

Le 4 regole e gli 8 passi per avere successo nel Network Marketing

Come inserire con successo persone nella vostra struttura.

Una volta identificati i vostri Candidati, la fase successiva è quella di imparare a invitarli correttamente per poi presentargli il vostro prodotto o la vostra opportunità. Questa è di gran lunga la tecnica più importante da sviluppare. Io la chiamo il "portone di accesso" al Network Marketing. Se non sei capace di coinvolgere qualcuno d'interessarsi a quello che hai da offrire, allora non sarà difficile capire come andrai a finire nel MML (Marketing Multi Livello).

La maggioranza delle persone pensa che si debba iniziare avendo un'ottima reputazione e avere un grande ascendente sui candidati per far sì che essi si interessino al tuo prodotto. Questo è semplicemente falso. Quando ho iniziato, nel 1988, non avevo né reputazione né ascendente. Avevo a mala pena finito il liceo e ho lasciato l'università dopo un solo semestre, ma prima di aver compiuto 23 anni avevo già fatto 18 lavori. Pensi che fossi molto rispettato all'interno della mia comunità? Rispetto pari a zero. E visto che guadagnavo dai 5 ai 10 dollari l'ora così come i miei amici, questi non potevano darmi una mano. La maggior parte di loro ancora viveva con i genitori.

Ero disperato e disorganizzato. Inizialmente mi inventavo dei numeri poiché mi mancavano le tecniche. Chiamavo tutti quelli che conoscevo per spiegargli il mio punto. Qualcuno ha aderito, ma la maggior parte no. Ho messo annunci sul giornale locale. Ho dato una "soluzione" a tutti quelli che hanno risposto. E dopo tutto questo lavoro, qualcuno ha aderito, ma la maggior parte non l'ha fatto.

Ho provato di tutto. Ero come un cacciatore con il compito di dover catturare un elefante solo con una semplice lancia. Mi aggiravo con questa lancia/opportunità e la scagliavo contro qualsiasi cosa si muovesse. Non m'importava realmente delle relazioni. M'importava solamente di arruolare qualcuno di nuovo. Il mio motto era "Alcuni sì, altri no. E allora? Avanti il prossimo!"

Ma proprio perché ero un cacciatore quelli intorno a me si sentivano prede. E hanno cominciato a evitarmi. Non è stato piacevole. E ancora peggio, quelli che sono riuscito ad arruolare facevano come me, quindi fallivano e poi si ritiravano.

Dei due metodi usati per aiutare a formare il candidato, gli eventi sono i più efficaci per molteplici ragioni. C'è interazione fisica nell'incontrare le persone e questo aiuta a instaurare fiducia. C'è l'elemento importante della "prova sociale". È di grande importanza per il candidato poter vedere che ci siano altre persone coinvolte attivamente, e anche scoprire come sono queste persone. C'è la presentazione del prodotto e l'opportunità finanziaria. Possono rendersi conto di tutto il supporto che verrà dato loro e capire che non saranno lasciati soli. Nella maggior parte dei casi, in questi eventi ci sono fermento ed eccitazione ed è un'occasione per ascoltare storie e vedere i progressi degli altri.

Questi sono alcuni dei benefici. L'unico problema degli eventi è che possono essere difficili da programmare o da organizzare, specialmente per una persona appena entrata nel settore. Se non hai le giuste competenze, è abbastanza comune che invitando una ventina di persone se ne presentino solo una o due. E ciò può essere scoraggiante.

Per costruire un'organizzazione solida e di duplicazione ho scoperto che uno strumento divulgativo (come ad esempio un CD, un DVD, un giornale) è il passo iniziale più efficace. Ricorda che il nostro obiettivo è la formazione e la comprensione. Vogliamo che le persone sappiano quello che abbiamo e come questo possa migliorare le loro vite. Uno strumento informativo è un modo eccellente per istruire (e magari stimolare) le persone molto indaffarate con i loro problemi. Potrebbero non avere il tempo di attraversare la città per incontrarti, ma potrebbero ascoltare un CD in macchina, guardare un breve DVD, leggere un giornale o assistere a una presentazione on-line.

Se guardi al passato della mia carriera, vedrai che per me gli strumenti informativi sono stati decisivi. Nel 1990 la mia azienda ha fatto un video dinamico e stimolante. Malgrado fosse enormemente costoso, 15\$ a video, all'epoca ne valse la pena, perché quando imparavi a presentarlo alle persone, i risultati ottenuti si rivelavano fantastici.

All'interno dell'azienda tutti si concentrarono su come convincere le persone a guardare il video. Non erano permesse distrazioni. La totalità dei nostri sforzi ruotava intorno a questa strategia e la nostra crescita andò alle stelle. Gli eventi erano comunque molto importanti, ma erano il passo successivo. Una persona doveva prima di tutto vedere il video.

Nell'adottare questo nuovo approccio la mia organizzazione è finalmente decollata e ho potuto beneficiare di un gruppo che cresceva con o senza di me. Era troppo divertente da poter descrivere. Il mio gruppo è cresciuto da qualche dozzina a qualche centinaio e poi a qualche migliaio di persone. Tutto ciò che avevo fatto era imparare la tecnica dell'invito. Insegnare alle persone a guardare un video, e poi successivamente fare un follow-up, portarli ad un evento. Insegnando così, ad altri ancora, la stessa procedura.

La seconda svolta nella carriera è stata una musicassetta. Sì esatto, una musicassetta. Era il 1992 e non avevamo altro. L'azienda stava lanciando qualcosa di nuovo ed emozionante e questa volta avevo personalmente registrato un file audio che illustrava l'opportunità nel dettaglio. La vendevamo per 50 centesimi l'una che serviva a coprire i costi, e in meno di un anno ne vendemmo più di un milione di copie di quella cassetta. Insegnavamo alle persone come invitare i candidati a prendere la cassetta, metterla in macchina e ascoltarla immediatamente. I risultati furono incredibili.

Per iniziare, facevamo prendere alle persone 100 cassette, darle a tutti i loro conoscenti, e in seguito dirgli di concentrarsi sul darne via due al giorno. Con questo semplice sistema, il mio introito era salito a quasi un milione di dollari l'anno.

Diverse aziende usano strumenti vari ed eventi strategici per far crescere il proprio business. Certe organizzano riunioni a casa. Altre fanno presentazioni on-line. Altre ancora fanno riunioni a due con giornali e lavagne mobili. Trova la migliore soluzione per la tua azienda, sviluppa il tuo metodo quotidiano, e poi forma le persone in modo da far loro svolgere quello che fai tu con la stessa soluzione. A quel punto fai anche in modo che possano invitare i propri candidati a seguire i loro passi.

Da professionista inviterai i candidati a recensire uno strumento o ad andare a un evento. Invece ecco cosa NON farai: NON presenterai il prodotto nel tentativo di sconvolgere il mondo con la tua saggezza. Questo approccio magari ti farà sentire bene ma non farà bene al tuo conto in banca.

Permettimi di darti la mia formula per l'indipendenza finanziaria nel Network Marketing: la capacità di far fare ad un grande numero di persone, costantemente, poche semplici cose in un arco di tempo prolungato.

Questa formula mi ha sbloccato dalla mediocrità in cui versavo nel Network Marketing e aiuterà te allo stesso modo.

Per anni mi sono concentrato e sono stato dipendente dalla mia capacità di persuadere le persone a unirsi a me. Poi ho fatto un salto di qualità trovando le persone giuste alle quali insegnare quel che facevo io. E alla fine ho imparato la formula che ti ho appena fornito e ho cominciato a concentrarmi sul far fare costantemente poche semplici cose a un gruppo di molte persone senza fermarsi. Quando ci sono riuscito, tutto è cambiato.

Queste sono le basi. Ora parliamo un po' delle emozioni che si provano nell'invitare le persone. Ci sono quattro regole base.

Regola numero uno

Devi distanziarti emotivamente dal risultato. Questo è estremamente importante. Ricordati che il nostro obiettivo principale è la formazione e la comprensione. E non è acquisire un nuovo cliente o assumere un nuovo Incaricato. In altre parole se separi le tue emozioni da questo risultato e ti limiti a concentrarti sulla formazione e la comprensione tutto diventa molto più semplice.

Più facile a dirsi che a farsi. Tutti noi ci avviciniamo a questo lavoro con la speranza di reclutare persone molte interessanti. È difficile rinunciare a queste aspettative. Ma devi ricordarti, non siamo cacciatori. Noi non siamo squali. Il nostro lavoro è di formare le persone e aiutarle a capire cosa abbiamo da offrire. Noi ci proponiamo come consulenti che offrono suggerimenti su come le persone possono vivere una vita migliore.

Se ti concentri sul persuadere un cliente o un nuovo Incaricato sarai costantemente deluso, e vedrai che i tuoi candidati si allontaneranno da te.

Se ti concentri sulla formazione e la comprensione, ti divertirai, e i tuoi candidati saranno affascinati dall'esperienza.

Regola numero due

Sii te stesso. Molte persone cambiano quando iniziano ad invitare. Questo fa sentire tutti a disagio. Sii te stesso. Concentrati solo sull'essere la migliore versione di Te stesso.

Regola numero tre

Mettici passione. L'entusiasmo è contagioso. Va bene esaltarsi anche un po'. Concentrati. Ascolta della musica che t'ispira. Sorridi quando sei al telefono. Ti assicuro, le tue emozioni positive si tradurranno in risultati migliori.

Regola numero quattro

Assumi un atteggiamento da persona sicura di sé. Questo è stato importante per me. All'inizio ero molto insicuro. Pensavo che nessuno mi prendesse seriamente. Non appena ho osservato i professionisti, ho notato il loro atteggiamento. Erano coraggiosi. Erano fiduciosi. Erano forti.

Così ho deciso anche io di essere coraggioso. Ho smesso di chiedere sempre scusa. Invece di dire "Sì lo so, ho fatto un sacco di lavori nella vita, ma spero che questo sia il cambiamento che stavo cercando", ho cominciato a dire "Sapete cosa c'è di nuovo? Sono stufo dello stile di vita che ho condotto fino ad ora e ho deciso di prendere in mano la situazione. Fossi in te, scommetterei su di me perché faccio sul serio". Senti la differenza?

Sii te stesso, ma una versione più coraggiosa di te stesso. Sii te stesso, ma una versione più forte. Sii te stesso, ma una versione più fiduciosa almeno quando stai invitando. Inizialmente ho scoperto di riuscire a farlo per brevi periodi e poi, a furia di ripetermi, e poco alla volta, sono riuscito a sostenere periodi più lunghi finché alla fine sono diventato proprio come volevo essere.

Ora che abbiamo gettato le basi, parliamo della formula per invitare. Questa formula è stata concepita per essere usata sia al telefono che faccia a faccia. NON è fatta per essere usata in altri strumenti di comunicazione come gli SMS o le email - solamente al telefono o faccia a faccia. Può funzionare con i tuoi candidati "del mercato caldo" (qualcuno che conosci) o candidati del "mercato freddo" (qualcuno che incontri nel corso della tua vita). Ti darò degli esempi per entrambi.

Ci sono otto passi da fare per un invito professionale. Può sembrare complicato ma con un po' di pratica, vedrai che è una tecnica facile da padroneggiare.

- 1) Vai di fretta
- 2) Fai dei complimenti sinceri al candidato
- 3) Fai gli inviti
- 4) Se io facessi, tu lo faresti?
- 5) Conferma 1 - ottieni un appuntamento
- 6) Conferma 2 - conferma l'appuntamento
- 7) Conferma 3 - Stabilisci la prossima chiamata
- 8) Attacca il telefono

1) Vai di fretta

Questo è un argomento psicologico. Le persone sono più attratte da un individuo che ha molte cose da fare. Se inizi ogni chiamata o conversazione faccia a faccia dando l'impressione che hai fretta, vedrai che i tuoi inviti saranno più brevi, ci saranno meno domande, meno resistenza, e le persone avranno più rispetto di te e del tuo tempo.

Esempi per i candidati del mercato caldo

"Non ho molto tempo ora, ma sarebbe importante che ci parlassimo".

"Ho mille cose da fare ma sono contento di sentirti".

"Sto uscendo di corsa, ma ti vorrei dire una cosa".

Esempi per i candidati del mercato freddo

"Questo non è il momento giusto per approfondire perché devo andare ma...".

"Devo scappare ma..."

Capito il senso? Cerca di stabilire il tono con una po' fretta.

Per quanto riguarda questi esempi, non ti preoccupare delle parole esatte. Concentrati sul concetto e trova tu le parole giuste. Fai sapere alle persone che hai da fare, che sei una persona indaffarata ma che per te sarebbe importante parlare con loro. E fallo con passione.

2) Fai complimenti

Questo è importantissimo. Il complimento sincero (e deve essere davvero sincero) spalanca le porte della comunicazione e renderà il candidato molto più disponibile ad ascoltarti.

Esempi per i candidati del mercato caldo

"Hai sempre avuto successo e ho sempre rispettato il tuo modo di lavorare".

"Mi hai sempre incoraggiato e lo apprezzo molto". (questo è ottimo per parenti e amici).

"Hai una mentalità imprenditoriale e vedi più lontano degli altri".

"Da quando ti conosco, ho sempre pensato tu fossi il migliore nel tuo campo".

Esempi per i candidati del mercato freddo

"Mi ha dato uno dei migliori consigli di sempre."

"Sei molto intuitivo. Posso chiederti che lavori fai?"

"Grazie a te è stata un'esperienza fantastica."

La chiave del complimento è che deve essere sincero. Trova una parola che puoi dire al tuo candidato in tutta onestà e usala. Questo semplice passo raddoppierà letteralmente i risultati dei tuoi inviti. Quando inizi con la fretta e un complimento, diventa molto difficile per chiunque rifiutare il tuo invito. Le persone di norma non ricevono molti complimenti. È una bella sensazione che renderà i tuoi candidati più ricettivi.

Se studi gli atteggiamenti dei professionisti, vedrai che loro mettono tutti di buon umore con i loro complimenti sinceri. Aiuta a costruire il rapporto, aiuta ad aprire le menti, soprattutto aiuta la nostra causa: formare ed educare.

3) Invita

Questa è una situazione nella quale bisogna saper distinguere gli approcci. Ce ne sono tre per il professionista del Network Marketing.

L'approccio diretto

Questo va usato quando stai invitando le persone a scoprire un'opportunità per LORO. La maggior parte delle persone usa l'approccio diretto per tutti i candidati. Generalmente va più o meno così: "Ho trovato una cosa che ti renderà ricco! Ora ti dico tutto! Bla bla bla...". Capisco la passione, ma realisticamente, chi si emozionerà per una cosa del genere, a meno che a dirtelo non sia un milionario?

Ciò non vuol dire che l'approccio diretto non funzioni. Ha un ruolo importante nel metodo dei tuoi inviti. Ma dovresti riservarlo alle persone che ti conoscono e ti rispettano o per quelle persone che sai che stanno cercando qualcosa di meglio.

Esempi per i candidati del mercato caldo

"Quando mi hai detto che (odi il tuo lavoro, hai bisogno di soldi, stai cercando casa ecc.) dicevi sul serio o così per dire? (Quasi sempre diranno che erano seri). Ottimo! Penso di aver trovato un modo (per farcela, per risolvere).

Questo è solo per situazioni nelle quali conosci una loro mancanza, necessità o desiderio.

"Penso di aver trovato un modo per aumentare la nostra liquidità".

"Riflettevo su chi potesse fare milioni con un business che ho scoperto e ho pensato subito a te".

"Stai ancora cercando lavoro (o un altro lavoro?) Ho trovato un bel business a basso rischio".

"Voglio farti una domanda, inter nos. Ti interesserebbe se ci fosse un lavoro in cui lavorando part-time da casa ti facesse guadagnare la stessa cifra che guadagni col tuo lavoro a tempo pieno?"

Esempi per candidati del mercato freddo

"Hai mai pensato di diversificare il tuo introito?"

"Rimani aperto ai cambiamenti professionali?"

"Pensi di fare quel che stai facendo per il resto della tua vita?!"

Puoi seguire queste direttive per il mercato freddo o le seguenti variazioni:

"Ho una cosa che potrebbe interessarti. Ora non è il momento giusto per parlarne ma..."

L'approccio indiretto

Questo è un altro strumento efficace per superare la resistenza iniziale dei candidati e istruirli su cosa hai da offrire. L'approccio indiretto riguarda la richiesta d'aiuto dal candidato, ovvero richiesta di input o consigli. Ho usato questo approccio spesso e con successo quando ho iniziato. Per via della mancanza di credibilità che avevo, da ventitreenne, non ottenevo grandi risultati con l'approccio diretto, quindi ho imparato a concentrarmi meno su me stesso e di più sull'ego del candidato. Ha funzionato e funziona incredibilmente bene.

Esempi per i candidati del mercato caldo

"Ho appena iniziato un nuovo lavoro e sono molto nervoso. Prima di iniziare vorrei far pratica con una faccia amica. Ti dispiacerebbe se provassi con te?" (Questo è un approccio FANTASTICO per parenti ed amici).

"Ho trovato un business nel quale credo molto, ma io che ne so? Tu hai molta esperienza. Se te lo spiego mi daresti un consiglio su come procedere?"

Un amico mi ha detto che la cosa migliore da fare quando inizi un business è di farlo vedere a qualcuno di autorevole per farti consigliare. Saresti disposto a far questo per me?"

Esempi per i candidati del mercato freddo

Quando incontri qualcuno di un'altra città o paese nel quale la tua azienda è presente puoi dire:

"Ci stiamo espandendo nella tua regione. Potresti dare un'occhiata e dirmi se questo business potrebbe funzionare dalle tue parti?"

Quando incontri qualcuno che potrebbe darti idee interessanti sul tuo prodotto, puoi dire:

"Ho iniziato un business con un prodotto che mi sembra molto competitivo e mi piacerebbe sapere cosa ne pensi. Ti andrebbe di dargli un'occhiata e darmi la tua opinione?"

L'approccio super indiretto

Il terzo approccio è quello Super-indiretto. Quest'approccio è incredibilmente efficace perché agisce a vari livelli psicologici. In quest'approccio non fai capire al candidato di essere un candidato ma gli dici che ti interessa semplicemente sapere se conosce qualcuno che potrebbe beneficiare del tuo business. È molto efficace.

Esempi per candidati del mercato caldo

"Chiaramente questo business non fa per te, ma ti volevo chiedere se conosci qualcuno di ambizioso e motivato a cui interessi incrementare il proprio introito?"

"Conosci qualcuno che sta cercando un lavoro solido da fare a casa?"

"Conosci qualcuno che vuol cambiare lavoro?"

"Lavoro per un'azienda che si sta ingrandendo in questa zona e sto cercando delle persone valide alle quali servirebbero più soldi. Conosci qualcuno che potrebbe fare al caso mio?"

Nella maggior parte dei casi ti chiederanno altre informazioni prima di darti dei nomi (una richiesta dettata dalla curiosità e la sensazione che possa essere perfetto per loro, ma non lo ammetteranno ancora).

Alla richiesta di ulteriori informazioni puoi dire:

"Certo, capisco. Prima di indicarmi qualcuno ne vuoi sapere di più?" E poi vai al punto 4.

Esempi per candidati del mercato freddo

Mercato Freddo e Caldo si equivalgono nel caso dell'approccio super-indiretto. Usa le stesse frasi dei candidati del mercato caldo o qualsiasi variazione che ti sembri più adatta.

4) Se io facessi, tu lo faresti?

Questa domanda è stata la mia arma segreta per molto. È di certo la frase più efficace nella quale mi sono imbattuto nel costruire un business nel Network Marketing.

"Se ti dessi un DVD, lo guarderesti?"

"Se ti dessi un CD, lo ascolteresti?"

"Se ti dessi un giornale (o qualcosa di stampato), lo leggeresti?"

"Se ti dessi un link di una presentazione, gli daresti un'occhiata?"

"Se ti invitassi a un seminario on-line, lo ascolteresti?"

"Se ti invitassi a una teleconferenza esclusiva, parteciperesti?"

La domanda è veramente POTENTE, e per varie ragioni.

Prima di tutto perché è reciproca. Stai dicendo che tu farai qualcosa se anche loro faranno qualcosa. Gli esseri umani sono geneticamente predisposti a questo genere di scambio.

Secondo poi perché ti mette in una posizione di potere. Sei in controllo. Non stai elemosinando nulla. Non stai chiedendo un favore. Stai semplicemente proponendo uno scambio.

E infine, implica che TU abbia qualcosa di valore da offrire. Stai dicendo che farai qualcosa ma solo se l'altro farà un'altra cosa in cambio. Quando dai valore a quel che fai, le persone ti rispettano.

Quando ho cominciato, non conoscevo la domanda magica. Dicevo solo cose come, "Voglio che tu veda questo video veramente, veramente tanto, prova il mio prodotto, ascolta il CD ecc." Puoi immaginare i risultati. La psicologia dietro queste richieste è povera. Se usi "Se io facessi, tu lo faresti" allora stai parlando di business. Se dici "veramente, veramente tanto" sembri un disperato, e un incaricato disperato NON è attraente. Se hai già provato con questo approccio sai di cosa sto parlando.

"Se io facessi, tu lo faresti" ottiene risultati. Fa dire SÌ alle persone. Aiuta i candidati a guardare a ciò che abbiamo da una diversa angolatura. Ricorda che il nostro scopo è la formazione e la comprensione. "Se io facessi, tu lo faresti" ci aiuta a raggiungere questo scopo.

Sei hai comunicato fretta e complimentato il candidato durante la chiamata, hai fatto l'invito e chiesto "Se io facessi, tu lo faresti" la loro risposta sarà "sì" quasi al 100% delle volte e puoi andare al punto 5.

Se prima chiedono ulteriori informazioni, digli semplicemente "Capisco che tu voglia ulteriori informazioni, ma tutto quello che c'è da sapere è sul DVD o CD o giornale o link ecc. Il modo più veloce per capire di cosa sto parlando è semplicemente visionare il materiale. Quindi se te lo dessi, lo visioneresti?"

Se dicono di no, ringraziali per il loro tempo e passa al prossimo. Inoltre rivedi i passi uno e tre per vedere dove puoi migliorare. Ma NON dar loro il tuo materiale.

Quindi hai usato i primi quattro passi e la persona ti ha detto SÌ! Vittoria! Hanno accettato di visionare il tuo strumento! Questo vuol dire che andranno fino in fondo? No. Di fatto solo il 5% dei contatti fa quel che dicono di fare se ti fermi al quarto passo— e 5% non è un numero buono. Per avvicinarti al 80% devi completare il processo d'invito in modo professionale.

5) Conferma n. 1- ottieni un appuntamento/fissa una data

Hai chiesto "Se io facessi, tu lo faresti" e ha detto sì. Il passo successivo è ottenere un suo impegno.

"Quando pensi di poter guardare il DVD con esattezza?"

"Quando pensi di poter ascoltare il CD con esattezza?"

"Quando pensi di poter leggere la rivista con esattezza?"

"Quando pensi di poterti collegare al link con esattezza?"

Non gli suggerire una data o un'ora. (Altro errore che facevo all'inizio della carriera). Fai la domanda e aspetta che rispondano. Questa domanda li fa pensare ai loro e ai loro impegni, li fa cercare un luogo dove visionare il tuo strumento per poi comunicarti l'appuntamento. In altre parole, rende concreto il loro impegno.

Quando all'inizio hai chiesto "Se io facessi, tu lo faresti" e loro hanno risposto sì, quello è stato un giorno qualsiasi. Quando ottieni l'impegno, tutto comincia a diventare concreto. L'unica cosa che conta è che ti diano un orario, un giorno. Non importa quando. Dagli il tempo di pensare ai loro programmi e dirti quando avranno sicuramente visionato il materiale sicuramente.

Circa il 90% delle volte, ti daranno una risposta positiva. Il restante 10% dirà qualcosa di vago come "Cercherò di farlo appena posso". In questo caso di: "Non voglio sprecare il tuo tempo e neanche il mio. Perché non scegliamo una data per la quale lo avrai visionato con esattezza? Ricordati che hanno già detto che sicuramente lo avrebbero visionato. Ora stai solamente fissando una data.

La chiave di tutto ciò è che ora hanno detto "sì" due volte - la prima volta quando hanno risposto al "se io facessi, tu lo faresti" e la seconda volta quando avete fissato una data.

Quindi ora puoi fornirgli lo strumento, giusto? Sbagliato. Non hai ancora finito. I professionisti impiegano qualche secondo in più per completare un paio di ulteriori passi prima di finire.

6) Conferma n.2- conferma l'impegno

Se ti dicono che guarderanno il DVD entro martedì sera, la tua risposta dovrebbe essere qualcosa tipo, "Quindi se ti chiamassi mercoledì mattina l'avrai sicuramente visto, giusto?" Se dicono che ascolteranno il CD entro giovedì mattina tu dovresti dire "Quindi se ti chiamassi durante la giornata di giovedì l'avrai sicuramente ascoltato, giusto?" Se dicono che si connetteranno al link entro il primo luglio tu dovresti dire: "Quindi se ti chiamo il 2 luglio l'avrai sicuramente visto, giusto?"

O diranno sì naturalmente, o sposteranno leggermente l'orario. In ogni caso, il significato del sesto passo è che hanno confermato tre volte ed è molto più probabile che vadano fino in fondo - e:

La chiave è: non è un appuntamento fissato da te ma da loro.

Hanno detto che avrebbero visionato il materiale, che lo avrebbero fatto entro un orario specifico e che se tu li avessi chiamati dopo questo orario loro avrebbero già visionato il materiale. Tu hai fatto le domande. Con le loro risposte hanno fissato l'appuntamento.

7) Conferma n.3- Programma la prossima telefonata

Questo passo è semplice. Chiedi semplicemente "Qual è il numero e il momento migliore per chiamarti?" Ti diranno quello che più conviene loro, e ora hai un appuntamento concreto. Ti dovrai solo ricordare di chiamarli al momento prestabilito.

Ti hanno detto sì quattro volte. L'invito in tutto ha impiegato qualche minuto del tuo tempo, e le tue possibilità di ottenere un risultato di formazione e comprensione è salito dal 5% al 80%.

8) Staccati dal telefono

Ti ricordi che vai di fretta, vero? Una volta confermato l'appuntamento, la migliore cosa da dire è qualcosa di simile a: "Ottimo, ci sentiamo allora. Devo scappare!"

Troppe persone fissano l'appuntamento e poi lo cancellano perché parlano troppo. Ricordati che il nostro obiettivo rimane la formazione e la comprensione e che vogliamo usare il materiale per portare a termine il lavoro. Ecco degli esempi degli 8 passi:

Una persona che conosci e che odia il proprio lavoro-Approccio Diretto

"Ciao, non ho molto tempo a disposizione ma è importante averti trovato. Ascolta, sei una delle persone più abili che io conosca nel tuo campo e ti ho sempre rispettato per questo. Quando mi hai detto che non ti piace veramente il tuo lavoro dicevi sul serio o dicevi così tanto per dire? (loro risponderanno che dicevano sul serio).

"Ottimo. Penso di averti trovato una via d'uscita. Ho un CD che ti spiega molto meglio di me quello che intendo proporti. Se ti dessi il CD, tu lo ascolteresti?" (Dicono sì)

"Quando pensi di poterlo ascoltare con esattezza?" (Loro dicono martedì) "Quindi se ti chiamassi mercoledì mattina l'avrai sicuramente ascoltato, vero?" (Loro rispondono sì).

"Benissimo. Allora ti richiamo mercoledì. Qual è il numero e il momento migliore per chiamarti?" (ti forniscono l'informazione).

"Perfetto. Ci sentiamo allora. Devo scappare, grazie!"

Un buon amico - approccio indiretto

"Ciao, ho pochissimo tempo, ma volevo dirti una cosa al volo. Ce l'hai un secondo? Bene, tu mi hai sempre incoraggiato e io l'ho apprezzato moltissimo.

"Ho appena iniziato un nuovo lavoro e sono nervosissimo. Vorrei fare un po' di pratica con una faccia amica. Ti dispiacerebbe se facessi una prova con te?" (Rispondono sì).

"Ottimo! Se ti dessi un DVD che spiega tutto per filo e per segno, lo guarderesti?" (Rispondono sì).

"Dura circa 15 minuti. Quando pensi di poterlo guardare con esattezza?" (Rispondono giovedì).

"Quindi se ti chiamassi venerdì mattina l'avrai sicuramente visionato, giusto? Benissimo, qual è il numero e il momento migliore per chiamarti?" (Forniscono l'informazione).

"Ottimo, ci sentiamo allora. Devo scappare, grazie!"

Una persona di successo – l'approccio super-indiretto

"So che sei indaffaratissimo e anch'io non ho molto tempo, ma sono contento di averti trovato. Hai avuto un successo incredibile e ho sempre stimato il tuo modo di lavorare. Ho appena iniziato un nuovo progetto e sto cercando persone in gamba che mi seguano. Certamente non mi riferisco a te ma magari mi potresti indicare qualcuno di ambizioso, che fosse motivato dalla possibilità di far crescere il conto in banca?" (Dicono di conoscere qualcuno adatto)

"Capisco che tu voglia saperne di più prima di raccomandarmi qualcuno. Ho un DVD che spiega perfettamente cosa sto facendo e il tipo di persona che sto cercando. Dura poco.

"Se te lo mandassi, lo visioneresti?" (Dicono di sì). "Grazie, entro quando pensi che lo avrai visto con esattezza?" (Dicono lunedì prossimo.)

"OK, quindi se ti chiamo martedì prossimo, l'avrai sicuramente visionato?"

"OK, ci sentiamo martedì allora. Qual è il numero e il momento migliore per chiamarti?" (Forniscono l'informazione). "Ottimo. Grazie ancora. Ci tengo molto, ci sentiamo martedì."

Un candidato del mercato freddo che ti ha venduto qualcosa in modo molto efficace - Approccio Diretto

"Ora non c'è il tempo per parlarne perché io devo scappare, ma tu sei in gamba e io sto cercando persone come te. Pensi di voler fare il lavoro che stai facendo per il resto della tua vita?" (Dicono no).

"Bene. Ho qualcosa che potrebbe interessarti. Ora non ho tempo per spiegarti ma ho un DVD che spiega tutto per filo e per segno. Se te lo dessi, lo guarderesti? (dicono sì) "Quando pensi di visionarlo con esattezza?" (Dicono domenica).

Quindi se ti chiamassi lunedì, lunedì l'avrai visto di sicuro, vero? (dicono sì).

"Bene, ci sentiamo lunedì allora. Qual è il numero e il momento migliore per chiamarti?" (Forniscono l'informazione).

"Perfetto. Grazie ancora per la disponibilità, ci sentiamo presto".

Cominci ad apprezzare la fluidità di questo sistema? Naturalmente ci sono molte variazioni possibili per i diversi candidati, ma spero che questi esempi ti aiutino a capire come funziona il sistema nel suo insieme.

In quanto alle parole, è meglio se capisci i concetti e non ti concentri sulle parole esatte scritte qui. Il mondo va per un altro verso. Ma se impari a far capire al tuo candidato che vai di fretta, poi gli fai un complimento sincero, poi un invito e poi concludi con uno strumento ("Se io facessi, tu faresti?") per poi confermare come ti ho spiegato, e alla fine terminare la telefonata completando l'invito - non avrai problemi di sorta.

Ricordati che nell'arruolare non ci sono esperienze buone o cattive - sono tutte esperienze utili alla crescita. Nel tuo percorso d'apprendimento per diventare un Professionista del Network Marketing, la cosa migliore che possa succedere è che impari i concetti necessari per reclutare in qualsiasi momento. Così non dovrai mai preoccuparti della fortuna. Quindi pratica, pratica, pratica.

Eric Worre