, no avião, ou enquanto aprecia as vitrines. Anote-as e não as perca. Muitos programas de computador como o Microsoft Outlook vêm com Blocos de Notas eletrônicos. Use-as para colocar questionamentos, idéias, lembretes...

14. Jornada de Sucesso

Mantenha um caderno com seus sonhos e metas. Mantenha um registro dos planos de cada dia (Lista de Tarefas), assim como dos Planos mensais e anuais. Você estará muito próximo de atingir seus objetivos e realizar seus sonhos se escrevê-los e realizá-los a cada noite antes de dormir. Quando se sentir desanimado, revise seus apontamentos e verifique o que já conquistou. Seu espírito se elevará. Você estará pronto para continuar sua Jornada.

15. Construa seu Sucesso baseado no Sucesso dos outros

Network Marketing é um negócio de ajudar aos outros a melhorar suas vidas. O nosso negócio é estruturado de uma forma única, depende diretamente do sucesso que auxiliamos os outros a criarem para eles mesmos. Se você quer ter pouco sucesso – ajude poucas pessoas. Se você quer ter muito sucesso – auxilie um grande número de pessoas a ser bem-sucedido. Zig Ziglar diz, "Se você ajudar um número suficiente de pessoas a conseguirem o que eles querem na vida, você conseguirá tudo o que quiser e mais".

16. Paixão pelos Produtos

A paixão pelos Produtos, com o suporte de um bom Plano de Marketing, é o pré-requisito para o sucesso neste negócio. Se você não ama (sim, amar!) os produtos não irá funcionar! Lembre-se que este negócio é feito de propaganda boca-a-boca e se você não puder desenvolver a idéia para todos os seus amigos, sobre os produtos que você gosta e pessoalmente usa, não se envolva neste negócio.

17. Cartões de Negócios

A melhor lição que aprendi de Joe Girard, o maior vendedor de carros do mundo, de acordo com o Guinness Book, é dar cartões. Joe afirma que não é só para quem você conhece, mas para quem conhece você. Ele relatou um incidente que ocorreu quando ele foi a um jogo de futebol. Havia milhares de pessoas. Ele simplesmente jogou para o ar inúmeros cartões de visitas pessoais. Algumas pessoas pegaram, ligaram para Joe e compraram carros dele. Então seja generoso quando entregar seus cartões. É também importante você observar como recebe cartões de outras pessoas. Quando eles derem cartões para você, se possível, faça algumas perguntas antes de jogá-los fora. Lembre-se: um cartão de negócios é uma extensão da pessoa, portanto, guarde-os com grande respeito. Peça um segundo cartão para passar para alguém que esteja interessado no assunto. Então faça-o!

18. Seja único

Faça um cartão de negócio incomum. Você está em uma grande competição quando o seu business card é somente um dos cartões na coleção de alguém. Pense em maneiras de Ter o seu cartão de negócios diferente, único. Wally Amos, o homem dos biscoitos, pregava um pequeno pacotinho selado contendo um biscoitinho ao seu cartão de negócios. As pessoas adoravam comer o biscoito e guardavam o cartão. Você pode ser comum, mas com um pouco de criatividade e esforço, que tal se destacar na multidão.

19. Ache uma pessoa com um sonho

Pergunte às pessoas sobre os seus sonhos. Uma canção do musical south pacific diz, "se você não tem um sonho – como fará um sonho se tornar realidade?" Cecil Rhodes, um dos homens de negócios mais bem sucedido do Século XIX, recebia pessoas que vinham para a Rodesia procurar por oportunidades com a questão, "qual é o seu sonho?" Se as pessoas não tinham nenhum sonho, ele não as empregava. Perguntar sobre os sonhos mostra que você se preocupa e se interessa por elas. Também lhe dá mais oportunidades de ajudar.

20. Sorria

Olhe nos olhos de cada pessoas que você encontra e sorria. Isto lhe dá uma ótima aparência e você se sente muito bem. Sorrir é o cosmético mais barato que existe em nosso planeta.

21. Trabalhe em casa

Você pode economizar até 70% em móveis e computadores de segunda mão.

22. Família

Algum tempo atrás eu estava sentado à mesa e meus dois filhos adolescentes. Meu filho estava me falando sobre algo que aconteceu na escola naquele dia. Eu não escutei uma palavra do que ele disse. Quando ele terminou, comecei a falar com minha esposa sobre o meu dia sem um comentário sobre o que o meu filho havia dito. Ele se levantou da mesa, e eu não tinha notado até que ele começou a se distanciar. Perguntei a ele, então, sobre a escola. Ele replicou, "pai, eu já disse para você, mas sei que você não ouviu. Nada importa para você além desse seu trabalho em network marketing." Meus filhos precisavam saber que eles erma mais importantes do que o negócio.

23. Vida Equilibrada

Muitos profissionais de Network Marketing têm uma capacidade impressionante de deixar seu trabalho prejudicar sua vida pessoal – impressionante, por que as soluções são geralmente muito simples. No início de cada mês, faça um calendário de seus compromissos com sua família e pessoais para os próximos 30 dias e incorpore na sua agenda de negócios. Desta forma, você decide do que quer participar e coloca seu trabalho em torno disto.

24. Tempo para a Família

“Não se preocupe com o tempo que você passa construindo o negócio, sua família pode ficar sem você um pouco,” muitos racionalizam. Não é verdade. A Família precisa de atenção individualizada, assim como seu negócio. Um hábito que vale a pena é sentar-se com sua família, pelo menos uma vez por semana para jantar. Alguns profissionais de NM trazem seus filhos para desenvolver negócios com eles. Eles podem ajudar em várias tarefas como registrar informações, separar brochuras e outras atividades.

25. Estilo de Vida

Muitas pessoas se preocupam em saber com o que é gasto cada minuto do seu dia, para que não tenha que pagar um preço amanhã por desperdiçar tempo. Mas, muitos não podem dizer a mesma coisa sobre suas vidas pessoais. Cada profissional em NM deve ter um “plano de trabalho” a ser executado para ter uma boa vida. Assim como definimos metas para nosso negócio, devemos estabelecer metas para o que queremos viver em nossas vidas.

26. Por que Network Marketing?

Por que você quer estar neste negócio de NM? Muitas pessoas de sucesso neste negócio têm uma forte motivação neste sentido. É importante lembrar, reconhecer e compartilhar isto. Você desenvolve uma visão mais clara de seus objetivos.

27. Trate este negócio como um NEGÓCIO

Muitas pessoas tratam este negócio como ‘algo’ ou um esquema. Querem ganhar algum dinheiro rápido e depois irem fazer outra coisa. Você pode até ganhar algum dinheiro, mas irá certamente perder sua credibilidade com o tempo. Quanto mais cedo você entender isto, mais seriamente deve tratar seu negócio e melhor ele será.

28. Medo

Você não pode esconder o fato de que há pessoas que foram expostas ao imenso potencial do NM, mas não fizeram acontecer para elas. Elas foram totalmente convencidas, leram todos os materiais, mas foram barradas na primeira vez em que foram falar com alguém. A grande barreira é o MEDO – medo do fracasso, de ter má aparência, de ser ridicularizado. O medo existe quando as crenças não são fortes. A pressão vai desaparecer uma vez que você acredite que o que você oferece, não é somente valioso, mas também pode mudar a vida de alguém para sempre.

29. Ter responsabilidade

Assuma a responsabilidade ao invés de culpar alguém (a companhia, seus uplines, downlines,...), dar desculpas ou justificar seus erros. Este negócio, diferentemente do mercado tradicional, tem um número de coisas significativamente diferentes. O primeiro item é, há um sistema de suporte, coordenado por sua linha ascendente e pela companhia. Esta é uma vantagem que os negócios tradicionais não tem. Entretanto, esta mesma vantagem pode se tornar uma desvantagem, por que as pessoas tendem a acusar as outras no momento em que as coisas não vão bem. Os distribuidores têm vários alvos para acusar de seu fracasso, ao invés de tomar responsabilidade. Na maioria dos outros negócios, você tem que lidar com você mesmo.

A segunda vantagem (e também uma desvantagem) é que é um negócio relativamente fácil de iniciar: baixo capital, tempo parcial... Repito: quando as coisas não vão bem, os distribuidores tendem a se justificar e dar desculpas, ao invés de aprender com isso. Como não envolve nenhuma perda de capital ou dívidas, eles simplesmente desistem! Em outro tipo de negócio, ele ficaria até dar certo! Tome responsabilidade desde o primeiro dia e você vencerá muitas e muitas vezes!

CAPÍTULO II

PROSPECTANDO PARA O NEGÓCIO

30. Quem procuramos?

Há dois diferentes focos ao prospectar para o negócio. No primeiro caso, seu objetivo é encontrar consumidores potenciais ou consumidores. Alguns deles podem unir-se à sua organização e comprar ao preço de Distribuidor (Atacado). No segundo caso, você quer recrutar ou patrocinar novas pessoas para sua rede que não queiram ser só consumidores, mas também construir um negócio. Você deve procurar por todos os tipos de prospectos e não como saber em qual desses grupos ele irá se encaixar.

31. Referências

Peça referências às referências. Todo o conceito de MMN é baseado em referências, de uma pessoa para outra. Agradeça a todos que lhe derem uma referência. Peça outra. Quando ligar para uma referência diga, "Fulano, Cicrano sugeriu que eu ligasse, eu gostaria de poder lhe ajudar a encontrar o que você procura."

32. Deixando a porta aberta

Deixe a porta aberta. Você pode sentir-se acanhado quando alguém lhe diz que não quer unir-se à sua organização ou usar o seu produto. Você pode se sentir rejeitado e ficar com raiva. Mas, sempre procure uma forma de deixar a porta aberta. Tente fazê-lo se sentir bem, e você os encontrará novamente. Quando a cadeia Holiday Inn iniciou suas operações, todos os bancos rejeitaram Kemmons Wilson, quando ele solicitou empréstimos para iniciar o seu negócio. Ele arranhou empréstimos em outros locais e começou seu empreendimento. Então ele retornou aos bancos originais e fez negócios com eles também. Ele pode fazer isso porque sempre "deixava amigos por onde passava."

33. Cultivando pérolas

Você pode estar falando com a pessoa errada. Um network marketer de sucesso disse que todas as pessoas que ele conhece são como uma ostra. Ele sempre as abre e observa se há uma pérola em seu interior. Se não há, coloca de lado e dirige-se à próxima. Você está passando muito tempo com um prospecto que não tem uma pérola?

34. Anuncie você mesmo

Use todas as oportunidades para dizer para as pessoas sobre seu negócio. Envelopes, no seu papel de carta, no espaço em branco do seu cartão de negócios ou embalagens de qualquer tipo, você pode colocar informações sobre o que você está promovendo e vendendo.

35. Deixando uma Trilha

Tudo o que você envia deve apresentar uma trilha para que as pessoas retornem para você. Há literalmente milhares de itens promocionais que você poderá usar: fitas de áudio, brochuras, materiais de treinamento e folhetos... Todos devem conter seu nome e telefone de contato.

36. Pessoas sem visão

Ao prospectar pessoas para unir-se à sua rede, você encontrará pessoas que não visualizam o que querem na vida. A não ser que você possa inspirá-los e mostrá-los do que são capazes, é improvável que eles se tornem "bons candidatos". Eles nem verão, nem negarão que o MMN pode ser uma oportunidade para mudar suas vidas.

37. Faça ligações curtas

Tente não se distrair ou desviar do seu objetivo ao telefonar para marcar uma reunião com o seu prospecto. Ele pode estar ocupado, então mantenha a conversação rápida. É muito melhor explicar ou falar sobre certas coisas pessoalmente, do que ao telefone.

38. Pássaro que acorda cedo pega a minhoca

Já que você está pronto para seguir um programa de trabalho, sua primeira meta é prospectar para conseguir Consumidores e Distribuidores. Ao recrutar sua downline, fazê-los o mais cedo possível, aumenta a chance de que seus contatos assinem. Se você esperar, alguém pode contatá-los primeiro e você vai encontrar seus "prospectos quentes" abaixo de alguém, quando você ligar.

39. Lista de Prospectos

O primeiro estágio de prospecção é desenvolver sua lista de contatos. Não há duas fórmulas de iniciar o negócio. Uma lista de prospectos é a principal ferramenta com a qual você deve contar. Mark Yarnell exige que seus downlines tenham pelo menos 2.000 nomes cada um. A maioria deles imediatamente diz várias razões pela qual ele não consegue ter esse número de pessoas. Mas ele insiste e, uma vez que eles conseguem atingir esse número, passam a estar permanentemente em um estado mental pró-ativo.

40. Recrutando seus primeiros Distribuidores de 1º Nível

Recrutá-los é importante porque são as pessoas com quem você vai estar começando e, eventualmente, se dedicará mais, você pode querer recrutar um grande número de pessoas para achar aquelas que são realmente comprometidas a trabalhar corretamente. Mas, eventualmente, você deverá focalizar em recrutar no máximo 5 a 10 Distribuidores. NÃO RECRUTE PESSOAS COM AS QUAIS VOCÊ NÃO CONSEGUE CONVIVER!

42. Obtendo referências.

Referências são uma forma de manter sua lista de contatos crescendo. Quando você falar com uma pessoa que não está interessada, peça referências de pessoas que poderiam estar interessados tanto no produto quanto no negócio. Tente pegar pelo menos três referências e anote comentários como, por exemplo, o nome da pessoa que está dando a referência. Pegar referências é importante por que quando você fala da pessoa que te deu a referência, seu contato ficará bem mais à vontade para te escutar. Então mantenha escrito quem referiu quem e use esses nomes para abrir portas quando você fizer seu primeiro contato.

43. Prospectando Marido ou Mulher.

Se seu prospecto for casado, convide tanto o marido quanto esposa juntos para que eles possam ver o programa ao mesmo tempo. Então, você não ouvirá a desculpa "Eu tenho que falar com meu cônjuge antes."

44. Minerando diamantes.

Você nunca sabe quem será seu diamante. Pessoas de sucesso nesse negócio vêm de todas as formas e tamanhos. Pessoas que você não esperava que fossem prosperar crescem sem limites e outros que seriam ases, não tomam nem os primeiros passos. A melhor coisa que você faz é oferecer a oportunidade a todos e dar a eles atenção justa. No momento que alguém se mover, esteja lá e ajude-os.

45. Priorize sua lista.

Uma vez que você tenha sua lista feita, você pode priorizar os nomes (ou descrições) e começar a trabalhar. Você não deve deixar ninguém de fora com aquela conversa, "Oh, ele provavelmente não irá querer." Não os qualifique, priorize-os.

46. Prospecto sem nome.

Sua lista de prospectos não precisa ter somente nomes. Você pode incluir pessoas que você não sabe o nome como a garota que mora ao lado e que tem um corte no nariz. Esse negócio não foi criado para super-homens e supermulheres, qualquer pessoa pode ter um rendimento extraordinário. Então todos devem estar em sua lista.

47. Como priorizar sua lista.

Priorize sua lista de nomes. Existem várias formas de fazer isso. Um dos critérios que você pode usar é esse:

- a- Pessoas que querem melhorar sua situação financeira.
- b- Pessoa que já tem uma grande network ou influência.
- c- Pessoas bem orientadas.
- d- MLMers experientes.

48. Prospectando seu amigo

Seu melhor amigo pode não ser seu melhor prospecto. Na verdade, os melhores amigos podem ser os que mais desencorajam e desmotivam você. Ele pode fazer isso com toda sinceridade por não entender o conceito, ele pode achar que você vai se pego em algum esquema. Trabalhe com ele como você trabalharia qualquer outro prospecto – puxe, não empurre. Evite convencer alguém. Uma vez que você tenha compartilhado a oportunidade e as informações, deixe que eles falem ou pergunte o que eles acharam. Deixe-os se eles disserem que não estão interessados. Mantenha o contato e faça com que eles saibam de seus sucessos. Convide-os para eventos onde você será reconhecido e celebre suas metas alcançadas com eles. Quando você receber aquele cheque bem gordo, convide-os para sair e conte a eles. Pode ser que eles acordem e se eles precisarem encontrar você, eles saberão que a porta está aberta.

49. Prospectando um membro da família.

Da mesma forma, membros de sua família podem não ser necessariamente seus melhores prospectos. Eles podem comprar seus produtos e serem bons consumidores, mas se eles vão fazer ou não o negócio, vai depender da relação que eles têm com você. A coisa mais importante é não ficar chateado se seu irmão ou irmã não quiser se juntar a você. Faça como você fez com seus amigos; mantenha-os informados e celebre com eles. Sempre mantenha sua porta aberta, sempre.

50. Lembretes para sua lista de prospectos.

Algumas categorias de contatos são:

Parentes, vizinhos, amigos atuais, velhos amigos, amigos da escola, colegas de trabalho atuais, colegas de trabalho do passado, amigos da igreja, grupos sociais, grupos de interesse, pessoas que servem você como médicos, dentistas, cabeleireiros, etc.

51. Regra do AIONED

A regra cardinal em MLM é a regra do AIONED. A regra acontece quando você vai lá fora e verifica que "Alguns Vão, Outros Não. E Daí?" Outros estão esperando. Esta é uma arma contra o medo da rejeição.

52. Prospectos frios

Trabalhe em sua lista quente antes de fazer qualquer ligação fria. Mas sempre esteja pronto para falar com estranhos sobre o negócio. Muitas pessoas que você conhecerá, somente precisarão de um sorriso para descongelar. Uma vez que você tenha feito isso (sim, sorria!), se apresente e faça algumas perguntas. Que perguntas? Bem, as mesmas perguntas que você quer que ele te pergunte. "Em que você trabalha?" Escute-o e escute os sinais. Cedo ou tarde ele perguntará o mesmo para você dando permissão para que você fale sobre o negócio. A melhor resposta que eu já ouvi um MLMer dizer foi "Eu estou no negócio de fazer outros atingirem seu primeiro milhão." Você gostaria de saber mais se fosse com você? Tenha a sua própria maneira de dizer aos outros, faça-os morrer se você não contar o resto.

53. Depois da Lista Quente

O que você faz após terminar a lista quente? O que você precisa ter certeza é se realmente você terminou com sua lista quente. Muitas pessoas gostam de ir para outros mercados porque qualificaram a lista quente e acham que essas pessoas não querem fazer o negócio. A razão pela qual algumas pessoas fazem isso é porque elas ainda têm dúvidas sobre o MLM ou os produtos e querem trabalhar em um mercado menos "arriscado", ou seja, pessoas que elas não conhecem e portanto, se não forem bem sucedidas, não ficará tão mal para elas.

54. Publicidade Barata

Coloque pôsteres ou folhetos em locais onde você vai, como supermercados, centros comunitários, restaurantes, etc. Ande com pequenos pacotes de literatura para que você possa falar sobre o negócio aonde quer que vá.

55. Onde Pescar

Então onde você encontra bons prospectos após esgotar sua lista quente? Volte para seus critérios em priorizar os seus prospectos (veja dica no. 47) e vá a locais onde eles estão. Pessoas que querem ganhar mais dinheiro devem estar em seminários sobre o tema ou sobre prosperidade. Elas lêem revistas sobre dinheiro e sucesso. Se você quer ser um pescador de sucesso, você deve pescar onde os peixes estão, certo?

56. Testando

Considere todas as técnicas de marketing para gerar contatos desde que você se mantenha focalizado no mercado que quer atuar. Um exemplo é anúncio, embora essa possa ser uma técnica cara. Se você vai usar anúncios, tenha certeza de que vai funcionar. A única maneira de ter certeza de que vai funcionar é testando. Teste alguns textos de anúncios para verificar sua eficiência. Se for muito caro testar um anúncio, converta em fax marketing e envie até obter respostas satisfatórias.

57. Títulos

Os títulos são muito importantes. Se você está prospectando, os títulos podem fazer toda a diferença. Gerry Robert, um consultor de marketing internacional, tem uma forma interessante de verificar se seus anúncios têm títulos chamativos. Imagine que está colocando um anúncio em lista telefônica (Páginas Amarelas). Simplesmente o título e o telefone abaixo, as pessoas irão ligar? Se você achar que as pessoas irão ligar somente por conta do título sozinho, provavelmente este é um bom título.

58. Ligações frias, como fazer?

Se você está fazendo ligações frias para marcar um compromisso, não tente explicar os produtos ou o negócio por telefone. LEMBRE-SE: focalize em marcar um compromisso. Se o prospecto pressionar você a dizer sobre o que se trata, diga que demorará muito tempo, ou que é muito difícil fazer por telefone. Enfatize que você só precisará de 30 minutos ou uma hora do tempo para compartilhar a oportunidade. Você não quer dar a chance a alguém de te dizer não antes que você tenha uma chance real de

mostrar como funciona o programa. CHAVE PARA O SUCESSO: Acredite que o que você tem é algo fantástico e que quem quer que você ligue terá vontade de fazer também.

59. Anunciando seus novos downlines

Uma das melhores maneiras de atrair atenção de seus prospectos é enviando informações sobre seus novos downlines. Seus prospectos podem conhecer alguém da lista e podem se perguntar por que eles ainda não se juntaram a Companhia.

60. Dê às pessoas razões de porque outras pessoas fazem.

Compre cópias do livro 52 razões de por que as pessoas fazem MLM e distribua a seus prospectos.

61. Encoraje visitas

Se você pode convencer um prospecto a visitar seu escritório ou a participar de um evento de treinamento, 90% das vezes ele entrará no negócio. Quando a pessoa vir o clima de trabalho, ela fica impressionada com a atividade.

62. Internet

A última palavra na cidade é o e-commerce, que irá tentar muitos de vocês a ficar atrás dos teclados esperando para fazer recrutamento on-line. Enviar e-mails para oferecer a oportunidade pode ser uma faca de dois gumes. Ao invés disso procure criar um site de recrutamento ou conversar com pessoas que se interessam pelo tema em fóruns e newsgroups específicos.

63. Prospectando de forma agressiva

Comece falando para o prospecto que você não recruta todo mundo que aparece na sua frente. Você só quer os melhores e mais comprometidos. Pergunte por que eles acham que poderiam ser distribuidores. Tenha certeza de que irá perder muitos candidatos, mas aqueles que assinarem irão ficar.

64. Prospectando o Homem na Rua

De repente, o carro de um MLMer pode quebrar tarde da noite. Um taxista passou e você pergunta se ele pode te ajudar a funcionar o carro. O MLMer pode conversar com ele sobre tempo e dinheiro e terminar recrutando-o.

65. Prospectando os Grandes

Procure o departamento de Recursos Humanos de uma grande empresa e verifique se eles mantêm um banco de dados de currículos de velhos empregados ou candidatos. Essa pode ser uma boa fonte de informações de pessoas que podem ser convidadas para um evento.

66. Use o entusiasmo da Juventude

Se você não está prospectando recém graduados, você está perdendo uma grande oportunidade. Como diz um ditado chinês: "Heróis nascem da juventude." Muitas pessoas jovens acreditam que estão na melhor idade para aceitar desafios. Não são casados, não têm filhos e trabalham o que for necessário.

67. Prospectando todo mundo

Você colocou em sua lista pessoas deficientes físicas? Por quê?

CAPÍTULO III

APRESENTANDO O NEGÓCIO E PATROCINANDO PROSPECTOS

68. Maneiras Fáceis de Começar

Convide alguns amigos ou vizinhos para uma apresentação em casa. Se você se sentir confortável, faça a apresentação você mesmo. Caso contrário, peça ao seu upline para fazer algumas apresentações para que você observe ou ajude enquanto você aprende.

69. Visualizando

Ajude os seus downlines a visualizar os quão satisfeitos eles podem ficar usando o seu produto. Assim como um vendedor de carros bem sucedido diria a seus clientes quando estes entrassem no carro para um test drive: "Espere um pouco... você parece tão bem nesse carro! Deixe-me mostrá-lo", segurando um espelho de forma que eles possam ver a si mesmo como prósperos, bem sucedidos, felizes, proprietários de um carro novo! Quando os seus downlines usarem os seus produtos, por exemplo, algo para emagrecer, ajude-os a ver como eles se tornam bonitos e saudáveis.

70. Encorajando o Desejo

Encoraje o desejo. Distribuidores de sucesso fazem isso de muitas formas. Uma é criar um retrato muito atrativo, assim a pessoa pode literalmente, ver, sentir, cheirar, ou então, experimentar possuir o produto. Ou eles fazem a pessoa sentir um senso de perda sem o item. Por exemplo, "Hoje em dia, todos procuram uma segunda fonte de renda" ou "É a última novidade na cidade" reflete esse apelo ao desejo de não ficar para trás.

71. Benefícios e não Características

Para criar interesses enfatize os benefícios do produto que apelam para a necessidade do cliente. Não apenas explique como o produto funciona e porque, mas descreva os benefícios que essas características oferecem. Enfatize benefícios, e não as funções do produto. Por exemplo, ao promover um produto para a saúde, diga ao prospecto o que o produto fará por ele: "Você será capaz de perder 3 a 5 quilos por semana; e ainda vai ter todos os nutrientes que você precisa, pois esta formulação contém todos os aminoácidos essenciais, vitaminas e minerais recomendados pelos médicos".

Não comece com algo que diz o que o produto tem para que possa fazer o que faz: "Esse produto foi testado e contém oito aminoácidos, 15 vitaminas e 20 minerais".

72. Primeira Impressão

Quando você está vendendo um produto você está vendendo você mesmo. A primeira impressão que você dá inicia o processo. Por exemplo, uma aparência profissional no seu contato inicial ajuda a construir seu poder de convencimento. Porque você parece bem sucedido, o prospecto imagina que o que quer que você faça, é bom, já que você teve sucesso com isso. Para alcançar essa "aparência de sucesso", você deve vestir-se com estilo, manter suas roupas limpas e engomadas, ter os seus sapatos engraxados, e levar qualquer material de vendas de uma forma profissional apropriada (como uma maleta ou pasta de couro).

Da mesma forma, reforce sua imagem de sucesso profissional com um ambiente que sugira sucesso. Por exemplo, consiga um local de reuniões que seja bem mobiliado para criar uma imagem de sucesso (nenhuma lanchonete barata, por favor). Se você vai dirigir até a reunião, assegure-se de que seu carro cause boa impressão.

73. Personalizando a Apresentação

Evite uma apresentação enlatada de vendas, onde as pessoas pensem que você está lhes dando uma história pré-programada ou apenas lendo um script. Isso soa muito mal e é um ponto negativo real. Ao invés disso, fale de coração e relate como o produto lhe ajudou e como pode beneficiar os outros.

Venda-se primeiro ao prospecto. Para fazer as pessoas responderem positivamente ao seu produto ou oportunidade de negócios, é importante que eles tenham uma boa impressão de você primeiro.

Use você mesmo como exemplo. Fazendo-os enxergar como você se beneficiou ou teve sucesso é uma boa maneira de persuadir os outros. Uma abordagem é dizer às pessoas como, ao usar o produto, você mudou ou o quão bem você se saiu ao trazer outras pessoas para juntar-se ao seu time de vendas para comercializar o produto. Deixe que a maneira como você mudou fale por si só. Por exemplo, se você perdeu 15 quilos ou acabou de comprar um carro novo, as pessoas notarão o seu sucesso. Elas começarão a perguntar como podem ter o que você tem. O que você é, fala mais alto do que o que você diz.

74. Pescar, e não Caçar

Uma outra forma de aumentar o seu volume de negócios é estar atento a toda oportunidade de contar sua história. Onde quer que você esteja, com quem quer que esteja, busque uma oportunidade de falar sobre o seu produto ou negócio e como ele o ajudou. Por exemplo, suponha que alguém mencione o problema de estar cansado. Você pode oferecer uma solução sugerindo experimentar o seu produto. Entretanto, assegure-se de que seja uma situação apropriada. Não pareça estar empurrando o produto. Simplesmente compartilhe como o produto ou a companhia melhorou sua vida.

Solte iscas sobre seu produto ou negócio. Você pode fazê-lo durante conversações rotineiras, e então deixe que os outros peçam mais informações. A vantagem dessa abordagem é conseguir pessoas interessadas que o procurem por mais informações, ao invés de você ter que persuadi-los a fazer algo. Como resultado, eles não ficarão defensivos pensando que você está tentando vendê-los alguma coisa. Esta estratégia é particularmente boa com amigos, que à vezes tendem a sentir-se decepcionados por você estar tentando usar a sua amizade para fazê-los comprar algo.

75. Trazendo Prospectos para uma Reunião

Você pode aumentar as suas chances de sucesso quando trás um prospecto para uma reunião seguindo as seguintes dicas:

Se você marcou um compromisso com vários dias de antecedência, ligue para confirmar que você está indo ao compromisso naquele dia; assim você aumenta as chances de a pessoa ir como previamente acordado. Vá buscar a pessoa se você puder. Assim você torna o mais conveniente possível para o seu prospecto. Caso contrário, eles podem concordar em encontrá-lo na reunião e não aparecem. Vá para a reunião cedo, preferencialmente, de 10 a 15 minutos antes do combinado. Isso lhe dá uma boa chance de conseguir um bom assento de forma a poder ver tudo que está se passando, e você pode apresentar o seu prospecto a outros e gerar entusiasmo acerca dos benefícios que serão apresentados mais tarde. Tenha um contrato de distribuidor e um pacote com materiais prontamente disponível para dar ao seu prospecto no final da reunião. Faça com que seu prospecto assine após a reunião. Se ele quiser pensar mais, faça o acompanhamento em 1 dia ou dois.

76. Eduque

Seja um educador. Negócios maiores são construídos ao educar alguém em um conceito, ao invés de apenas vender um produto ou sua companhia. Eduque o seu prospecto sobre as idéias e conceitos por trás do marketing de rede, como agenda flexível, múltiplas fontes de renda virtual, etc. uma grande rede é construída recrutando-se construtores de negócio convencidos do conceito do negócio e não apenas consumidores convencidos dos produtos.

77. Questionamento Poderoso

Use perguntas poderosas para estimular o seu interesse ou mudar seu paradigma. Faça-as perguntas que vão sacudi-lo um pouco, por exemplo: "Se por qualquer motivo você não estiver empregado amanhã, você tem outra fonte de renda para continuar a sustentar sua família?"

78. Não Empurre, Puxe

Uma pessoa convencida contra a vontade vai continuar não convencida. Se o seu prospecto não está te ouvindo, você não está dizendo o que ele quer ouvir. Pare de empurra quaisquer outras informações para ele.

79. Pergunte, não Diga

Pergunte ao invés de dizer. Se você investir muito tempo dizendo para uma pessoa, ele pode terminar não concordando de qualquer forma. Se você fizer muitas perguntas, você obriga a pessoa a pensar e tem muito mais chances de torná-lo interessado.

80. O Momento Certo é Tudo

Apresentar o negócio não é nada mais do que ouvir o prospecto para entender suas necessidades e escolher as coisas certas para dizer a ele que irão de encontro a essas necessidades. Se você achar que o prospecto não está com um ânimo receptivo e não está realmente te ouvindo, talvez você não queira falar sobre o negócio.

Este negócio tem muito a ver com encontrar o tempo certo. Algumas vezes, pode ser necessário dividir um encontro com um prospecto em duas partes porque pode não ser o momento certo para entrar em detalhes no primeiro encontro.

81. Patrocinando em 4 Passos

A próxima regra do patrocínio é: "Ninguém vai ouvir o que você vai dizer a menos que você diga o que eles querem ouvir". Você tem quatro passos para conseguir isso:

A. Faça PERGUNTAS e ESCUTE

Perguntar o quê e escutar o quê? Pergunte-o que você quer que ele lhe pergunte (veja as idéias 52 e 79) e escute os seus "botões quentes" (suas necessidades e qualquer coisa que o anime).

B. Construa Afinidade e Confiança

Você consegue isso encontrando pontos em comum, desde manifestar a mesma linguagem corporal, até interesses comuns.

C. Compreenda suas Necessidades

Por que as pessoas querem se envolver com o marketing de rede? As razões variam desde agenda flexível até ter uma oportunidade de falar em público. Pessoas diferentes têm razões diferentes. Compreenda-os e esteja receptivo às suas necessidades.

D. Apresente o Negócio

Apresente o negócio de uma maneira que vai de encontro às necessidades do prospecto. Há algumas razões para conseguir isso: apresente a filosofia da liberdade de tempo ou renda residual, fale sobre os produtos ou simplesmente compartilhe os potenciais de ganho de dinheiro.

82. O Sapato do Tamanho Certo

Um conhecido distribuidor de marketing de rede disse que esse negócio é como comprar sapatos; você escolhe um e, se não é do seu tamanho, consegue outro que seja. Ninguém em sã consciência vai escolher um sapato de um tamanho errado. Este negócio, assim como escolher sapatos, trata-se de escolher pessoas; nem sempre vai servir e você pode ter que deixar algumas pessoas serem o que elas querem ser. Nós estamos no negócio que pode mudar as vidas das pessoas, mas precisa necessariamente mudar as pessoas.

83. De Quanto Você Precisa?

Quantas pessoas você precisa recrutar? Kim Klaver, em sua fita de áudio "Então você quer ser um distribuidor de marketing de rede", mencionou que pesquisas mostraram que a maioria dos líderes na indústria ganhando US\$ 20 mil ou mais por mês, tem, no máximo, quatro linhas que produzem mais de 80% de sua renda! Ela também disse que o maior distribuidor de MLM do mundo tem apenas 12 linhas e agora tem 25% do mundo na sua downline. E nem todos os 12 discípulos de Jesus eram tão bons – um deles até o traiu!

84. Depois de Cadastrá-lo

Uma vez concluída a apresentação a um prospecto, e se você foi bem sucedido, algumas coisas podem acontecer. Ele pode apenas decidir experimentar os produtos, e nesse caso você pode tanto vendê-lo alguns ou fazê-lo juntar-se à rede e comprar com desconto. Deixe-o tomar a decisão. Se ele quiser assinar, cadastre-o e ensine-o a colocar um pedido na companhia. Faça-o ligar para você caso tenha alguma dificuldade. Se ele quiser juntar-se ao negócio, você ainda assim vai querer que ele ponha as mãos nos produtos. Após aprender como pedir produtos, ensine-o a como construir o negócio.

85. A Primeira Impressão é a que Fica

Você será pago por pensar um pouco sobre como os seus downlines lhe apresentam aos downlines deles. A forma como você é apresentado pode melhorar sua credibilidade e desta forma, encorajar o futuro envolvimento deles em suas atividades, incluindo treinamentos.

86. Conte a sua História

Todos os distribuidores de MLM devem ter sua própria história sobre como eles iniciaram no negócio e o que os motivou a fazer o que fizeram. A história que você conta deverá inspirar seus distribuidores, e como estará vindo da sua real experiência de vida, deverá também permitir que alguns prospectos identifiquem-se com ela. A história poderá ser uma história comum, mas como é real, será poderoso e convincente.

CAPÍTULO IV

LIDANDO COM AS REJEIÇÕES E OBJEÇÕES

87. As coisas mudam em 100 dias.

Se um prospecto lhe diz não hoje, não significa que este NÃO seja para sempre. Tudo é uma questão de momento, de "timing". Se ele diz não para você, diga para si mesmo que ele está somente dizendo que "agora" não é o momento apropriado. É vital que você mantenha uma possibilidade aberta e nunca se chateie ou se desmotive com o permanente abrir e fechar de portas. Ao invés disso, diga algo como "Obrigado por ter investido um pouco de seu tempo para investigar esta oportunidade comigo. Estou certo de que você poderá assumir este negócio comigo, mas que agora ainda não é o momento ideal para você começar. Posso contar com você, para que quando quiser saber mais informações irá entrar em contato comigo?" Ajude-o a assumir este compromisso. Entre em contato com este prospecto periodicamente, a cada 100 dias. Eu já vi muitas pessoas passarem de "absolutamente desinteressadas" para "Ei! Lembra daquele negócio que você estava me falando naquele dia?" em uma questão de semanas. A chave é fazer com que seja fácil para ele ligar para você, rompendo a provável barreira do ego.

88. No início, o silêncio vale ouro.

Em absoluto, não deixe seus distribuidores fazerem ligações para recrutamento antes de estarem adequadamente treinados, nem deixe que eles sofram rejeições antes de estarem treinados para lidar com elas. Tudo o que é necessário são umas poucas objeções para liquidar com a autoconfiança e crenças do seu novo distribuidor. A pior rejeição, na verdade, pode vir do próprio cônjuge! A melhor coisa a fazer é proibi-lo de falar com alguém sobre a oportunidade, antes que ele esteja adequadamente treinado.

89. Como...

Encontrar rejeições e objeções é uma parte comum no negócio. Entretanto, se você adotar os princípios SW, SW, SW, você permanecerá intocado. De 100 pessoas com que você fala, somente 5 serão bons distribuidores! Os restantes das pessoas serão céticos, distribuidores improdutivos, clientes,... É um jogo de números, onde há quatro pontos importantes a serem lembrados:

- **Não trate como trabalho.** Divirta-se. Diga a si mesmo que você tem a melhor oportunidade para compartilhar com as pessoas, e infelizmente algumas pessoas não iram se beneficiar disso. E se eles não entrarem, faça deles mais um amigo. É também uma questão de "timing".

- **Aprenda a lidar com objeções** da melhor forma possível, e você estará sempre aumentando suas chances de sucesso.

- **Aumente o número de pessoas** com quem você compartilha a oportunidade.

- **Aperfeiçoe sua habilidade em apresentar a oportunidade**, de forma que se adapte melhor a pessoa para quem você está apresentando.

Alguém uma vez disse que se uma pessoa realmente entende o que é o Network Marketing, há muitas poucas razões reais pelas quais ela não entraria neste negócio. Infelizmente, na maior parte das vezes, as pessoas não querem ou não tem a possibilidade de ter uma completa visão do que é realmente esta indústria.

90. Objeção é muito bom!

As objeções dão a oportunidade de entender o que se passa na mente dos prospectos. A pior situação é quando uma pessoa diz somente que a oportunidade não é para ela. Não há como lidar com esta rejeição, a não ser que você fique tentando definir as objeções específicas do prospecto.

Sugira possíveis objeções para ele: "Algumas pessoas se preocupam se este pode ser um esquema de pirâmides. É esta sua dúvida? Se sim, deixe-me explicar a diferença para você." Outro caminho é mostrar somente como a oportunidade parece que é e depois corrigir com a visão correta: "Que visão você tem desta oportunidade que lhe apresentei? Bem, a figura que eu tinha em mente era de eu ir e porta-em-porta vendendo xampu e minha reação imediata foi: não é isso que eu quero fazer! Este foi também seu caso?"

A idéia é fazer com que ele se sinta confortável para compartilhar suas opiniões com você.

91. Objeção: Eu não tenho nenhum dinheiro.

Possível resposta: "bem, esta é uma boa razão pela qual você deve considerar este negócio. Qualquer outro negócio requer muito capital. No Network Marketing, você precisa de muito pouco capital. Para ser preciso, você só necessita de R\$ _____ para iniciar o negócio. Além disso o fundamental é o desejo de ser bem sucedido e a consistência e disciplina em trabalhar".

92. Objeção: Eu não sei vender, não sou um vendedor.

Possível resposta: Quando me apresentaram este negócio, imaginei que eu deveria trabalhar de porta-em-porta, vendendo xampus. Bem, logo vi que esta imagem ficou no passado, pelo menos para mim. Nós não vendemos no conceito tradicional de vendas. O que fazemos é compartilhar as informações sobre os produtos que pessoalmente usamos e gostamos.

Ou: "Eu não sei vender também. Nós temos fitas de vídeo que explicam os produtos e encorajam as pessoas a comprar".

Ou: "Deixe-me perguntar isto: se você vê um bom filme, você diz para seus amigos sobre ele? Da mesma forma, nós compartilhamos informações sobre nossos produtos. Não é uma venda em si. É propaganda boca-a-boca".

93. Objeção: Eu não tenho tempo.

Possível resposta: "Eu entendo como você se sente. Eu achava que não ia ter tempo nem para mim mesmo! Mas eu descobri, que para o que é realmente importante, sempre encontramos tempo! Já conversei com muitas pessoas como você, e vi que muitas vezes é muito importante encontrar mais tempo para desenvolver uma atividade para ter renda extra."

Ou: "É interessante perceber que, como você, a maior parte das pessoas passa muito tempo em um emprego, enquanto poderiam estar fazendo algo para si. Muitos terminam não fazendo nada sobre isso. Então, quando eu escuto que as pessoas não tem tempo, percebo que não o tem somente porque o dedicam ao seu próprio chefe!"

94. Objeção: Eu não conheço muitas pessoas.

Possível resposta: "Bem, é o que muitos pensam. As pesquisas mostram que, em média, cada um de nós conhece pelo menos 80 pessoas pelo nome. Se você puder pensar nisso, garanto que consegue lembrar de pelo menos 10, o que já é um bom começo!"

Ou: "Você gostaria de conhecer mais pessoas? Esta é uma ótima forma de conhecer mais pessoas!"

95. Objeção: Vou pedir para a minha esposa para analisar isto.

Possível resposta: "Eu certamente gostarei de falar com sua esposa sobre isto! Por falar nisso, acha que ela se interessaria?"

Ou: "Estou feliz que você queira fazer isto, mas também quero lhe dizer que muitos casais que trabalham juntos acham mais interessante e mais divertido. Deixe-me lhe falar mais..."

96. Objeção: Vou perguntar para meu marido sobre isto.

Possível resposta: "Estou feliz de que você queira fazer isto. Eu sugiro que eu me encontre com vocês para passar algumas informações que talvez você ainda não saiba. Quando seria uma boa oportunidade?"

97. Objeção: É uma pirâmide?

Possível resposta: "Acho que você deve estar se referindo ao esquema de pirâmides que, em geral, pode ser identificado por duas características: 1) Sem produtos ou serviços a serem vendidos e 2) Requer uma grande quantidade de dinheiro a ser paga antes para que depois possa ganhar algo. Bem, esta companhia a que me refiro é legal e não tem nenhuma relação com pirâmides".

98. Objeção: É muito difícil, para mim, arranjar outras pessoas.

Possível resposta: "Eu entendo sua preocupação. Logo que eu iniciei meu trabalho, eu achei que precisaria recrutar muitas pessoas e que isso seria difícil ... até que eu entendi o poder da duplicação. Deixe-me perguntar para você: Você acha que seria difícil recrutar uma pessoa por mês? Se você pode fazer isso e se os que você recrutar façam o mesmo, quantas pessoas você terá até o fim deste ano?"

Ou: "Seria difícil se você acha que esse negócio é só arranjar pessoas. Entretanto, se você puder ver como compartilhar os produtos que você gosta e recomenda, ou compartilhar uma oportunidade que poderia ajudar a muitas pessoas a ter uma renda extra, então passa a não ser difícil".

99. Objeção: Não estou interessado.

Possível resposta: "Eu aprecio sua honestidade. Embora a maioria das pessoas esteja interessada em ganhar dinheiro extra no seu tempo disponível, eu vejo que as pessoas não têm interesse por causa de algum ponto específico que pode incomodá-los. Gostaria de saber sua opinião".

100. Objeção: O mercado já não está saturado?

Possível resposta: "Difícilmente. A indústria em local algum está próxima de saturação. Por exemplo, você pode pensar que o mercado está saturado de lojinhas que vendem xampus e produtos de beleza, mas a cada dia abrem novas lojas e novos produtos são lançados no mercado".

Ou: "Difícilmente. Diga-me! Quantos de seus amigos estão, hoje em dia, trabalhando seriamente em uma empresa de N.M.?"

101. Objeção: Eu não preciso trabalhar mais duro do que já trabalho agora.

Possível resposta: "Pessoalmente, eu não acredito que as pessoas devam fazer isso. Devemos trabalhar de forma inteligente, e é por isso que eu estou falando para você deste negócio."

Ou: "Esta é exatamente a razão pela qual eu entrei neste negócio. Aprendi que através do NM, posso maximizar meu tempo para criar prosperidade sem ter que trabalhar tão duro. Dei-me mostrar como... (***)"

102. Objeção: Eu já tentei antes e não funcionou para mim.

Possível resposta: "Sinto muito em ouvir isso. Bem! Gostaria de aprender com sua experiência. Poderia me dizer o que deu errado? (Deixe-o contar a história) Obrigado por compartilhar o que aconteceu, você me permitiu também compreender alguns pontos que você considera uma dificuldade. Deixe-me dizer para você porque estes problemas não irão se repetir no caso de trabalharmos juntos..."

Ou: "Se eu lhe fizer uma pergunta, você me responde da maneira mais sincera? Se você é um engenheiro especializado em construir pontes, e a primeira ponte que você constrói cai; você pensaria e falaria que este negócio de engenharia não deu certo para você e que nunca mais vai construir pontes? Você não irá se perguntar o que fez errado, para corrigir e tentar novamente e não cometer mais os mesmos erros?"

103. Quatro adversários mentais.

Mark Yarnell, um bem-sucedido distribuidor de NM, tem uma boa referência sobre os tipos de prospectos que você encontrará no mercado. Ele diz que a cada 200 pessoas que você contata, 80 vão dizer não quando você as convidar para um encontro (REJEIÇÃO). Dos 120 restantes, somente 70 irão comparecer (DECEPÇÃO). Dos 70, 13 se tornarão distribuidores, 57 não vão estar interessados ou não vão tomar decisão alguma (APATIA). Das 13 recrutadas, uma vai continuar e vai, eventualmente, ganhar mais dinheiro. As outras 12 irão deixar o negócio mais cedo ou mais tarde (ATRITOS). Para ser bem sucedido neste negócio, você deve se preparar par estes quatro adversários mentais.

104. O que você tem em sua mente torna-se realidade

Alguns distribuidores têm tanto medo de encontrar rejeições e objeções, que terminam por só as encontrar no negócio! Isto é porque o que eles têm na mente, é o que o corpo mostra através da linguagem corporal. Sua falta de segurança cria mais desconfiança por parte do prospecto.

Como dissemos no item 90, as objeções são positivas. Você só tem que aprender como lidar com elas e a ao achar que elas são o fim as sua carreira em NM.

CAPÍTULO V

DESENVOLVENDO LIDERANÇAS E TREINANDO PARA O SUCESSO

105. Categorize seus Distribuidores

Isto é crítico para seu sucesso em construir uma grande organização. Seu sucesso depende do sucesso em despendendo apropriadamente o tempo com os diferentes tipos de Distribuidores. Muitos networkers ficam exaustos com Distribuidores que dão a ilusão de que são grandes potenciais no negócio, mas na verdade, nunca fazem isso. Você pode acabar perdendo tempo com pessoas que nunca irão participar de todas as reuniões que elas disseram que iriam.

106. Categoria "A"

Estas são as pessoas que assinam com a intenção de fazer o negócio e entram em ação. Estes são os mais valiosos e aqueles que você deve dedicar mais tempo e atenção. Você deve colocá-los no caminho rápido e fazê-los ter resultados o mais rápido possível para que eles possam continuar sempre motivados.

107. Categoria "B"

São aqueles que assinam com a intenção de fazer o negócio, mas não entram em ação. Estes são os maiores desperdiçadores de tempo, porque eles vêm fantasiados de A e você leva muito tempo fazendo-os entrar em ação. Existem muitas razões pelas quais ele não entra forte no negócio, mesmo que ele estivesse inicialmente motivado a isso no início. Muitas vezes o sistema de crenças dele faz com que ele tenha ainda muitas dúvidas sobre o negócio e ele não acredita que pode funcionar. Pode ser também por conta dos produtos ou do medo de não ser acreditado. É importante que você identifique esse grupo e coloque-os dentro dos A ou dos C.

108. Categoria "C"

São aqueles que simplesmente assinam para comprar produtos mais baratos. Eles são consumidores e um grupo importante em sua organização. Consumidores satisfeitos podem se tornar Distribuidores ativos, por isso é importante que eles sejam notificados de todas as reuniões de negócios. Eles podem aparecer um dia e surpreender você. Eles não precisam de muita manutenção. Você pode aumentar o valor dele na organização fornecendo periodicamente para ele informações sobre os produtos, especialmente novos lançamentos. A meta é expandir o número de produtos que eles usam com o tempo.

109. Categoria "D"

São aqueles que assinam somente para se livrar de você. Se você não souber que eles não têm a intenção de fazer o negócio, você irá perder muito tempo correndo atrás deles. Livre-se dos D.

110. Diferenciando A & B

Uma pergunta muito comum é como diferenciar A & B. A maneira de revelar um B que está se disfarçando de A é perguntar a ele sobre um comprometimento de tempo. Você pode fazer algo como isso: "John, eu entendo que você quer construir o negócio e eu quero comprometer o meu tempo com você. Agora, eu preciso de um compromisso firme seu. Você passaria pelo menos 36 horas por mês no negócio pelos próximos 6 meses?" Se ele disser não, ele provavelmente é um B e é melhor mantê-lo como um consumidor até ele se decidir.

111. Transformando B em A

Como você motiva uma pessoa que está sofrendo de inércia e não consegue começar? Ou seja, como transformar um B em A? Uma maneira efetiva de fazer isso é colocá-lo no meio de todos os A. Apresente-o aos A ativos e entusiastas, especialmente aqueles que tem background similar e deixe que eles façam a mágica.

112. Nutrindo os A

Para garantir que o seu A fique como A é necessário nutri-lo. Comunicação constante, especialmente nos primeiros meses, é vital. Este será o seu período informativo, e é comum que ele enfrente muitos desafios e opiniões negativas. Você tem que está perto dele para animá-lo. MLM é um negócio de relacionamentos e os relacionamentos mais importantes que você tem são com seus A.

113. Pratique a regra da reciprocidade

A regra é seu Distribuidor dá um passo na direção certa, dando suas metas a você, você deve dar um ou dois passos junto com ele, reconhecendo-o e trabalhando com ele sobre suas metas. Isto é muito mais produtivo que ficar correndo atrás das metas dos B.

114. Regra do 80-20

Passa 80% de seu tempo com 20% de seus Distribuidores que estão dando ou darão a você 80% dos seus resultados. Esta indústria é cheia de falantes sem ação, pessoas que falam de suas glórias e dizem muito, mas nada fazem.

115. Descubra os vencedores

O maior arrependimento dos MLMers bem sucedidos é ter passado tempo demais com as pessoas erradas. Aceite o fato de que algumas pessoas não vão fazer o negócio, mesmo que assinem a proposta, eles nunca vão fazer sucesso. A habilidade é aprender a desistir e deixar a natureza cuidar. Nós precisamos localizar os vencedores. Caso contrário, seria como malhar em ferro frio.

116. Cultura de aprendizado

Construa uma cultura de aprendizado perguntando para seus downlines: "O que você aprendeu?" após cada evento. Encoraje suas linhas diferentes a trocar experiências. Distribua artigos e recomende fitas e livros.

117. Treinamento - O Esqueleto

Treinamento é o esqueleto de uma organização bem sucedida. O treinamento de seus Distribuidores não pode ser deixado ao acaso. O treinamento deve ser duplicável, com um caminho definido e o distribuidor deve ser guiado individualmente pelo seu patrocinador. Treinamento não é confinado a situações de sala de aula. Essas são poderosas, mas não mais do que o treinamento um a um. Ele não só é mais efetivo como também é mais fácil de se duplicar. Além do treinamento em sala de aula, é importante usar outras ferramentas como vídeos e fitas de áudio, manuais, teleconferências (uma a um ou a três) ou videoconferência. Mais uma vez, o ponto é fazê-lo simples e duplicável.

118. Patrocínio - A Coluna Vertebral

Se o treinamento é o esqueleto, então o patrocínio é a coluna vertebral. Patrocinar, em sua forma mais simples, é o processo de ajudar a seus downlines a aprender o negócio. Isto pode ser feito na forma de sessões de treinamento breve após ligações de prospecção ou uma sessão de estabelecimento de metas. Embora muitas pessoas gostem dessa forma de treinamento "on job", muitas vezes a oportunidade de aprendizado não é maximizada. Os líderes precisam aprender a fazer as perguntas certas para os Distribuidores para que possa retirar dele todos os pontos e ajudá-lo na sua experiência. As perguntas podem ser:

- O que você gostou e o que você aprendeu?
- O que você não gostou e como poderia ser feito melhor?
- Se nós formos fazer tudo isso de novo, o que poderia ser feito melhor?
- Se a pessoa fez isso ou aquilo, como você lidaria com a situação?
- Como você resumiria os pontos chave aprendidos hoje?

Um líder sempre deve estar fazendo sessões de patrocínio. Quer você chame isso de revisão, sessão estratégica, reunião de planejamento, o processo de patrocinar precisa ser incluído. Isto é parte de um processo contínuo de aprendizado.

119. Cultivando uma cultura de aprendizado

Um dos maiores desafios do treinamento é o aprendizado. O treinamento é percebido como o que você faz com os outros enquanto aprendizado é o que a pessoa faz consigo mesma. Se você pensar sobre isso, você não pode fazer uma pessoa aprender. No final, todo aprendizado deve ser auto-aprendizado. É muito mais proveitoso, e consome menos tempo se você cultivar uma cultura de aprendizado em sua organização. Você pode fazer isso:

- Enfatizando a importância do aprendizado de novas idéias para manter-se sempre informado sobre as mudanças da Indústria.
- Encorajando o compartilhamento de idéias e as experiências de aprendizado entre os líderes.
- Ensine os seus Distribuidores a perguntar. Você pode fazer isso perguntando a eles se eles tem perguntas a fazer ou requisitando que eles perguntem após a sessão de treinamento. Assim, "Na medida que formos ouvindo essa sessão de treinamento, vamos manter em nossa mente duas perguntas que gostaríamos de perguntar depois."
- Distribua artigos interessantes para sua downline. Dê uma lista de livros que você recomendaria para que eles leiam. Organize sessões de leitura e compartilhamento de informações. Você pode dividir um livro sobre MLM e fazer com que cada grupo leia um determinado capítulo. Depois você pode fazer uma sessão de apresentação aonde cada grupo diria:
Quais são os pontos chaves?
Que pontos podem ser aplicados e como você irá aplicá-los?

120. Fitas de Áudio

Uma outra ferramenta de treinamento que é muito poderosa e extremamente duplicável é a fita de áudio. Grave suas sessões de treinamento para que as pessoas que não puderam estar lá possam se beneficiar também. Sessões gravadas não devem ser muito longas (no máximo 45 minutos) e, se possível, deve ser feitas profissionalmente e editadas. A primeira coisa que você deve pensar em gravar é sua apresentação padrão do negócio. Isto não servirá somente como uma ferramenta de treinamento, mas também como uma ferramenta de prospecção para sua downline. Outra fita interessante é uma fita de perguntas e respostas, como "35 perguntas que você deveria fazer sobre produtos químicos cancerígenos."

121. Foco

Você não tem que recrutar todo o mundo. Você deve focalizar em trabalhar com alguns indivíduos e treiná-los para construírem um grupo. Cinco a dez é um bom número. O programa funciona melhor quando você constrói em profundidade, não em lateralidade. A chave é trabalhar com poucas pessoas e ensiná-las a fazer o que você faz.

122. Treinando treinadores

Toda vez que você fizer uma sessão de treinamento tenha certeza de ter um resumo. Deixe-o disponível para seus downlines e enfatize que eles devem aprender a fazer a mesma apresentação o mais rápido possível. Se possível já marque para outras pessoas substituírem você na próxima sessão.

123. Áreas de Treinamento

Os treinamentos podem ser divididos em 3 áreas: *Atitude, Habilidades e Conhecimento*. A quantidade de treinamento nessas três áreas deve ser bem distribuído. Você pode dividir os treinamentos em 3 fases: Início, Lideranças e "Vá às estrelas" O tipo de treinamento e o foco devem ser diferente em cada fase.

124. Treinamento: Início

O treinamento inicial é, em sua maior parte, baseado em conhecimento. Novos Distribuidores tem que ter conhecimento suficiente sobre os produtos e como apresentar a oportunidade para sua lista quente. Essa fase do treinamento também pode abordar uma visão geral do negócio e como lidar com objeções. Nesse ponto, cada pessoa deve estabelecer suas próprias metas.

Currículo sugerido para o novo Distribuidor:

- Sessões de Patrocínio um a um com o seu upline, cobrindo estabelecimento de metas e uma visão geral do plano de marketing e produtos. Nessa sessão deve ser abordada também a lista de conhecidos.
- Reuniões de Oportunidade. Ele deve ter atendido a uma antes, mas deve ir a pelo menos mais duas com o propósito de treinamento repetitivo e também para trazer seus prospectos.
- Treinamento de como usar os produtos.
- Orientação para novos Distribuidores. Isto deve prepará-lo para o sistema e criar uma atitude para que ele vá ao mercado e comece a fazer os contatos. Técnicas de prospecção podem ser muito úteis no estágio inicial.

125. Treinamento de Lideranças

Esta fase do treinamento prepara sua downline para a liderança assim como dá algumas habilidades necessárias. Além do patrocínio periódico e das sessões de treinamento, as áreas seguintes devem ser úteis:

- Como lidar com objeções
- Como fazer apresentações em casa
- Fazer uma ligação de prospecção dos a um
- Conduzir uma apresentação de produtos.

126. Treinamento "Vá para as estrelas"

No nível mais alto de treinamento, você deve transformar galinhas em águias. Isto pode envolver um treinamento de campo onde você pode ajudar os líderes a se livrar de algum "excesso de bagagem" que eles ainda carreguem e que pode focalizá-los na reta final. Outra sessão de treinamento que pode ser feita nesse ponto é um treinamento para treinadores.

127. Desenvolvendo pessoas para o sucesso

Como você orienta suas pessoas para o sucesso? A primeira coisa a fazer é está na estrada do sucesso você mesmo. Só assim você poderá ter pessoas com você e ajudá-los com os seguintes pontos:

- Criar um desejo
- Fazê-los acreditar que é possível
- Ajudar a estabelecer um plano de trabalho
- Inspirar durante o caminho.

128. Criando um desejo

Descubra o que motivou os seus downlines a entrar para o MLM. Se eles não têm certeza, ajude-os a descobrir a razão. Por exemplo, o desejo de viajar, de fazer amigos por todo o mundo. Se eles souberem por que estão dentro, reforce a razão e transforme em um desejo ardente.

129. Fazendo-os acreditar que é possível

Dê a eles todas as razões de por que eles podem chegar aonde querem. Mostre exemplos de pessoas que chegaram lá. Mostre sua sincera crença neles e em seus sonhos. Por exemplo, se um distribuidor está no negócio por que gostaria de se tornar um orador, dê a ele exemplos de networkers que se tornaram grandes oradores e, melhor ainda, dê a ele fitas de discursos de grandes networkers.

130. Ajudando-os a Planejar o trabalho

Dê uma idéia realista do tempo que eles vão atingir as metas, passo a passo. Pergunte muito para que eles pensem e coloquem um plano para eles. Lembrem-se, este é o plano deles, não o seu. Seu papel é ajudá-los a encontrar as respostas, não dê as respostas.

131. Treinamento em Auto-ajuda

Este treinamento não precisa ser caro. Um meio eficiente é através de livros. Tenha uma lista de livros recomendados. Todos no seu time devem ler os livros. Agende grupos de discussão.

132. Inspire-os por todo o caminho

Inspire sendo um exemplo. Inspire com atitudes e palavras positivas. Inspire com celebrações e reconhecimentos de quem atingiu outro passo de sucesso rumo aos seus sonhos.

133. Treinamento de produtos

Treinamento de produtos é uma parte essencial no currículo de treinamentos. Como outras áreas, ele deve vir em doses gerenciáveis, variando no tamanho e no tipo de produtos abordados. O primeiro treinamento pode ser uma visão geral sobre os produtos e como utilizá-los. a segunda fase pode ser informações que o seu downline precisa saber para rebater 80% das perguntas dos clientes. Se importante, a terceira parte pode envolver treinamento para treinadores em como fazer as outras duas fases.

134. Aprenda, Faça, Ensine

O formato mais simples do auto treinamento é Aprender, fazer e Ensinar. Todo distribuidor de sucesso terá de se transformar em um professor. Algumas pessoas dizem que o MLM é um negócio de treinamento. Todo Distribuidor deve começar na estrada do aprendizado o mais rápido possível e ir para o mundo real e fazer acontecer. Quando fizerem, eles podem, então, ensinar a outros.

135. Aprendendo a usar a tecnologia

Nessa era avançada da tecnologia em que vivemos, MLM maximiza o seu potencial de negócio pelas tecnologias que possuímos facilmente. Da internet e e-mail a videoconferência e gerenciamento de dados, MLMers serão desafiados a aprender e a aprender rápido.

Comunique-se com seus Distribuidores por e-mail. Ajude o seus downlines a ajustar ou investir em computadores ou até mesmo fazer um upgrade no atual. Empurre-os para fora da zona de conforto para a zona de desconforto. Se eles se sentirem intimidados pelos bits e www, dê a eles uma mãozinha. Seja um líder verdadeiro: entre em áreas que o desafiam e aprenda as tecnologias mais recentes.

136. Compartilhe fontes de treinamento

Precisa de mais materiais? Antes de investir em mais fontes, tente perguntar aos MLMers de sua companhia mais avançados se você pode pedir emprestado suas fontes. Se eles não tiverem o que você precisa você pode dividir o custo da aquisição daquela fonte de treinamento.

137. Vídeos de treinamento feitos em casa

Ao contrário do que dizem, vídeos de treinamento não precisam ser caros e não são chatos de assistir. Na verdade, quanto mais barato e com menos tecnologia, melhor. Principalmente se for produzido pelos Distribuidores que vão assistí-lo. Tente, ele irá trazer muita diversão e gargalhadas.

138. Avaliação do Treinamento

Antes de qualquer sessão de treinamento, conte aos seus Distribuidores que você estará dando a eles um teste. Esta é a única maneira de forçá-los a aprender a matéria. Um teste também irá ajudar a internalizar o treinamento.

CAPÍTULO VI

COMO DUPLICAR E CONSTRUIR UMA GRANDE REDE DE MARKETING

139. Liderar pelo Exemplo

Nós ouvimos muito falar em liderar pelo exemplo no mundo corporativo. Em Network Marketing é uma regra. Distribuidores não fazem simplesmente o que lhes é dito para fazer, eles só fazem o que eles vêem seus líderes fazerem (e se funciona). Como um líder, eu não posso querer que o meu time fique no meio de um mall (shopping aberto) entregando convites para uma oportunidade, a não ser que eu esteja fazendo isso. Neste negócio só há uma maneira de liderar: na frente e face a face com os obstáculos e desafios.

140. Conseguindo Ajuda

Desenvolver um negócio de MMN requer certas estratégias de gerenciamento. Quando necessário, você deve contratar alguém em tempo integral para auxiliá-lo a fazer o negócio. Quando o seu negócio tomar grandes proporções, valerá a pena ter um assistente para lhe dar suporte no gerenciamento e desenvolvimento do seu negócio.

141. Construir um Mastermind

Forme um grupo de mastermind com os principais líderes ativos na sua organização. O maior objetivo do mastermind é encontrar formas de auxiliar a cada um com o crescimento do seu negócio e dar suporte às metas e aspirações dos outros. O conceito de mastermind vem do livro de Napoleon Hill, "Pense e Enriqueça". Nas reuniões de mastermind a agenda deve conter os seguintes itens:

Quais são os planos para a semana que vem?

Que desafios enfrentamos?

O que podemos fazer para ajudar uns aos outros?

142. Princípios do Mastermind

Gerry Robert, no seu programa "The Money Master Boot Camp", citou os seguintes princípios do mastermind:

- Esteja comprometido com o grupo
- Estar comprometido em mais dar do que receber
- Ajude sem esperar nada de retorno
- Fale positivamente e tenha pensamentos sem limites
- Respeite seu parceiro e concorde em construir relacionamentos e negócios baseados em confiança
- Dê suporte as aspirações e metas dos seus parceiros do mastermind
- Permita que as pessoas possam contar com você
- Faça o que ficou de fazer. Entre em ação!
- Seja honesto, positivo, entusiasta, fique na expectativa e esteja sempre pronto para contribuir 100% para o crescimento do seu grupo.

143. Patrocinar

No curso da construção de seu negócio de sua rede, você deve encontrar um distribuidor com bom potencial, mas que não pode trabalhar em tempo integral por causa de seus compromissos financeiros. Você pode desejar ajudá-lo a trabalhar em tempo integral, dando apoio financeiro até que ele receba rendimentos que garantam seu sustento de boa vida. Se você quer fazer isto, mantenha estas duas regras:

a) Certifique-se de que este acordo é baseado na performance da produção e só continua se ele (a) continuar, não desistir.

b) Certifique-se de que o acordo tem um período de validade para ser executado. Não pode iniciar sem ter um fim programado.

Se você deseja embarcar neste sistema, monitorá-lo é a chave.

144. Divisão de lucros

Um distribuidor enfrenta dois problemas quando pensa em expandir seu negócio: aproveitar mais de seu tempo e criando oportunidades iguais para seus downlines. Ele apontou uma solução para ambos os casos. Falar com seu distribuidor sobre o investimento em um centro de treinamento, em troca dividir os lucros que serão gerados por vendas e recrutamentos. Os downlines agora têm um local em que podem encontra-lo e tornar-se mais motivados com o negócio.

145. Preparando-se para sua viagem

O que você obtém de uma viagem, de negócios depende do que você procura. Se você tem metas a serem atingidas, não permita se distrair com atividades que não estejam em sua agenda. Sempre que viajar, mantenha consigo sua lista de pessoas que você conhece nas cidades de destino, para que você possa visitá-las.

146. Programação de Encontros

Seus distribuidores podem se sentir de atender reuniões sem um agendamento anterior. As melhores reuniões são focalizadas, um objetivo distinto e um limite de tempo. Elas também devem ter uma pauta pré-definida que circule na organização, para que as pessoas planejem seus pensamentos antes da reunião.

147. Volume de Negócios

Coloque ênfase no lugar correto: no seu volume de negócios. Embora você esteja vendendo para os melhores consumidores ou construindo uma organização, sempre enfatize no seu volume de negócio. Esta frase pode parecer lugar comum, mas muitas pessoas perdem o foco neste princípio e só pensam em recrutar distribuidores, tentando simplesmente ter um grande grupo. A única forma de ganhar dinheiro consistente no Network Marketing é sempre manter volumes consistentes, porque os cheques são pagos baseados nestes volumes. Então, uma vez focalizado na movimentação dos produtos, crie uma organização e procure por distribuidores chave que também trabalhem com ênfase no marketing e promoção dos produtos enquanto desenvolvem uma rede. A razão deste foco nos produtos é para que você e seus distribuidores vendam continuamente, caso contrário não será possível ganhar dinheiro algum.

148. Distribuidor Independente

Ensine a sua downline a nunca pedir para a linha ascendente fazer o que é tarefa deles fazerem. Ajudá-los sim, carregá-los, nem pensar. Inicie este processo no momento de assinar o kit de distribuidor. Não preencha por eles, deixe-os preencher, caso tenham alguma dúvida, você esclarece. Isto pode parecer pequeno, mas pode ser o início de um bom hábito seu. Imagine que alguém de sua downline quer recrutar um novo distribuidor, mas não sabe como preencher o formulário! O que ele faria? Ligaria para você? Se eles não sabem fazer algo no início, ajude-os a aprender. Ensine-os a falar com os prospectos, para que eles possam fazer por si só e, mais tarde, ensinar aos seus downlines.

149. Quantidade ou qualidade?

A chave para ter um grande cheque em network marketing é construir uma grande rede, com um grande volume de negócios. (Grandes bons vem de grandes volumes. Quantidade significa um grande número de downlines em sua organização e qualidade, muitos downlines consistentes fazendo um bom volume. Uma vez me perguntaram: "No que devemos focalizar? Em quantidade, ter o máximo de pessoas entrando na organização ou, qualidade, ter grandes produtores no grupo?" Minha resposta é trabalhar para conquistar ambos os itens citados, mas o foco não é em nenhum deles. O foco deve estar na Duplicação de Qualidade.

150. O poder da Duplicação

Construa o conceito de "Quantidade" na sua organização. Se você está no negócio de Network Marketing e não entendeu completamente o Poder do Princípio da Duplicação, você obviamente, deixou passar sem compreender a essência do negócio.

Até para aqueles que entenderam isto, o erro comum foi não estar apto para usá-lo. Para mostrar a importância deste conceito, sempre pergunto: "Se você recrutar somente uma pessoa por mês, e cada uma delas fizer o mesmo que você, quantas pessoas terá na sua organização ao final de um ano?" Neste momento, fico em silêncio e meu interlocutor fica fazendo cálculos... Quando eu finalmente conto para ele o resultado, 4.096 pessoas, ele literalmente fica boquiaberto. Então vem a pergunta: "Como fazer isto?" Resposta: Duplicação com Qualidade.

Reflexões: Você pode construir um grupo de 4.096 distribuidores recrutando somente uma pessoa por mês, durante doze meses, considerando que seu grupo tenha uma taxa de duplicação 100% perfeita. A razão pela qual as pessoas não conseguem atingir este número é seu poder de duplicação não chegar a 100% (caso exista). Quanto maior é seu grupo, significa que você tem um bom poder de duplicação. Qualidade na duplicação, este é um segredo.

151. O Sistema deve se desenvolver, ser contínuo.

A Duplicação com Qualidade é a chave na construção de um grupo grande e rentável. Para garantir a duplicação, você deve trabalhar com sistemas que todos possam duplicar e ensinar. Você não consegue duplicar uma pessoa, mas consegue duplicar um sistema. Ray Kroc o fundador do MacDonal'd's não pode ser duplicado, mas o sistema da franquia do MacDonal'd's pode, e é feito com quase 100% de perfeição em 23.000 lojas por todo o mundo. Para construir um Network bem-sucedido e rentável por toda a vida, tenha sistemas duplicáveis para ensinar.

152. Não há sistema perfeito.

Para certificar-se de que está duplicando corretamente, siga o sistema que escolheu religiosamente. Não tente "fazer do seu próprio jeito" até que você tenha um grupo bastante grande e tenha razões fortes suficientemente para fazer algumas mudanças. Mesmo que tenha as razões, não mude antes de conversar com seu patrocinador e linha ascendente, mentor e até seus próprios líderes downlines. Mesmo que você já os tenha consultado, não mude... a não ser que você absolutamente, definitivamente, irrevogavelmente, não possa usar o que você já tem. Não há sistema perfeito e o seu tempo será mais bem investido em aperfeiçoar sua habilidade de duplicar, ao invés de ficar aperfeiçoando sistemas.

153. Construindo um Sistema

Quando você tem que lançar um sistema por si mesmo, lembre-se que o sistema é tão bom o quanto seja duplicável. Um sistema é uma coleção de processos, para recrutar alguém ou para ultrapassar.

É de extrema importância que seja claro, simples e bem descrito. Para garantir uma duplicação de qualidade, você tem que seguir os passos abaixo:

- Envolve seus líderes na formulação do sistema: "nós nos comprometemos com aquilo que criamos."
- Enfatize o sistema a cada oportunidade; "pregue-o" e siga-o.

- Pergunte aos seus próprios líderes se o que eles fazem é duplicável. Assim, você os mantém focalizados 80% do tempo em atividades duplicáveis que se traduzem no sistema.
- Revise com seus líderes, periodicamente, os estágios iniciais dos sistema. Desta forma, você pode monitorar possíveis desvios e adotar possíveis melhoras.
- Uma forma de testar se o sistema criou raízes é se perguntar a si mesmo, se as atividades de seus downlines continuarão (como deverão) quando você estiver fora, em um feriado prolongado. As lojas do McDonalds continuaram a funcionar depois do falecimento Ray Crock?

154. "Tomar emprestado um sistema"

Se você não tem um sistema para desenvolver o seu negócio, solicite um. Se você não conseguir do seu upline(s), "peça emprestado" de um Distribuidor bem-sucedido cross-line (seria uma bobagem usar um sistema de algum Distribuidor sem resultados). Seja cuidadoso sobre usar algo que ainda não foi testado em sua própria Empresa. O que funciona para empresas X,Y, Z pode não funcionar para a sua, mesmo que os princípios pareçam similares.

CAPÍTULO VII

MOTIVANDO E MANTENDO UMA PRÓSPERA REDE DE MARKETING

164. Não desista!

Para ser bem-sucedido você deve persistir. O seu negócio pode parecer crescer um pouco devagar no começo. Não cometa o erro de jogar a toalha. Levará um pouco de tempo antes de tudo começar a entrar nos eixos e o seu grupo começar a crescer em passos cada vez mais rápidos. Uma coisa verdadeira para cada Distribuidor de MMN bem-sucedido no mundo todo é que ele ou ela não desistiu.

165. Para ser uma águia, conviva com elas.

Associe-se com pessoas de sucesso. Existe um ditado: se você quer ser uma águia, evite a convivência com galinhas e perus. Junte-se com pessoas que já conseguiram. Converse com elas e pergunte como eles fizeram, aprenda com eles. Observe como eles se vestem e falam. Você irá notar que eles são positivos, entusiasmados, bem-humorados e divertidos.

166. Técnicas para mantê-lo motivado

Estabeleça para você uma meta e quando atingi-la, presenteie-se. Coloque uma foto de alguma coisa que você quer como férias, um carro ou uma casa, em um local que você sempre vê. Olhe para as fotos diariamente e visualize-se tendo ou desfrutando. Isto será um lembrete constante de mantê-lo seguindo em frente. Faça competição com você mesmo. Não se preocupe com o que outras pessoas estão fazendo. Descubra seu próprio potencial e focalize em atingir sua própria meta. Leia sobre o sucesso de outras pessoas. Leia biografias de homens e mulheres de sucesso. Identifique-se com a sua experiência e inspiração. Motive-se, motivando outras pessoas. Quanto mais você ensina, mais você aprende. Dessa forma, encontrando mecanismos de motivação para outras pessoas, você verá que esse esforço irá motivá-lo também.

167. Exemplos de afirmações.

- Eu trago sucesso, abundância e coisas boas para mim.
- Eu me cerco de pessoas maravilhosas, bonitas e bem-sucedidas.
- Minha vida é repleta de abundância
- Eu tenho tudo o que quero e preciso
- Estou vivendo completamente a vida que sempre quis
- Tenho uma família maravilhosa, uma casa bonita, o carro que sempre quis e posso viajar quando e para onde quiser.
- Tenho uma personalidade persuasiva e vencedora. Quando falo sobre meu negócio as pessoas querem participar também
- Sou forte, poderoso e tenho o controle absoluto da minha vida.
- Atingi a minha meta de ganhar R\$ 200.000,00 por ano, em meu próprio negócio

168. Itens para fazê-lo sentir-se positivo.

Coloque lembretes positivos em sua casa, ande entre eles para que você sintá-se melhor. Por exemplo, você pode fazer alguns pôsteres que digam algo como:

- Vencedores nunca desistem... desistentes nunca vencem
- Quando você está para baixo, você não caiu fora a não ser que você pense que caiu
- Não existem fracassos, só derrotas temporárias.

Reveja suas afirmações ou metas. Visualize-se as atingido agora ou tire um intervalo para fazer algo que você normalmente gosta de fazer (jogar futebol, ir ao cinema, dançar, etc)

169. Pense e enriqueça

Tenha uma imagem clara para onde você está indo e o que você precisa para chegar lá. Napoleon Hill, em seu livro, sugeriu que você deve fazer o seguinte:

- Forme uma imagem clara e específica do que você quer
- Determine o que você precisa para chegar lá
- Desenvolva um Plano de Ação
- Adquira as ferramentas, técnicas ou pessoas necessária para implementar seu Plano de Ação
- Estabeleça a para atingir
- Comece agora (entre em ação)

170. Torne atingível

Crie o seu Plano de Ação para atingir suas metas. Transforme sua meta de volume de pontos, número de novos Distribuidores em partes menores, que você possa gerenciar diária, semanal e mensalmente.

171. Revisão de Metas

Revise suas metas regularmente. Considere as seguintes questões:

- Quais são as minhas metas atuais?
- Quais são as minhas metas mais importantes?
- Quero mudar alguma meta?
- Qual é a data limite para atingir minhas metas?
- O que deve fazer para chegar onde quero estar?

172. Comece cada dia com uma prece...

“Obrigado senhor, pelos meus clientes e amigos. Abençoe-os e permita que os seus maiores sonhos tornem-se realidade”. Todos nós somos dependentes dos nossos clientes e amigos. Somos felizes pelo sucesso deles. Se eles são bem-sucedidos, nós podemos ser também.

173. Prometa menos e sirva mais

Faça aquilo que você diz que irá fazer. Não deixem as pessoas se preocuparem. Ligue, envie um e-mail, escreva ou mande um fax. Faça com que saibam que você se preocupa o suficiente para não deixá-los na mão. Se alguma coisa não prevista realmente acontecer, comunique-se com eles, não deixe as pessoas fazerem suposições. Esteja acessível. Não se atrase. Construa uma reputação. É a coisa mais inteligente a fazer.

174. Parabenize & Recompense

Parabenize e recompense a sua downline. Coloque um pouco de carinho, amor e atenção no seu negócio. Encontre formas pouco usuais de congratular as pessoas. Nós levamos um grupo de downlines que atingiram determinados resultados em um pequeno passeio de barco e jogamos um jogo chamado Manitou para ensiná-los a parabenizar e recompensar. Todo mundo recebeu um manitou (significa “pessoa amada”) sem saber quem era a pessoa. Durante o cruzeiro, manitou teve que mostrar amor, carinho e atenção para a pessoa, sem revelar sua identidade. No último dia, terminamos com “adivinha quem é o seu manitou?”, e troca de presentes. Todo mundo se divertiu e foram bem recompensados.

175. Seja interessado

Estabeleça um contato no olhar com os seus downlines. Escutar ativamente e tomar notas enquanto a pessoa fala, são técnicas irresistíveis. Nas suas conversas, seja interessado em lugar de interesseiro.

176. Esperanças e Sonhos

Para atingir suas metas, registre os sonhos e esperanças de outras pessoas. O reverendo Bob Richards, medalha de ouro nas Olimpíadas e campeão nacional de decatlon, que normalmente fala para estudantes universitários sobre motivação, nos disse que quase sempre ele conclui uma apresentação afirmando: “existe um campeão olímpico aqui mesmo nesse auditório! Um de vocês está disposto a pagar o preço. Cada um sabe quem é. Obrigado.” Depois de tantos discursos, aqueles que menos pareciam que iriam ser bem-sucedidos, gordos, baixos, magros ou poucos desenvolvidos, levantavam-se e diziam para ele: “Sr. Richards, eu ou ser um campeão olímpico!” ou, “eu vou ganhar uma medalha de ouro nos próximos 4 anos. Eu sou essa pessoa!” E muitos desses garotos improváveis eram os campeões. Eles acreditavam que podiam fazer. Eles respondiam ao chamado e trabalhavam em suas metas. Escreva os sonhos, as metas e as esperanças de todas as pessoas que você conhecer. Um Distribuidor de MMN que conhecemos, apresenta alguns de seus downlines como futuros diamantes.

177. Planeje vencer

Você já notou que algumas pessoas atingem um pequeno sucesso e então, fazem tudo para manter-se no mesmo lugar? Eles não têm um plano para continuar a vencer. O conquistador espanhol Hernando Cortes conquistou todo o México com alguns homens, poucos cavalos e um plano! Os navios espanhóis aportaram em Vera Cruz. Cortes colocou seu plano em ação, unindo-se a guerreiros de tribos locais que estavam cansados da tirania de Montezuma e dos seus exércitos. Cortes organizou um grande exército de nativos liderados por seus homens. Então ele fez um grande plano para marchar sobre Montezuma. No entanto, os soldados espanhóis estavam com medo. Eles chegaram a Cortes e disseram, “chefe seu plano A, marchar sobre Montezuma e vencer, é extraordinário. Mas vamos fazer um plano B. Um plano seguro de retornar para os nossos navios”. Cortes disse que iria pensar e retornaria na manhã seguinte. A noite Cortes enviou seus servidores mais leais para afundar seus próprios navios na baía. Ao amanhecer seus homens estavam estarelecidos... “e sobre o plano B de retorno aos navios?” eles choramingaram. Cortes respondeu, “seguiremos com o plano A, o plano para VENCER!”

178. Faça para os outros

Tenha orgulho do seu trabalho. Uma história é contada sobre alguém que perguntou a um multimilionário porque ele ainda trabalhava tão duro. O milionário respondeu que ele não precisava mais de dinheiro, mas havia outros trabalhando com ele que precisavam. Ele tem orgulho de criar oportunidades para outros.

179. Ame o seu trabalho

Ame seu negócio, sua indústria e profissão. Se você está em uma área que você não gosta, não fique se comportando como um peso morto no pescoço do seu upline. Quem quer fazer negócio com uma pessoa que vive reclamando? Saia e ache alguma coisa que possa fazer. Ame o seu trabalho o máximo possível para que quando perguntarem quantas horas você trabalha, você não responda “o mínimo possível,” mas sim “o máximo que eu puder! Eu queria que tivesse mais” Confúcio disse: “Você nunca trabalhará na sua vida quando encontrar algo que você faça com paixão de verdade.”

180. Imagine que está feito

Monte uma figura ou palavras que formem a meta que você pretende alcançar. Coloque onde você puder ver todos os dias. Conrad Hilton usou esse método; ele sempre colocou uma foto de um hotel que ele sonhava em comprar. Então ele fazia o sonho se tornar realidade.

181. Faça com que liguem para você.

Ensine os seus downlines a ligar para você em vez de esperar que você ligue para eles. Isto irá economizar muito tempo e tornará seu trabalho bem mais fácil. Esteja sempre os encorajando a mandar e-mails ou ligar para você. Se você não estiver disponível de imediato, tenha certeza de responder todas as solicitações com rapidez.

182. Deixe-os livre.

Se seus downlines não ligarem ou não parecerem precisar de sua ajuda, não faça como uma mãe faz com seus filhos adolescentes, tem uma sensação de perda e superprotege-os. Seus downlines estarão sempre lá e você deverá estar sempre disposto a ajudá-los. Faça uma ligação ocasional para ver como eles estão, mas deixe-os livres.

183. Reconhecimento

O reconhecimento é a chave para o crescimento contínuo de sua organização. Isso vai desde elogios por pequenos sucessos que eles tenha atingido até mandar uma limusine com motorista para levá-los a um passeio semanal. As pessoas deixam o mundo corporativo por que não são reconhecidas. Deixe sua organização repleta de reconhecimento. E não se confie nas promoções da Companhia, faça suas próprias como líder.

184. Negativo sobe. Positivo desce.

Ensine os seus downlines que as coisas negativas devem se afastadas de sua downline. A regra é negativo sobe, positivo desce. Isto é importante para manter sua organização positiva, viva e crescente. Seja ouvinte das coisas negativas, mas não seja defensivo. Ocasionalmente pode ser que você não seja capaz de fazer alguma coisa a respeito, mas nunca deixe de tentar pois isso é o que mais importa para sua downline.

185. Você tem que se divertir

Faça o negócio de forma divertida. Se você e sua downline não se divertirem, não focaram no negócio por muito tempo. Reduza os dramas e o estresse e focalize em cuidar e compartilhar. É isso que é o MLM!

186. Mostre o seu entusiasmo

A crença mais importante de ser cultivada é a das possibilidades do MMN, sua Companhia, seus Produtos e sua Oportunidade. E o mais importante de tudo, a crença na possibilidade de seu sucesso e das pessoas com quem você fala. Quando você está apresentando o seu negócio para outras pessoas, tenha certeza de mostrar o seu entusiasmo. Lembre-se, como você diz é muito mais importante do que você diz.

187. Faça a coisa certa e não somente as coisas de maneira correta

Seja eficaz e não somente eficiente. Não confunda atividade com produtividade. Existem três coisas que vão construir o seu negócio em MMN: desenvolvimento da sua base de clientes, recrutamento de Distribuidores e ajudar as pessoas a duplicarem seus esforços.

188. Por que o Distribuidor Fracassa

- 1- Não tem metas escritas, não sabe o que quer da vida. Não tem objetivos nem sonhos. Está confuso e perdido.
- 2- Não tem comprometimento. Nenhuma ação.
- 3- Desiste muito fácil. Geralmente pára nos primeiros 90 dias.
- 4- Desorganizado. Perde muito tempo procurando documentos. Escrivainha atravancada. Vida Atravancada!
- 5- Registros insatisfatórios. Não mantém registros exatos de transações e eventos.
- 6- Interessado apenas em lucro pessoal. Não se preocupa com as necessidades de clientes e distribuidores.
- 7- Não tem secretária eletrônica nem recebe recados de maneira eficiente. Não pode ser encontrado facilmente. Resulta em atendimento precário.
- 8- Não retorna com presteza as ligações que recebe.
- 9- Desinformado de como se tornar bem sucedido. Não tira vantagem dos treinamentos disponíveis.
- 10- Falha no cumprimento de compromissos e acordos.
- 11- Não dá acompanhamento a possíveis clientes e consumidores.
- 12- Quer patrocinar apenas campeões de produção ao invés de aprender.
- 13- Fica desencorajado facilmente por pequenos problemas e inconveniências. Diminui o ritmo.
- 14- Faz fofocas sobre outras companhias. Perde a credibilidade.
- 15- Não é realmente sério acerca de fazer sucesso e/ou não acredita que o programa funciona.
- 16- Não tem auto-estima. Anda num carro bagunçado, sujo e sem polimento. Não percebe que os clientes em potencial vêem isso como atitude de alguém com auto-estima pobre.
- 17- Quer colher recompensas de sua organização sem trabalhar.
- 18- Distribui cópias de material escrito com apresentação não profissional, obscura e desmazelado.
- 19- Não organiza uma base de varejo com os produtos.
- 20- Não é modelo dos produtos que representa, por exemplo, tem excesso de peso.
- 21- Não soluciona as reclamações do cliente ou do distribuidor imediatamente.
- 22- Não reconhece nem elogia os distribuidores que tem êxito.
- 23- Não trabalha o seu negócio todos os dias. Deve aprender a fazer um pouco a cada dia.
- 24- Tem inveja dos ganhos do seu patrocinador. Pára de produzir para evitar que seu patrocinador receba bônus sobre sua produção. Ele mesmo se derrota.
- 25- Culpa a companhia, os produtos, o patrocinador, a organização downline, etc. Não percebe que, se outros podem ter sucesso em circunstâncias similares ou piores, ele também pode. Não assume responsabilidade.
- 26- Expectativas irreais em relação a pouco esforço.
- 27- Junta-se às pessoas com discurso negativo, ao invés de unir-se aos líderes.
- 28- Impaciente demais. Quer ter ganhos elevados rapidamente sem o tempo e esforço necessários.
- 29- Não passa a informação para sua organização imediatamente. Não é parte de uma equipe.
- 30- Pula de negócio em negócio. Vai de uma companhia para outra sem atingir um só degrau de sucesso em nenhuma delas.
- 31- Envolve-se em jogos de dinheiro, esquemas do tipo fique rico rápido, etc. Não é um edificador sério do próprio negócio.

- 32- Não deseja correr riscos pelo seu negócio. Por exemplo, investindo em anúncios e produtos. Muito apegado à segurança. Espera e observa.
- 33- Leva o "Não" para o terreno pessoal e fica desanimado.
- 34- Não consegue lidar com as mudanças na companhia e não se abre para novas idéias da linha ascendente ou descendente. Não tem o pensamento flexível.
- 35- Não acredita nos produtos ou não usa regularmente. Só está afim de dinheiro. Os produtos funcionam freqüentemente para todo o mundo, mas ele age como um cliente difícil e não como um homem de negócios de sucesso.
- 36- Facilmente influenciável pelos comentários negativos da família, dos amigos, etc. Não ouve o lado positivo, não pensa por si próprio.
- 37- Passa tempo demais se organizando e ficando "pronto" e muito pouco tempo apenas fazendo o negócio (falando com clientes e possíveis clientes.)
- 38- Espera perfeição de sua nova companhia. Precisa compreender que leva tempo para estabelecer um novo negócio.
- 39- Não planeja ter sucesso. Planeja falhar.
- 40- Tem uma aparência não profissional.
- 41- Sempre dá desculpas e não soluções.
- 42- É não amigável e pensa que sabe tudo. Não segue as orientações dos grandes ganhadores – tem de modificar tudo a seu modo.
- 43- Não quer aprender com leituras e manter-se em contato com os últimos acontecimentos na companhia e na organização.
- 44- Fisicamente inabilitado. Falta-lhe energia. Provavelmente não está tomando os produtos.
- 45- Não se esforça para fazer o melhor.
- 46- Acredita em boatos no lugar de fatos. Não checka a veracidade.
- 47- Não acredita de verdade nem vive de acordo com a frase: "Se é para fazer, então é comigo mesmo!"

189. Anúncios de baixo custo

Quer você chame de marketing direto ou brochuras em miniatura, se você puder colocar materiais nas mãos do seu prospecto de forma barata, você estará na frente do jogo. Uma empresa promotora de seminários, denominada Success Resources do sudoeste da Ásia, imprime o calendário dos seus seminários no verso dos cartões de visita do seu staff. Eles também anunciam os eventos da Companhia nas malas diretas que vão para fornecedores e outros correspondentes.

190. Obtenha testemunhos

Faça com que os seus downlines escrevam testemunhos de como eles se beneficiaram dos produtos ou do negócio. As pessoas tendem a acreditar na palavra escrita, muito mais que na falada. Inclua fotos dos seus downlines para fique ainda mais realista.

191. Combinando negócios e prazer

Quando Michael decidiu expandir sua distribuição internacionalmente, ele e sua esposa escolheram as Filipinas, que é um mercado muito novo. Eles viajaram para Manila, algumas vezes e naquela época tiveram a oportunidade de ver o país que sempre quiseram.

192. Relações públicas

Você quer visibilidade nesta indústria. Sua Companhia deve ter uma revista ou jornal regular. Faça com que um de seus downlines escreva sobre você e publique nesses periódicos. Faça a mesma coisa com jornais e revistas locais. Ofereça-se para escrever uma coluna, se eles não quiserem escrever sobre você, sobre como ter um negócio baseado em casa. Um artigo escrito tem muito mais credibilidade do que um anúncio.

193. Idéias de prospecção

Uma tática de prospecção que vale a pena considerar: liste os telefones de contato dos seus maiores Distribuidores no verso do seu cartão, ou em qualquer uma de suas brochuras. Isso te dará credibilidade e fará com que eles sintam-se bem. Você e seus Distribuidores podem não receber muitas ligações, mas ver essas informações escritas, impressionará seus prospectos.

194. Incentivo de baixo custo

Outros benefícios de baixo custo podem ser oferecidos para os seus Distribuidores: faça uma série de seminários para ajudá-los no gerenciamento da sua vida e da sua família ou convide oradores para falar para sua organização sobre saúde. Você irá se beneficiar de Distribuidores saudáveis e com ótimo nível de energia. Como incentivo convide sua downline para um jantar, especialmente se for um jantar funcional, como por exemplo, um jantar do Rotary Club, onde você pode agregar a oportunidade dos seus Distribuidores fazerem contatos.

195. Recarregando as baterias

Você é pago para recarregar não só a sua bateria, mas também as dos seus maiores Distribuidores. Ofereça um final de semana de incentivo, isto é hospedagem em hotel, ou um pequeno cruzeiro. Melhor ainda, junte seu grupo e faça um programa de família, sem nenhuma agenda oficial, somente jogos e diversão.

196. Pesquisas

Muitas vezes você pode não saber as necessidades da sua downline. Uma pesquisa pode ser útil. Para obter feedback construtivo, você deve elaborar e administrar muitos bem os questionários. Você vai se surpreender com os resultados dessa pesquisa. Você sabe que incentivos irão motivá-los, senão, descubra perguntando através das pesquisas.

197. E-mail

Use o e-mail no máximo da sua capacidade. O primeiro passo é obter os e-mails de toda a sua downline. Se você souber de novas idéias ou motivação, você pode passar para toda a sua downline. Os seus downlines também podem fazer a mesma coisa.

198. Diga como era

Uma boa ferramenta de recrutamento é mostrar para os seus prospectos como era sua vida antes do MMN e como ela evoluiu após o início do seu trabalho. Você pode fazer um vídeo de seu humilde início e do seu atual estilo de vida. O ponto chave é fazer com que a imaginação dos seus prospectos possa funcionar. Se o prospecto puder ver que é possível para ele também, isso fará com que ele entre com mais facilidade.

199. Gravando suas Metas

Entreviste seus downlines e pergunte se eles estão genuinamente sérios em relação ao negócio. Peça que verbalizem suas metas. Foi descoberto que se você tocar a meta gravada e escutar sua própria voz regularmente, você terá um impacto e um poder muito maior de realizar suas metas. Faça com que seus Distribuidores escutem seus próprios comprometimentos.

200. Conheça bem a sua downline

Este negócio é um negócio de relacionamentos e o relacionamento mais importante que você precisa desenvolver é com os seus Distribuidores Top da sua Organização. Conheça-o e também a sua família. Memorize os nomes da sua esposa e dos seus filhos. Pode parecer pequeno, mas é muito significativo para eles. Uma das melhores maneiras de fazer isso é viajar com os seus downlines. Junte-se a eles em viagens de negócios.

201. Repetindo as Metas

O maior problema com metas de time é que, na maioria das vezes, eles só se comunicam uma vez, normalmente no começo do ano. Depois disso é muito fácil esquecer o que quer que qualquer uma das pessoas disseram. Coloque as metas na frente delas, o máximo de vezes que puder. Gerry Robert ensina às pessoas a escreverem suas metas, transferir para outra fonte diariamente. Funciona maravilhas para mim.

*Atenciosamente,
Júlio Miranda.*

Email: contato@juliomiranda.com.br / **MSN:** consultor@juliomiranda.com.br

Website: www.JulioMiranda.com.br / **Skype:** juliomiranda.mmn