КНИГА ЛИДЕРА

КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ В БИЗНЕСЕ С ОРИФЛЭЙМ

oriflame

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com





У вас в руках – первая книга в истории сетевого маркетинга, написанная ста самыми сильными Лидерами Орифлэйм! Эта уникальная книга создана россиянами, для россиян и с учетом особенностей российского бизнеса.

«Книга Лидера» – результат работы участников первого Всероссийского конгресса топ-Лидеров Орифлэйм. Это путеводитель и руководство к действию для будущих Лидеров, в котором изложены технологии ведения бизнеса с Орифлэйм, способы покорения Лестницы Успеха и рецепты достижения финансового благополучия. И все это – на основе опыта и многолетней практики тех, кто использовал возможности, предлагаемые компанией, и добился прекрасных результатов.

Каждый, кто хочет достичь вершин бизнеса с Орифлэйм, найдет в этой книге уникальные секреты успеха работы с нашей компанией.

Магнус Брэннстром,
сопредседатель Всероссийского конгресса топ-Лидеров Орифлэйм

Эта удивительная книга написана удивительными людьми. Однажды они захотели вырваться в другую жизнь – и у них получилось! Я от простого Консультанта дошла до встречи с Королевой Швеции. Но, может быть, самая удивительная история будет ваша?..

Тамилла Полежаева,
сопредседатель Всероссийского конгресса топ-Лидеров Орифлэйм

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Прямые продажи – бизнес будущего

Многие люди, которые еще не знакомы с Орифлэйм, с трудом представляют себе, в какой отрасли работает наша компания. В этой статье я расскажу об индустрии прямых продаж, лидером которой по праву можно назвать компанию Орифлэйм.

Какие методы продвижения продукции на рынок существуют сейчас в мире?

Традиционный канал – когда товар поступает в специальный магазин или супермаркет, где его приобретает клиент. Этот метод имеет несколько существенных недостатков для продавца – к примеру, необходимость затрат на рекламу. Второй канал, так называемая «электронная коммерция», – распространение через телемагазины и Интернет. И здесь есть свои недостатки, например, – невозможность протестировать товар перед покупкой. Третий канал, один из самых динамичных, современных и перспективных – прямые продажи.

В процессе прямых продаж предложение товаров потребителям происходит на основе индивидуальных контактов, дома или на работе клиента, а не в местах розничной торговли. Как правило, эти товары представлены в каталоге, через который можно сделать заказ Консультанту компании. Процесс прямых продаж предполагает проведение презентаций продукта, во время которых продавец дает клиентам всю необходимую информацию о товаре и рекомендации по его применению. Все товары доставляются непосредственно клиенту на дом или в офис.

Наиболее популярна система прямых продаж в США (объем продаж – 30 млрд долларов в год) и Японии (23 млрд). В России оборот рынка пря-

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

мых продаж составляет около 2 млрд долларов, причем, эта отрасль стремительно развивается. Самый популярный вид товаров, распространяемых методом прямых продаж в мире, – косметика. На втором месте – биологически активные добавки, затем идут домашние принадлежности, одежда и бытовая техника.

Прямые продажи – не только самый удобный способ приобретения товаров для клиентов, это еще и неограниченные возможности дохода для Консультантов.

Для дистрибьюторов индустрия прямых продаж привлекательна за счет того, что она позволяет иметь свой собственный бизнес при небольших первоначальных затратах и с минимальным риском. Здесь есть возможность найти работу с гибким графиком тем, кто, по тем или иным причинам, не может себе позволить работать полный рабочий день.

Очень важно понять, что в индустрии прямых продаж существует несколько направлений – они делятся по методу дистрибьюции и методу компенсации. Один из самых эффективных методов компенсации – многоуровневый маркетинг, когда вознаграждение рассчитывается не только с личных продаж или с первого уровня, но и с нескольких уровней структуры, причем структура не ограничена количеством уровней в своем развитии.

Согласно исследованию компании Ernst & Young по результатам опросов компаний-членов Ассоциации Прямых Продаж (Россия) и независимых дистрибьюторов, более 82% процентов дистрибьюторов – женщины, большинство из которых замужем. Свыше 52% – с высшим образованием. Демографически отрасль ориентирована на семью и демонстрирует свою уникальность, предоставляя возможность заняться предпринимательской деятельностью. Прямые продажи обеспечивают дополнительный источник дохода многим российским семьям, что ведет к улучшению их материального положения и качества жизни.

Консультанты Орифлэйм получают немедленную прибыль и бонусы от компании, продавая натуральную шведскую косметику и строя структуры, отлично выглядят, путешествуют по экзотическим странам вместе с руководством Орифлэйм партнерами по бизнесу. Это веские причины, чтобы присоединиться и сделать карьеру в компании Орифлэйм, являющейся лидером индустрии прямых продаж. Как это сделать – читайте в Книге Лидера.

Сергей Канашин,
заместитель генерального директора
Орифлэйм-Россия

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. Действия новичка 8

Глава 2. Секреты успешного рекрутирования 34

Командные методы
рекрутирования на теплом рынке 37

Командные методы
рекрутирования на холодном рынке 42

Индивидуальные методы рекрутирования
на теплом рынке. 52

Индивидуальные методы рекрутирования
на холодном рынке 59

Глава 3. Работа Менеджера 12-21%. 68

Глава 4. Лидерство и мотивация 86

Глава 5. От Директора до Золотого Директора 102

Глава 6. От Сапфирового
до Бриллиантового Директора 136

Глава 7. Корпоративная культура и этика 148

Словарь терминов 165

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Пивенштейн Ольга
Исполнительный
Директор



Храпкин Бронислав
Исполнительный
Директор



Аврискина Ольга
Бриллиантовый
Директор



Гусляков Николай
Бриллиантовый
Директор



Демидов Николай
Сапфировый
Директор



Заостровцева Светлана
Бриллиантовый
Директор



Ибрагимова Фаиля
Исполнительный
Директор



Илюхина Елена
Дважды Бриллиантовый
Директор



Койнова Наталия
Сапфировый
Директор



Салынина Наталья
Исполнительный
Директор



Самоделко Нина
Бриллиантовый
Директор



Семенова Татьяна
Бриллиантовый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ДЕЙСТВИЯ НОВИЧКА

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com





Ольга Пивенштейн, Бронислав Храпкин, Исполнительные Директора:

«Как вы лодку назовете, так она и поплывет» – эта фраза может относиться и к старту в нашем бизнесе. Новый человек мало знает о возможностях Орифлэйм, и об MLM-индустрии в целом. От того, как мы ему расскажем о бизнесе, как поможем поставить личные цели, будет зависеть его успех. Задача спонсора – помочь новичку успешно стартовать, заработать свои первые деньги и увидеть перспективы в Орифлэйм. Задача новичка на первом этапе – научиться выполнять простые действия – три «П»: показывать каталог и собирать заказы; приглашать людей на ВВО; посещать все мероприятия спонсора (встречи «Возможности Орифлэйм», тренинги, марафоны). Как нам этого добиться, с чего начать, как научить – об этом и пойдет речь в первой главе нашей книги.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Поздравляем! Вы уже принадлежите к одной из ведущих компаний мира! Вы хотите многого и сразу? Начните – и у вас получится, как у многих сотен тысяч таких же, как вы. Вы готовы? Тогда начинаем!

Компания приготовила вам первые подарки – рекомендации для достижения успехов. И сейчас мы с вами детально во всем разберемся.

1. Первый помощник в достижении успеха – это каталог, который работает днем и ночью, с вами и даже без вашего участия, но всегда – на вас. Главное: он не должен лежать дома, ведь в нем – красота и возможности.
2. Информационные материалы о возможностях Орифлэйм.
3. Что еще?

Этот вопрос возник в вашей голове? Отлично! Мы с удовольствием ответим. Ваши помощники:

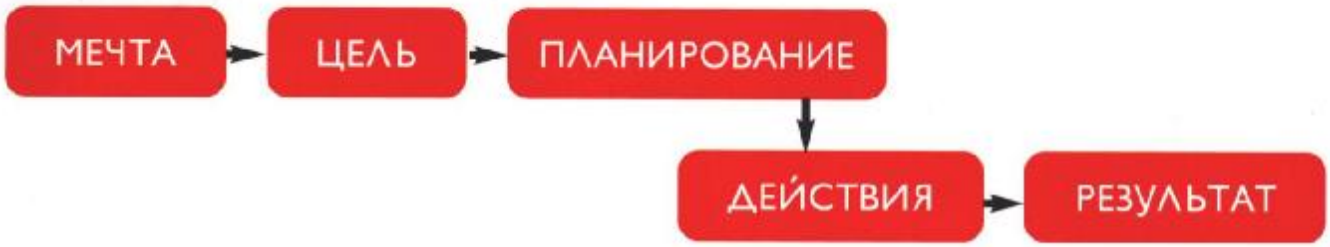
- Книга о красоте;
- Палитра декоративной косметики Орифлэйм;
- Пробники средств по уходу за кожей, ароматов, декоративной косметики.

Есть еще один подарок – наше желание помочь вам заработать. Ну что, начнем? И сделаем первые три шага, за которые вы получите подарок. Как в любом серьезном деле, мы подойдем к этому грамотно. Поставим цель и спланируем действия. Самое главное – цель должна быть глобальной, а действия простыми и реальными.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Наш маршрут таков:



Определите ваши сокровенные мечты, поставьте цели, спланируйте действия, действуйте согласно маршруту и получайте результат!

Мечта

А сейчас небольшой тренинг.

Давайте помечтаем. Сядьте удобно, расслабьтесь, закройте глаза и вспомните все мечты, которые вы хотели бы воплотить. Не ограничивайте себя: чем смелее, тем лучше. Зафиксируйте это состояние на 2-3 минуты, откройте глаза – и все мечты отразите на бумаге в графе «Мои мечты и желания» Таблицы 1. Теперь рядом с каждой мечтой укажите, сколько времени понадобится для ее осуществления, и сколько стоит ваша мечта.

Таблица 1.

Так создаются достижения вашей жизни			
Мои мечты и желания	Мои цели на этот год	Моя система действий	Мои результаты

Цели

Так рождаются цели и начинается планирование деятельности: на год, полугодие, каталог, неделю, день.

Если вы решили добиться успеха в Орифлэйм, ваши приоритеты таковы:

- приглашать в бизнес;
- давать информацию;
- вести людей за собой, то есть, показывать, приглашать и посещать.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Ваш наставник (спонсор) научит делать это систематически, а когда вы придерживаетесь системы, она становится правилом. И это очень важно, ведь правило – это то, что делаешь. Итак, каких же навыков мы будем придерживаться?

- Ежедневно планируем день.
- Ежедневно посещаем встречи и мастер-классы.
- Раздаем каталоги.
- Собираем заказы.

Мечты будут бессмысленны, планы неосуществимы, цели недосягаемы, если они не закреплены действием.

Действия

Чтобы помочь вам в эффективном планировании, мы разработали календарь Консультанта на трехнедельный каталог (см. Таблицу 2).

Важно анализировать свою деятельность, подводить итоги каждого дня, недели, каталога:

- сколько звонков вы сделали?
- сколько каталогов показали?
- сколько заказов собрали?
- сколько встреч провели?
- какие имеете результаты?
- сколько заработали?
- на каком этапе пути к реализации цели и достижению мечты вы находитесь?

Не переживайте, если сразу все не получается. Продолжайте действовать! «Москва не сразу строилась»! Главное – повторять свои действия вновь и вновь. Будьте верны своим мечтам. Не сдавайтесь!

Таблица 2.

неделя	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье
1.		Раздача каталогов	18.00 презентации компании	Собрать заказы		17.00 мастер-класс	14.00 гостевая встреча
2.							
3.							

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Как известно, любой результат начинается с первого шага. Ваш первый шаг – набрать заказ на 100 ББ в течение 21 дня с момента регистрации и получить первый подарок. Второй и третий шаги принципиально не отличаются от первого. Полную информацию о прохождении Стартовой программы вы найдете среди документов в Стартовом комплекте.

Вас ждет еще один сюрприз – привилегии. Любите получать скидки? Сделайте заказ на 150 ББ и получите свою первую премию – скидку 50% на самый любимый продукт, и это еще не все...

Как новичок вы сможете выбрать одну из возможностей Орифлэйм как:

КЛИЕНТ – экономия 30%
Скидки на продукцию 30%

КОНСУЛЬТАНТ – рекомендация продукции
Дополнительный доход 30%

ЛИДЕР СТРУКТУРЫ – построение бизнеса с доходом до 21% от заказов вашей группы. Творческая педагогическая деятельность за результаты группового товарооборота до 21%

+ карьера
+ премии
+ приглашения на мероприятия
+ отдых за рубежом
+ программа «Автомобиль»
+ акции компании Орифлэйм

А сейчас ответьте на вопрос: «Где вы себя видите?». Вы не считали, сколько раз вы вдохнули и выдохнули, читая эти строки? Нет? Точно такой же и наш бизнес – простой и естественный. И в этой главе вы узнаете об инструментах, которые принесут вам благополучие и финансовую независимость.



1. Инструмент:
Список людей, которых вы знаете.
И создать его вы должны прямо сейчас. Мы предлагаем вам взять часы и засечь время, которое вы потратите на заполнение данной таблицы

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

При этом соблюдайте два правила:

- начните с себя;
- каждый день продолжайте заполнять эту таблицу в течение десяти минут.

2. Инструмент:

Каталог – это то, что приносит вам деньги. Чтобы быть успешным, нужно уметь работать с каталогом, а для начала просто его приобрести, причем, не один.

Кол-во каталогов	Доход	Инвестиции	Прибыль
1	300 руб.	25 руб.	275 руб.
5	1500 руб.	90 руб.	1410 руб.
20	6000 руб.	325 руб.	5675 руб.

Выберите самую выгодную для вас позицию по отношению к количеству каталогов.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

КОНСУЛЬТАНТ

Чтобы стать Консультантом, придерживайтесь системы.

В этой системе всего 5 простых шагов.

ШАГ 1. Получив новый каталог, в первую очередь, оформите его. Подпишите каталог: имя, фамилия, контактный телефон. Напишите на каталоге фразы: «Принимаю заказы. Приглашаю к сотрудничеству», «Здесь есть все...»
Если на продукт в этом каталоге скидка, напишите, сколько клиент сэкономит. Покажите человеку его выгоду. Скидка 20-30% – абстрактные цифры, а 50 руб. – реальные деньги.

ШАГ 2. Внимательно изучите каталог, выпишите на отдельный лист все скидки и новинки. Выберите из каталога 4-5 позиций, о которых будете рассказывать в этом месяце клиентам. Если вы предложите клиенту 20 новинок, он не выберет ни одной, ведь проблема выбора – одна из самых острых. Какие же позиции выбрать? Желательно, чтобы выбранный вами продукт сочетал в себе следующие свойства: новинка, со скидкой, цена в пределах 100-120 руб., возможность предложить абсолютно всем.
Женщина может себе позволить заказать для себя продукцию в среднем на 250 руб. в один каталог – это две позиции. А за год 34 бутылочки – это уже целый косметический салон! Десять клиентов – это заказ на 2500 руб. в каталог. Это легко!

ШАГ 3. А теперь выберите из каталога 1-2 дорогих продукта. Недорогие продукты продавать легко, но больше денег дают дорогие вещи. Продать одну туалетную воду выгоднее, чем десять шампуней.

ШАГ 4. Выделите «изюминку» в каждом продукте и напишите такой текст, чтобы за три минуты рассказать о нем все.



Пример:
«Вы потом посмотрите весь каталог, а сейчас я вам рекомендую обратить внимание на... потому что в этом каталоге это – самое классное предложение!»
Четко акцентируйте внимание на том, что нужно взять.

ШАГ 5. Важно фиксировать, кто из ваших клиентов что заказывает, чтобы не предлагать через каталог тот же самый продукт одному и тому же человеку.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

А вам приходилось слышать от клиента такую фразу:

– Посмотрела каталог, ничего интересного.

– Как ничего интересного? А вот это у тебя есть?

И расскажите об изюминке продукта.

Попробуйте поработать по этой системе, и вы увидите, как увеличиваются ваши доходы с каждым новым каталогом. Помните: раздавать каталоги – это ваша работа, а собирать каталоги – ваша зарплата.

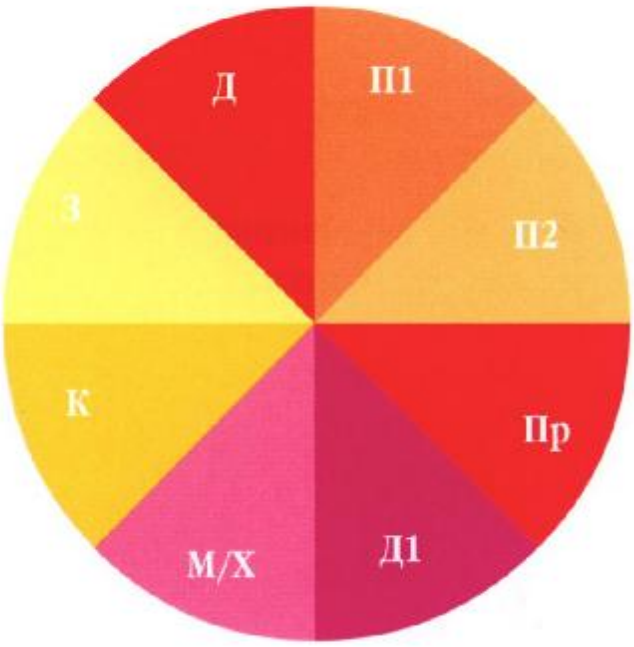
Заведите для себя таблицу: впишите в строки имена клиентов, которым вы раздали каталоги, в столбцы – номера каталогов. Отдав каталог, сделайте пометку «+», а получив по нему заказ, обведите в кружок. Делайте это в каждом каталоге – это приведет вас к успеху. Ваш клиент – самый дорогой для вас человек, требующий особого внимания.

Ведение клиентской базы

У каждого начинающего Консультанта возникает вопрос, как найти клиентов. Источники:

- список знакомых;
- рекомендации;
- анкетирование;
- Дни клиента и мастер-классы.

У каждого из нас есть жизненный круг. Например, на вашем этаже, в доме, где вы живете, есть соседи. Все эти люди моют голову, бреются, красят ресницы.



Д – сам себе клиент;
П1 – площадка на этаже;
П2 – квартиры в подъезде;
Пр – подъезд рядом;
Д1 – дом рядом;
М/Х – молоко-хлеб (магазин);
К – будь клиентом клиента (аптека, школа, стоматология);
З – знакомый, которого вы встретили.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Клиенты повсюду! Главное, чтобы у вас в сумке были каталоги. И тут без покупки десяти каталогов не обойтись. Каталог – это магазин, и если один магазин – это одна выручка, то два магазина – две выручки. Чем больше, тем лучше! Каталог Орифлэйм должен всегда быть с вами. Но самое приятное – каталоги работают даже там, где вас нет! Мы рекомендуем сделать таблицу, где вы учитываете, кому показали каталог, кто сделал и получил заказы.

Полезно завести отдельные карточки, где вы будете фиксировать потребности каждого клиента: особенности кожи, вкусы, пристрастия. Не думайте о деньгах, когда обслуживаете клиента, думайте о выгоде, которую получит клиент. Десять постоянных клиентов обеспечат 150 ББ:

10 ББ х 10 = 100 ББ + 50 ББ (ваш заказ для себя, ведь вы – ваш лучший клиент).

Стартовая программа дана вам для наработки новых клиентов. Закрепляйте отношения, сделайте ваших клиентов постоянными. Ваша задача – за первые три каталога, а это 64 дня, приобрести первых клиентов, и дальше пополнять базу.

Итак, ваши действия очень просты:

1. найти клиента;
2 удержать клиента;
3. пополнять список клиентов.

Дорожите каждым клиентом! Уделяйте ему достаточно внимания и времени. У вас всегда будут выбирать и заказывать, если вы донесете до клиента то, что косметика Орифлэйм:

- натуральная;
- шведская;
- современная;
- модная;
- востребованная;
- доступная.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Вот некоторые рекомендации успешных Консультантов Орифлэйм.

Памятка работы с клиентами

1. *Если я не улыбнусь, клиент не откроет каталог.*
2. *Я знаю о своих клиентах все: дни рождения, проблемы в семье, клички собак. Я стараюсь поддерживать с ними дружеские отношения.*
3. *Лучший способ развеять сомнения недоверчивого клиента – указать на возраст компании. Это действует!*
4. *Каталог всегда со мной, ведь клиенты повсюду!*
5. *Я заказываю не менее 20 каталогов в каждом периоде. Они работают там, где меня нет.*
6. *Клиенты смотрят сначала на мое лицо и руки, а уже потом – в каталог. Поэтому я всегда тщательно делаю макияж, прическу и маникюр.*
7. *Я очень люблю спортивную обувь и одежду, но когда иду принимать заказы, надеваю туфли и костюм.*
8. *Я сама пользуюсь только косметикой и парфюмерией Орифлэйм. Это повышает доверие ко мне.*
9. *Я всегда спрашиваю о рекомендациях в момент доставки заказа.*
10. *Женские коллективы – лучшие клиенты. Здесь всегда рады моему приходу, люди часто делают заказы.*
11. *Я никогда не предлагаю людям купить что-нибудь, лучше использовать другие слова: приобрести, пользоваться, попробовать.*
12. *Я никогда не оставляю у клиента товар, не получив за него деньги!*
13. *План помогает мне побороть лень.*
14. *Праздники – мое любимое дело...*

Возражения

Возражения – это часть нашей работы. Их не стоит бояться и избегать. Человек, который возражает, гораздо ближе к согласию, чем тот, кто просто отмалчивается. Опытные наставники знают, что возражения повторяются, и с людьми, которые не сразу соглашаются с вами, можно и нужно продолжать общение.

Через некоторое время вы научитесь отвечать на любые вопросы. Но это произойдет, только если вы будете действовать.

Ниже мы приведем несколько наиболее распространенных возражений и варианты ответов, а также – пример техники ответов на возражения.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Техника ответов на возражения

1. Согласиться:
– Да, я тоже так раньше думала...
2. Сообщить информацию, которой нет у человека:
– А ты знаешь, что...
или
– Именно поэтому я хотела тебе рассказать, что...
3. Спросить мнение человека:
– А что ты думаешь?

Когда мы сталкиваемся с возражениями, полезно воспользоваться некоторыми правилами:

1. Не бояться любого ответа.
2. Помнить, что «нет» не значит «никогда».
3. Не бороться с возражениями, а провести собеседника через возражения к согласию.
4. Преобразовать возражение в вопрос, например: «Если я вас правильно понял, вас беспокоит качество? Именно поэтому я дам вам информацию о том, где производится косметика Орифлэйм».
5. Изучайте и используйте техники ответов на возражения.



Примеры:

ВОЗРАЖЕНИЕ: *«Я слышала, некоторых не устраивает качество»*
ОТВЕТ: *«Знаешь, если человеку не подошла косметика, это значит, что рядом не было грамотного Консультанта. Согласись, при таком ассортименте тяжело сделать правильный выбор самостоятельно»*

В: *«У моей подруги не получилось»*
О: *«А есть что-то, что ты делаешь лучше, чем твоя подруга? Как ты считаешь, при грамотном обучении и твоих способностях, у тебя может получиться?»*

В: *«Поздно начинать, надо было стоять у истоков»*
О: *«Это дело приносит доход тем, кто становится лучшим, а не первым. Это компания, в которой человек может создать собственный бизнес независимо от того, когда он пришел. Здесь все зависит от действий, от того, что и как он будет делать, а не когда начал. Любое дело не поздно начинать, если собираешься стать*

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

лучшим. Сотни спортсменов уже имеют олимпийские медали, но каждый год есть желающие получить эту медаль, и они работают над собой, над результатами, и занимают первые места»

В: *«У меня нет времени»*
О: *«Для начала тебе не нужно много времени, если ты располагаешь одним свободным часом в день, можно начинать. Этого уже будет достаточно для, того, чтобы зарабатывать дополнительные деньги»*

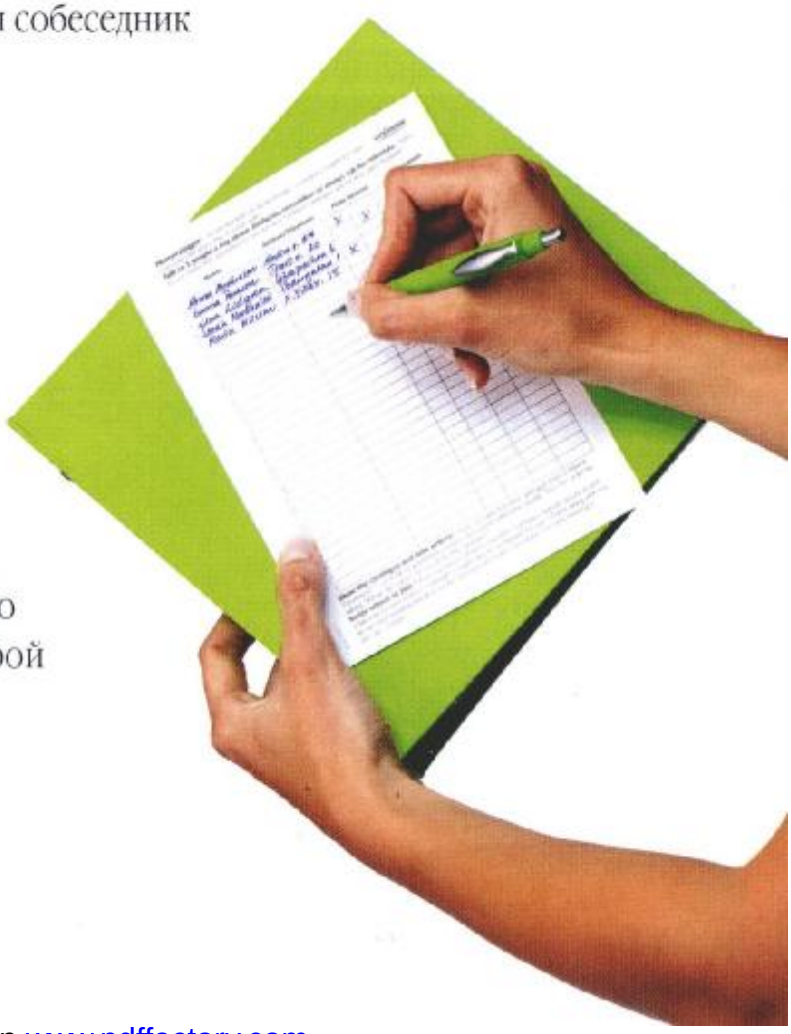
В: *«У меня нет знакомых».*
О: *«У меня тоже была такая ситуация. В наше дело мы приглашаем не только знакомых людей. Есть много методов приглашения незнакомых людей. Каждый незнакомый человек рядом с нами может перейти в категорию знакомых»*

Тренинг «Отбрось ежа»

Собеседник задает вопрос – либо возражает. Задача – развернуть вопрос так, чтобы собеседник сам отвечал на свое возражение.



В: *«Это пирамида?»*
О: *«А что ты знаешь о пирамидах?»*
В: *«А-а-а, это Орифлэйм»*
О: *«А что ты знаешь об Орифлэйм?»*



В подобных ситуациях важно понимание причины, по которой возражает собеседник:

- мало информации;
- есть негативный опыт;
- мало уверенности в том, что у него получится, что начинать еще не поздно

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Ваша задача – не вычеркивать из списка людей, которые возражают, а продолжать с ними общаться, искать повод снова встретиться, пригласить их на очередное мероприятие.

Есть мудрое изречение: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». Каждому из нас хочется получить максимум удовольствия и выгоды. Когда вы приобретаете продукцию для себя и своего окружения, появляется необходимость узнать о ней. Компания позаботилась об этом:

- лекции косметологов;
- мастер-классы;
- школы по продукции.

Если вы хотите сделать карьеру в Орифлэйм, у вас есть необходимость получить более глубокие знания. В этом вам помогут:

- школы наставников;
- мероприятия компании;
- семинары и тренинги Лидеров.

Систематически обучаясь, вы получаете знания и максимальную выгоду в виде денежных потоков.

Для пополнения знаний по продукции вам помогут:

- печатные материалы – Справочник по уходу за кожей, Палитра декоративной косметики Орифлэйм;
- мастер-классы;
- визаж-студии;
- уроки красоты.

Чтобы стать профессиональным Консультантом, вам необходимы базовые знания:

- техника продаж;
- работа с каталогами;
- работа с клиентами;
- как наработать клиентскую базу;
- видеотренинги.

Спонсор

Если вы хотите успеха в Орифлэйм, будьте не просто спонсором, но и наставником. Кто такой наставник? Это человек, который прошел путь от клиента до Консультанта, упорно учился, посещал встречи, читал книги и, главное, получил результат!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Вы хотите пройти путь через тернии к звездам? От «хочу» к «могу»? Если «да», то вставайте рядом! Это захватывающе и интересно – стать личностью и быть востребованным!

Чтобы работать с новичками, вам, как наставнику, понадобится:

- *Личный план.*
- *Программа работы с новичками, картотека Консультантов.*

Карточка Консультанта:

Ф.И.О.		Регистрационный N	
АДРЕС		ТЕЛЕФОН	
Дата рождения		Дата регистрации	
ШАГ 1		БК	
ШАГ 2		Номер ГРУППЫ	
ШАГ 3			



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- **Первичный инструктаж для новичков по предложенному плану:**
  1. *Стартовая программа*
     100 ББ + 100 ББ + 100 ББ = 1865 руб.
     Как и для чего?
  2. *Работа со Стартовым комплектом:*
     - памятка новичку;
     - Бланк заказа;
     - возможности Орифлэйм.

- **Фотоальбом наставника.**

Посещение мероприятий – важная часть личностного и финансового роста! Для успеха необходимы терпение, воля и время на посещение обязательных мероприятий компании и вашего наставника, а также семинаров и тренингов. Без них невозможен рост. Дерзайте!

О деньгах не думайте, они придут сами, если вы будете приглашать в свою команду точно таких же увлеченных людей, как и вы, тех, кто хотел бы изменить свое финансовое положение, свою жизнь и жизнь своих детей.

Самой технике создания команды вас научит ваш наставник, который уже умеет это делать. Задавайте ему больше вопросов. Он всегда поможет! Он, как опытный проводник в горах, поведет вас к вершинам вашего успеха! В пути вам будут необходимы навыки, опыт, инструменты, и самое главное – люди. Ведь к вашей мечте вы можете прийти, только помогая другим осуществить их мечты. Люди сами не узнают обо всех возможностях нашей компании. Нужно дать им шанс, проведя встречу «Возможности Орифлэйм».



Конечно, к этой встрече нужно грамотно подготовиться. Вам понадобятся материалы как для приглашения на встречу, так и для проведения самой встречи.

1. *Для приглашения:*
   - Список знакомых;
   - анкеты;
   - листовки;

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

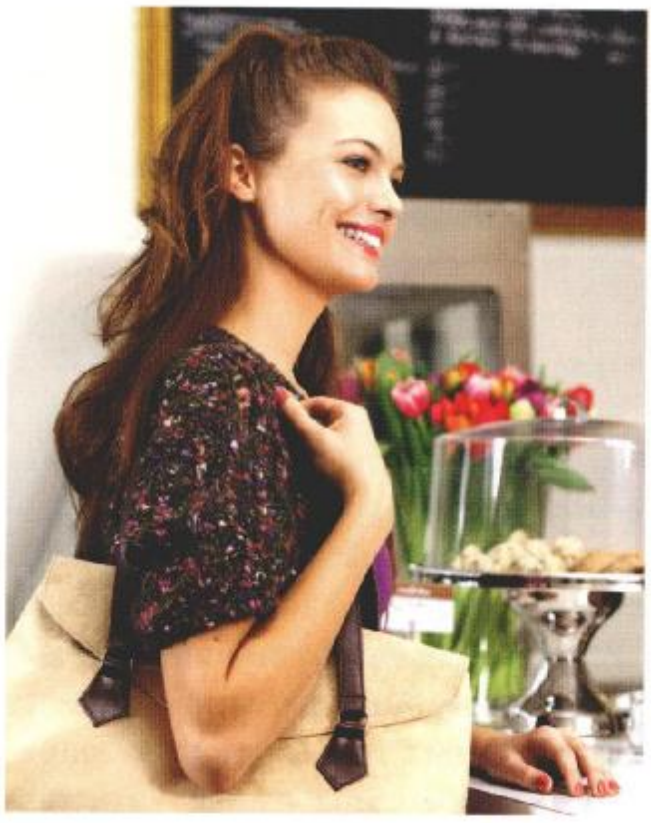
- визитки;
- тексты приглашения.

2. *Для проведения ВВО:*

- папка-тренинг «Возможности Орифлэйм»;
- тетрадь, ручка;
- каталоги – 5-10 шт.;
- прайс-лист;
- продукция компании (3-6 наименований);
- пробники;
- каталог «Специальное предложение»;
- листовки «5 шагов к успеху»;
- План Успеха;
- подборка Информационных листков (история роста);
- каталог успеха (мировой или свой);
- фотоальбом;
- визитки;
- Регистрационные формы;

3. *Ежедневник.*

И вот перед вами – написанные цели, материалы для проведения ВВО, рядом находится наставник, а в голове – неясные мысли: «Кого же мне позвать? У меня никого нет. Да, есть знакомые, но как я им скажу про Орифлэйм? Они бог весть что обо мне подумают. Нет, я не могу их позвать, я не знаю, что им сказать. Как пригласить?». Действительно, слова могут работать и на вас, и против вас. Ваш наставник уже проходил через это, и он, наверняка, скажет, что самое главное – это пригласить, а не решать за других. Пусть ваши знакомые сделают выводы после того, как узнают обо всех возможностях нашей компании и увидят свое будущее.



Определитесь, кого, как и куда пригласить. Используя список знакомых, опыт наставника, выберите тип приглашения.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Таблица 4.

№	Ф.И.О.	Тип приглашения	куда приглашать
1		У меня к тебе дело, зайду вечером!	к себе домой
2		Тебе нужны деньги, заходи, поговорим	домой к спонсору
3		Мне нужен твой совет	кафе
4		Я знаю тебя как серьезного человека, и тебе нужны деньги, у меня есть то, что ты ищешь	офис
5		Приходи на чай, есть разговор	
6		Почему вы не работаете в нашей компании?	
7		У меня свой косметический бизнес. Мне нужен директор	
8		Я расширяю свой бизнес. Мне нужен серьезный партнер	
9		Мне нужна модель для проведения макияжа	
10		Дополнительный доход, интересно?	

Важно помнить, что Орифлэйм подходит всем, но не все подходят Орифлэйм. Не все ваши знакомые будут в вашей команде.

Настройте себя на формулу успеха:
20 + 5 + 1 = УСПЕХ
20 человек услышат по телефону ваше приглашение
5 человек придут на встречу
1 человек присоединится к вашей команде

А как же другие 4 человека? Это ваши потенциальные клиенты, ведь после встречи «Возможности Орифлэйм» они получат каталог, и вы продолжите с ними общаться.

Встречу можно провести, применяя несколько техник. Ваш наставник покажет, какую из них лучше выбрать, учитывая ваш индивидуальный план действий. Подробное описание техник — в первой главе книги.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

При создании команды очень важен положительный настрой. Вам предстоит встречаться с людьми и менять свои страхи на профессиональные навыки. Наставник знает, как проводить встречи, но вам нужно развить уверенность в себе. А для этого можно вспомнить слова Карнеги: «Лучше я буду получать 1% от 100 работающих, чем 100% от самого себя». Смелее! Если вы испытываете страх перед тем как зайти на встречу, есть **рецепт от Исполнительного Директора Орифлэйм Ольги Пивенштейн.**

«Страх перед закрытой дверью»

Самое лучшее средство от страха – это зачитать свою мечту перед тем, как постучать в дверь. На листке вашего ежедневника есть ответы на вопросы:

– *Кем я хочу быть через 5 лет?*

– *Кем я хочу себя окружать?*

– *Что я хочу приобрести?*

– *Чем я хочу владеть?*

Представьте ту картину, которая ждет вас через пять лет! Крылья вырастают за спиной, и с легкостью поднимается рука, нажимая на звонок. Эмоции и энтузиазм переполняют вас, так как вы понимаете, что дорога к успеху начинается с первого шага, со страсти!».

Рецепт для спонсоров от Исполнительного Директора Орифлэйм Нины Кулыгиной.

«Q-система»

Не секрет, что в каждом деле нужно совершать определенные действия в определенные периоды времени, то есть, систематически. Когда человек постоянно делает одно и то же, он ежедневно оттачивает свое мастерство и становится профессионалом. Спортсмены, например, тренируются очень долго и упорно, чтобы победить на соревнованиях. Мы пришли в эту компанию, ведомые желанием победить страх, нищету, депрессию...

И здесь, как и везде, также должна действовать система – система вашего успеха. Сколько людей, столько и методов, но важно, что деятельность можно назвать системой только в том случае, если она в конечном счете приносит желаемый результат.

Предлагаю вашему вниманию «минимально» идеальную схему «Q», которой уже воспользовались некоторые Консультанты, и небезуспешно. Почему «минимально»? Каждый Консультант в нашей структуре делает в каждом каталоге минимум 150 ББ, то есть, становится членом Бизнес-Класса (со всеми соответствующими

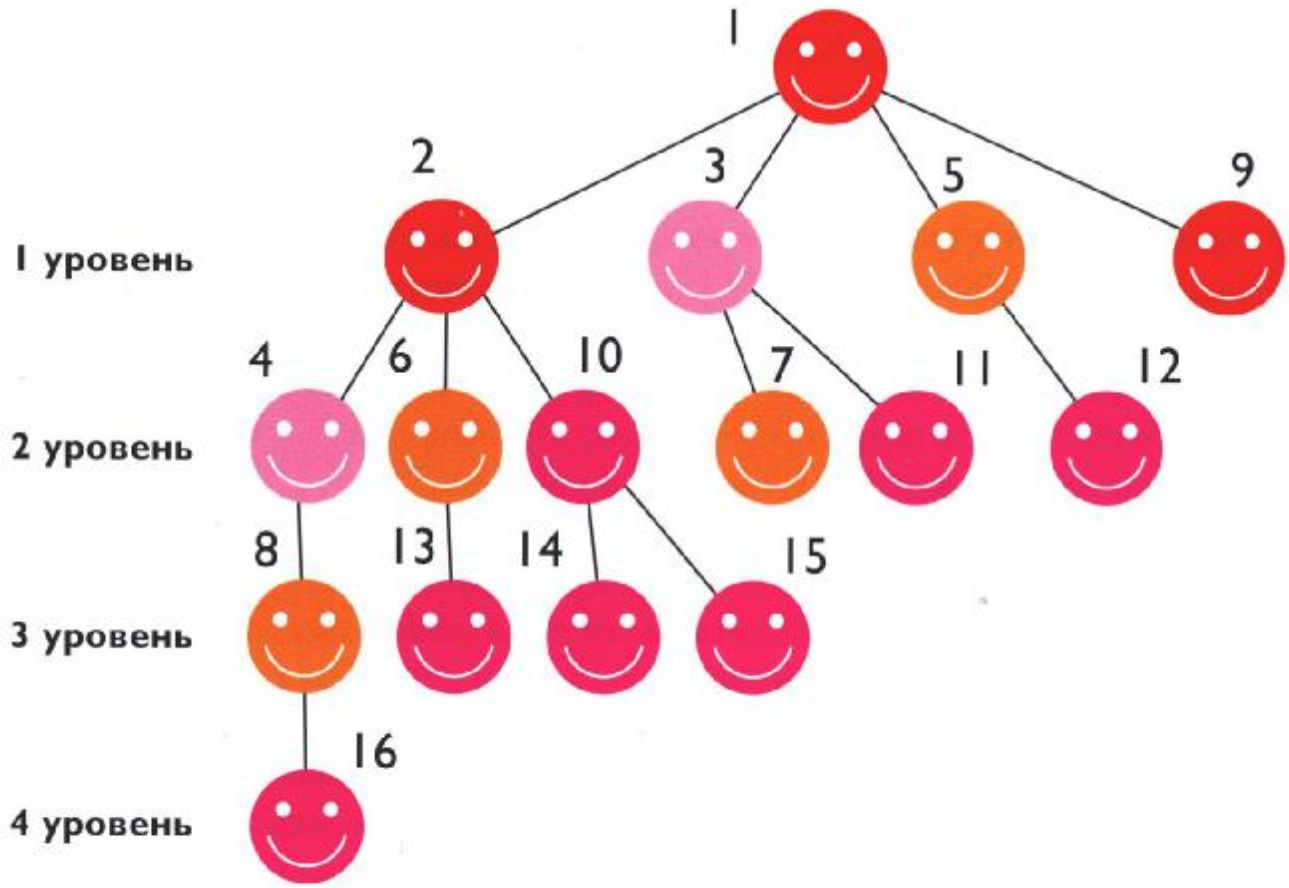
PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

льготами и привилегиями). А в идеальном виде система должна выглядеть следующим образом: каждую неделю каждый Консультант должен регистрировать одного человека в свой первый уровень. Можно рассчитать этот процесс на примере любого каталога с указанием конкретных сроков, но это планируется индивидуально.

Давайте рассмотрим, как работает система на примере каталога №3. Предварительно подбираем перспективного, подающего надежды Консультанта, с которым обсуждаем детали и сроки предстоящей работы по его карьерному росту. Заручившись его согласием, вы начинаете планирование регулярных встреч, заказов, регистраций.

На первой неделе ваш партнер (1) приглашает своего друга (2) и объясняет ему, что он попадает в экспериментальную группу по быстрому карьерному росту, и, если он будет следовать определенным правилам, то все получится.

Что для этого нужно? Сделать за каталожный период 150 ББ и, регулярно проводя встречи, регистрировать каждую неделю по одному человеку (из своего Списка знакомых). Кстати, во время льготных регистраций, проводимых компанией, перевыполнение плана приветствуется. Изобразим это в виде схемы:



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Каталог №3

1 неделя: подписано 2 человека;

2 неделя: 1 и 2 приглашают еще по одному человеку в свой первый уровень, прибавляется 2 человека;

3 неделя: 1, 2, 3 и 4 приглашают еще по одному человеку, и организация увеличивается еще на 4 человека.

По окончании каталога в нашей группе 8 человек х 150 ББ = 1200 ББ > 9%.

Продолжаем делать то же самое в каталоге №4:

1 неделя + 8 человек

2 неделя + 16 человек

3 неделя + 32 человека

Итого: 64 человека х 150 ББ = 9600 ББ > 21%.



Вы удивлены результатом? Конечно, в идеале выглядит все красиво, но это работа ежедневная и кропотливая. Люди приходят разные, не все разделяют ваш энтузиазм, но что вам мешает заменить «слабое звено», ведь это вы руководите процессом, контролируете сроки, просчитываете ББ, анализируете распечатку, обучаете вновь пришедших.

Практические рекомендации:

- встречайтесь с экспериментальной группой каждую неделю;
- разбирайте причины сбоя, которые, к сожалению, неизбежны;
- нарисуйте эту схему на листе ватмана и под каждым номером напишите конкретные фамилии и баллы бонуса.

Таким образом, вы вовлекаете в процесс новичка.

Отнеситесь творчески к своей деятельности, ведь создаваемая вами команда – это оркестр, где каждый играет по нотам свою партию.

Теперь вы – дирижер, и как сыграет оркестр зависит только вас. Смелее! Новых высот вам, господа Лидеры!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Список моего теплого рынка

№	Ф.И.О.	Родственные отношения	Дата рождения/ именины	Место жительства/ индекс	Телефон	Обращение			Работа в настоящее время	Должность	Доход	Примечание
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Правила поведения и имидж Консультанта

В компании есть свои **правила поведения,** которые помогут вам войти в нашу семью единомышленников. Вот основные:

1. Обращаться с людьми настолько же честно, как вы хотите, чтобы обращались с вами.
2. Честно представлять продукцию Орифлэйм и возможности бизнеса своим клиентам и команде.
3. Вести себя таким образом, чтобы соответствовать только высочайшим стандартам честности, порядочности и ответственности.

Не секрет, что лучше всего это получается у позитивно построенных людей.

Одним из помощников на вашем пути является имидж Консультанта Орифлэйм, который включает в себя:

- внешний вид;
- корпоративные материалы;
- аксессуары;
- имидж Консультанта.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Внешний вид включает:

- костюм;
- прическу;
- макияж;
- обувь.

На Руси, как и прежде, встречают по одежке... В первые несколько секунд люди оценивают вас по 75 параметрам. Важно все: выражение лица, мимика, тембр голоса, интонация. Улыбка должна быть взаимной, комплимент – искренним. Важно прислушаться к проблеме клиента. Мы должны быть продуктом продукта. Если шампунь, то Орифлэйм, помада, пена для бритья – только Орифлэйм! Часто клиент задает скрытый вопрос: «А вы чем пользуетесь?».

Имидж Консультанта Орифлэйм предполагает, что вы используете бизнес-аксссуары компании: шейный платок, ручка, часы, зонт. Имидж – это ваш инструмент. Тестеры, буклеты, листовки о продукции, журнал «Мир Орифлэйм», каталоги, деловой блокнот – все это работает на поддержку имиджа.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Внутренний имидж – это ваш внутренний настрой:

1. Будьте уверенным. Уверенность внушает доверие. Если вам поверят, вы понравитесь. Если вы понравитесь, клиенты сделают заказ.
2. Будьте положительно настроены. Сейте оптимизм.
3. Оказывайте влияние своим энтузиазмом и энергичностью.
4. Заботьтесь о людях. Важно не то, что вы знаете, а что демонстрируете.
5. Верьте в свою продукцию и в то, что она может помочь другим людям.
6. Будьте преданны продукции компании Орифлэйм. Это тоже имидж!

Самый главный инструмент вашей деятельности – это вы. В Орифлэйм есть возможности отличных результатов, главное – захотеть. Нас всех объединяют Единство, Дух и Страсть – главные ценности компании и, конечно же, люди, которые захотели изменить свою жизнь!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Семенов Сергей
Исполнительный
Директор



Богатырева Ольга
Бриллиантовый
Директор



Кибис Ольга
Бриллиантовый
Директор



Клоков Александр
Бриллиантовый
Директор



Колтун Алексей
Дважды Бриллиантовый
Директор



Пономарева Ольга
Бриллиантовый
Директор



Рябухина Наталья
Бриллиантовый
Директор



Тарасенко Людмила
Исполнительный
Директор



Ферафонтова Нина
Бриллиантовый
Директор



Фоменкова Наталия
Бриллиантовый
Директор



Холина Светлана
Бриллиантовый
Директор



Юревич Андрей
Бриллиантовый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

СЕКРЕТЫ УСПЕШНОГО РЕКРУТИРОВАНИЯ

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Сергей Семенов
Исполнительный Директор:

Если вы держите в руках эту книгу, значит, вас интересует карьера в Орифлэйм. Основа нашего бизнеса – рекрутирование. Эта глава поможет вам освоить командные и индивидуальные методы работы на теплом и холодном рынке. Вы научитесь проводить праздники, презентации и промо-акции, анкетировать, составлять список знакомых и многому другому! Методов много, и в этой главе мы расскажем обо всех, чтобы каждый смог найти лучший для себя метод эффективного рекрутирования.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Командные методы рекрутирования на теплом рынке

Что такое команда? Это люди, которых в определенный отрезок времени объединяет одна цель. А что такое работа команды на теплом рынке? Это различные формы работы, объединяющие команду, людей и их знакомых, друзей, родственников, ваших знакомых и приятелей ваших знакомых, при которых мотивация и рекрутирование происходят ненавязчиво, как бы «между делом».

Конкурсы, праздники, презентации, коллективные выезды на природу... Самое главное здесь – создать атмосферу праздника, хорошего настроения, чтобы гости захотели присоединиться к команде Орифлэйм. Давайте рассмотрим одну из самых эффективных форм работы – праздник «День признания».

ДЕНЬ ПРИЗНАНИЯ

Цели:

- Мотивация новичков
- Приглашение друзей, знакомых, родственников

Девиз:

«Быстрее, выше, сильнее!»



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

У нас удивительный бизнес! Признание – это одна из ценностей, ради которых мы приходим в Орифлэйм. У Консультантов есть добрая традиция: в первую неделю после закрытия каталога собираться вместе, чтобы выразить благодарность каждому, кто проявил себя в этом бизнесе и достиг первого, пусть пока и небольшого результата.

Команда организаторов должна определить задачи для Консультантов:

- Пригласить как можно больше друзей, родственников, знакомых, родителей, ведь именно сегодня о тех, кто достиг успеха в прошлом каталоге, будут говорить самые лучшие слова. На этот праздник легко приглашать людей: «Приходи и порадуйся за меня, мой успех!».
- Создать такой сценарий, чтобы все прошло легко, весело, и гостям праздника захотелось присоединиться к Орифлэйм.

План подготовки

1. Выбрать одного или двух ведущих (лучше – мужчину и женщину).
2. Распределить обязанности. Выбрать людей, ответственных за: встречу и рассадку гостей; продажу билетов и аренду зала (если мероприятие платное); украшение зала; микрофоны и музыкальное сопровождение; художественные номера.
3. Подготовить сценарий и спланировать праздник по времени (задача инициативной группы).



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Сценарий праздника «День признания»

1. Приветствие

Оно должно быть ярким и неординарным! Помните: вы приветствуете людей, которые пришли вместо того, чтобы поехать на дачу, пойти в спортзал или заняться другими делами. Эти люди собрались здесь ради тех, кого будут чествовать на празднике. Поблагодарите их за это:

«А сейчас мы предлагаем вам поприветствовать друг друга самым необычным способом!»

Попросите встать участников «групп поддержки» и скажите каждому человеку хотя бы пару слов. Объедините всех присутствующих в зале, постарайтесь, чтобы каждый получил свою порцию аплодисментов и признания!

2. Художественные номера и номинации

Предлагаем вам следующие номинации:

- за выход на квалификационную ступень;
- за лучшие результаты по рекрутированию;
- за самый неожиданный и интересный способ рекрутирования;
- за наибольшее количество личных баллов бонуса (ББ);
- за наибольшее число гостей на празднике.

Придумайте звание для победителя в каждой номинации, например, «Королева продаж» за наибольшее количество ББ.

Последние советы

1. Пусть каждого номинанта поздравляет его спонсор – это даст возможность выйти на сцену и стать участником праздника наибольшему количеству людей.

2. Новичок со сцены говорит о себе и своих результатах. Это:
– самая легкая тема для выступления неопытных спикеров;
– приобщает к аудитории;
– помогает преодолеть стеснительность.



Пример:

– Наталья, вы сегодня в необычной роли: с вами пришло самое большое количество гостей! Друзья Натальи, встаньте, пожалуйста! Что Наташа вам сказала? Какое волшебное слово?

Гости кратко говорят, почему они пришли, и мы понимаем: Наташа – это новый Лидер нашей структуры.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Завершение праздника

В финале праздника, под аплодисменты гостей и торжественную музыку, на сцену выходят все люди, получившие признание за высокий результат. Топ-Лидер берет эстафету у ведущих и задает вопрос залу:

«Кто будет стоять на этой сцене в следующий раз? Встаньте!».

Обращаясь ко всем присутствующим в зале:

«Посмотрите на этих людей, поаплодируйте им!».

Такое признание является сильной мотивацией для получения результата.

Задача команды во время праздника «День признания» – вызвать у новичков и приглашенных желание получить свою порцию аплодисментов, стоя на сцене, и, как следствие, – стремление быстро вырасти, построив сильную структуру.

Еще один вариант командной работы с целью рекрутирования – «Конкурс красоты».

КОНКУРС КРАСОТЫ



Цели:

- Формирование сплоченной команды
- Приглашение друзей, знакомых, родственников
- Приобщение людей к индустрии красоты, частью которой является компания Орифлэйм

Девиз:

«Красота спасет мир!»

План подготовки

1. Собрать инициативную группу активных Консультантов.
2. Распределить обязанности. Выбрать людей, ответственных за: договоры с организациями-спонсорами; продажу билетов и аренду зала; украшение зала; выбор жюри (руководители агентств, Лидеры определенного уровня); микрофоны и музыкальное сопровождение; встречу и рассадку гостей; боди-арт, тестирование продукции, консультационные столики с косметической продукцией (уход за лицом, телом, волосами, аксессуары).

Правила

1. Участники конкурса: 10 человек от любых структур. После сбора заявок на участие вы отбираете Консультантов одного уровня (например, Директоров).
2. Зрители в зале: друзья, знакомые, родственники, коллеги по работе, соседи по дому и даче, приятели знакомых.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Масштабы мероприятия

- от 30 до 50 человек – проводится в актовом зале школы или в офисе;
- от 100 человек – проводится в Доме Культуры, театре и т.д.

Обратитесь за спонсорской помощью и предложите сотрудничество в проведении конкурса:

- магазинам одежды (вечерние, деловые костюмы);
- студиям современного танца (шоу на празднике);
- салонам красоты (визажист);
- туристическим агентствам (одним из главных призов может стать путешествие).

На протяжении всего конкурса не забывайте о его целях: представить компанию, продукцию, людей, их отношения, изменения в жизни, настроение, которое они хотят передать, возможности, которые могут получить люди, сидящие в зале.

Во время праздника участницы показывают несколько номеров:

- «Визитка» – презентация работы с Орифлэйм;
- «Образ» – презентация парфюма от Орифлэйм;
- «Танец» – презентация одной из коллекций Орифлэйм.

В конце праздника выступает Топ-Лидер. Он приглашает всех присоединиться к большой и дружной семье Орифлэйм, где у каждого есть шанс стать красивым и успешным.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Командные методы рекрутирования на холодном рынке



Человек умеет только то, чему он научился. Успех – это действия на основе знаний. Самой важной составляющей успеха является практика. Ключ к успеху в MLM – умение эффективно контактировать с теми, кто принимает решение купить товар или присоединиться к бизнесу. Вы не знаете заранее, кто есть кто, поэтому ваша задача – провести максимальное количество встреч. А для этого нужно приглашать на встречи много людей.

Первый этап рекрутирования – приглашение – не удастся, если вы не заинтересуете человека. Успех в MLM – это не одиночный проект. Вместе с командой вы придете к цели быстрее.

Один из видов командной работы – рекрутирование на холодном рынке, которое можно осуществлять несколькими способами:

- анкетирование (социологический опрос);
- раздача листовок;
- промо-акции;
- участие в выставках, ярмарках и других массовых мероприятиях.

Цели:

- Пригласить максимальное количество людей на презентацию «Возможности Орифлэйм»
- Собрать максимальное количество телефонных номеров (обменяться телефонными номерами)
- Увеличить базу активных Консультантов
- Увеличить продажи благодаря приобретению новых клиентов.
- Объединенить и обучить команду

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Преимущества:

- подходит для Консультантов с малым кругом знакомых;
- позволяет справиться со страхом общения и внутренними барьерами;
- ответственность за результат работы берет на себя команда, а не один человек;
- охватывает большой сегмент рынка;
- Консультант самостоятельно выбирает, к кому подходить;
- появляется дух соревновательности (кто больше, быстрее, смелее);
- работать в команде легко и весело;
- ПРАКТИКА, ПРАКТИКА, ПРАКТИКА!

Используйте эти методы:

- в местах скопления людей – рынки, вокзалы, детские площадки, парки, пляжи, биржи труда;
- на открытых городских мероприятиях;
- на спортивных мероприятиях, конкурсах бальных танцев, дискотеках, в фитнес-клубах.

Лена, Менеджер 12%, собрала своих активных Консультантов:

«Ребята, у меня к вам есть предложение! Наступила чудесная пора (весна, лето, осень), увеличился световой день, люди больше находятся на улице и перемещаются (путешествуют). Давайте использовать эту возможность для увеличения нашей команды. Если мы освоим этот метод работы, то у каждого из вас появится своя команда. Я посчитала: если мы два раза в неделю будем выходить на анкетирование (социологический опрос), и каждое воскресенье проводить промо-акции, ваши команды увеличатся в два раза, а значит, в два раза увеличатся и ваши доходы! Этот метод имеет преимущества (см. выше). Чтобы работалось веселее, я объявляю акцию на этот каталог: Консультант, который соберет наибольшее количество номеров, получит в подарок – ...

Консультант, который зарегистрирует наибольшее количество новичков, получит в подарок – ... В конце каталога мы проведем анализ и наградим победителей на одной из еженедельных бизнес-встреч».

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Для работы в команде вам понадобятся корпоративные материалы:

- футболка, бейсболка, ручка, планшет;
- продукция для тестирования (пролистать каталог, выбрать лучшие скидки);
- листовки-приглашения;
- визитки.

Лидер команды до начала разговора с активными Консультантами должен ответить себе на вопросы: кто? где? когда?

Кто закажет листовки?

Кто принесет продукцию?

Где мы будем проводить анкетирование?

Где проведем презентацию?

Когда мы будем проводить опрос?

Когда будем обзванивать людей?

Когда и в какой форме мы проведем встречу «Возможности Орифлэйм»?



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Только после этого вы начинаете договариваться с людьми, обращаясь к конкретному Консультанту по схеме «выбор без выбора»:

«Татьяна, ты напечатаешь листовки или принесешь продукцию?»

«Леночка, ты займешься анкетами или оформишь офис?»

Задача спонсора – создать позитивный настрой и атмосферу в команде единомышленников, работающих для достижения одной цели.

Анкетирование

При социологическом опросе (или анкетировании) обязательно приготовьте анкету и начните с вопроса-приветствия: *«Добрый день. Могли бы вы мне уделить пять минут? Я провожу опрос».*

Анкета для участия в лотерее

1. Знакомы ли Вы с компанией Орифлэйм?
2. Есть ли у Вас персональный Консультант?
3. Хотели бы Вы получать бесплатные консультации по уходу за кожей лица?
4. Интересует ли Вас дополнительный заработок $100, 200, 300 в месяц?
5. Для встреч Вам удобны выходные или будни?
6. Ф.И.О., телефон.

Приглашение на два лица

Имидж, стиль и красота от компании Орифлэйм

В течение праздничного вечера Вам предлагается:

- сделать стильный макияж;
- посетить выставку продукции;
- протестировать ароматы;
- получить консультацию косметолога по уходу за лицом;
- сделать заказ продукции;
- узнать о возможностях сотрудничества с компанией Орифлэйм.

Начало: _____

Адрес: _____

Вас пригласил Консультант Орифлэйм: _____

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Анкета

1. Ф.И.О. _____
2. Профессия _____
3. Образование _____
4. В настоящее время Вы работаете, в декретном отпуске, на пенсии _____
5. № телефона _____

1. Какой косметикой Вы пользуетесь?
   Назовите торговую марку _____
2. Чем Вы руководствуетесь при выборе косметики? Реклама, совет знакомых, собственный вкус, другое _____
3. Каким способом и где Вы приобретаете косметику?
   По каталогу, в магазине, на рынке, с рук, по случаю, приносят на работу, другое
4. Нравится ли Вам такой способ покупки? ❑да ❑нет
5. Знакомы ли Вы с натуральной косметикой Орифлэйм? ❑да ❑нет
6. Какие средства от Орифлэйм Вы пробовали? _____
7. Остались ли Вы довольны качеством и результатом? ❑да ❑нет
8. Хотели бы Вы каждый месяц читать бесплатный журнал о косметике и советы по применению? ❑да ❑нет
9. Хотели бы Вы экономить, покупая элитную косметику напрямую, без посредников, дешевле, чем в магазине? ❑да ❑нет
10. Вы рассматриваете деловые предложения? ❑да ❑нет
11. Интересуют ли Вас возможности дополнительного дохода? ❑да ❑нет
12. Как Вы думаете, кто из Ваших знакомых хотел бы ежемесячно бесплатно получать каталог каталог Орифлэйм? _____
13. Как Вы думаете, кого из Ваших знакомых заинтересует возможность развития собственного бизнеса без финансового риска? _____

Тел. _____ Ф.И.О. _____

Спасибо за Ваши ответы!
Мои координаты (отдайте свою визитку).
До встречи!
Ф.И.О. Консультанта, проводящего опрос _____
Тел. _____

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Если человек положительно отреагировал на предложение, можно сказать:

«Вы очень приятный человек, и мне бы хотелось вам помочь. Дело в том, что у меня сейчас есть два вакантных места. Приходите по этому адресу. Постарайтесь не опаздывать. Я думаю, мы можем быть друг другу полезны. До встречи!».

Работа с анкетами всегда должна строиться по одной схеме:



Метод анкетирования многообразен, может быть использован везде и всегда, и великолепно работает на массовых мероприятиях:

- День города;
- спортивные мероприятия;
- авиа– и конные шоу;
- конкурсы красоты;
- конкурсы танцев (здесь можно поработать с разными людьми: молодыми семьями, мамами, бабушками, учителями и т.д.).

Ваши действия состоят из пяти простых шагов.

1. Договориться с ЛПР конкурса.

ЛПР – лицо, принимающее решение. Этому человеку мы дарим продукцию Орифлэйм.

2. Подготовить команду к назначенной дате. Распределить роли:

- консультации по вопросам материального роста;
- консультации по продукции;
- подготовка анкет;
- оформление рабочего места (бизнес и продукция);
- распределение демонстрационной продукции среди Консультантов.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Провести мероприятие.

Ваша задача – сделать так, чтобы около рабочего стола царила доброжелательная обстановка, беседовали люди, заполнялись анкеты, происходил обмен телефонными номерами. Над этим работают несколько человек в корпоративной одежде: гуляя среди гостей и участников мероприятия, они приглашают их к вашему стенду. *Главный инструмент – улыбка!*

4. Отсортировать анкеты и сделать звонки.

5. Проводить презентации.

Метод анкетирования помогает расширить список имен, приобрести новых клиентов и Консультантов, а также почувствовать командный дух и уверенность в своих силах. Основное преимущество метода в том, что люди, которые с нами общаются, настроены очень доброжелательно, и в результате вашей работы они станут либо Консультантами, либо клиентами.

Промо-акция

Промо-акции лучше проводить на предприятиях, в учебных заведениях, парках и местах отдыха. В нашем каталоге постоянно появляются новинки: кремы, туалетные воды, аксессуары. Мы вновь делаем 5 простых шагов, однако фокусируемся на продукте.

1. Договориться с ЛПР.

Ключевые фразы:

«Промо-акция компании Орифлэйм. Для вас – подарок за разрешение. Ничего продавать мы не будем, только расскажем о новом продукте и дадим протестировать во время перерыва. Это займет 20 минут. Люди будут довольны и станут лучше работать – будет розыгрыш лотереи по анкетам».

2. Распределить роли в команде и составить текст рекламы продукта.

3. Провести акции-презентации.

Ключевые фразы:

«Сегодня мы пришли показать, рассказать и дать попробовать новинку...» (презентация – 3-5 минут).

«Эту продукцию вы можете приобрести в компании Орифлэйм, которая предлагает великолепные возможности!» (рассказ, фото, эмоции – 20 минут).

4. Раздать анкеты.

5. Провести розыгрыш подарков.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Листовки

Листовки-приглашения наиболее эффективно раздавать непосредственно в день презентации. Группа из 5-7 человек в корпоративной одежде обязательно привлечет внимание прохожих. Отдавайте листовки со словами:

«Только сегодня... Специально для вас... Выставка продукции... Презентация компании...».

1. В течение 1,5-2 часов нужно раздать минимум 500 листовок.
2. Распределите роли:
   - 1 человек на входе;
   - 1 человек проводит мастер-класс «Бархатные ручки» (демонстрирует несложную и приятную процедуру: ароматный скраб + крем для рук);
   - 1 человек работает на стенде с продукцией (2-3 туалетные воды, 2-3 крема) – консультации по продукции;
3. Опытный человек собирает всех в зале на встречу «Возможности Орифлэйм». Особенности презентации: эмоциональность, личные достижения, сильные стороны Орифлэйм.
4. Заполнение анкет. Розыгрыш подарков.
5. Очень важно окончание мероприятия.

«Кто сегодня сделает заказ – получит подарок!»
«Кто сегодня зарегистрируется – получит подарок!»
«Кто заполнит бланк рекомендаций – получит подарок!»

Расчет:



Самый приятный метод после раздачи листовок, звонков по анкетам и промоакций – приглашение на презентацию каталога.

Презентация каталога

Этот метод очень эффективен! Он одинаково хорошо работает и на знакомых, и на незнакомых, и в Чехове, и в Твери. Вся суть в атмосфере, которую мы создаем. Это то, чего в обычной жизни людям не хватает, – праздник, улыбки, признание, внимание. Этот метод не требует большой подготовки, но здесь очень важен настрой Консультантов и четкое распределение ответственности. Кстати, если вы научитесь

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

организовывать мероприятие на 15-20 человек, то потом с легкостью повторите это и для 70, и для 100 человек. Конечно, с большим количеством людей требуется более детальная проработка и подготовка сценария. На что нужно обратить внимание?

1) Украшение зала.

Букеты цветов в вазе (летом), разбросанные осенние листья, флаг и шары Орифлэйм, постеры. Особой популярностью пользуется «Стена успеха»: фотографии с банкетов, конференций, выездных семинаров. Это отличный повод еще до начала мероприятия рассказать о компании.

2) Тестирование продукции.

Обязательно поставьте стол с продукцией для тестирования, разложите каталоги и материалы о продукции (назначьте двух человек, ответственных за это).

3) Встреча.

На входе обычно стоит один человек, который встречает и помогает заполнять анкеты. Иногда 2-3 человека до начала мероприятия делают макияж или консультируют, заполняя карточки клиента: на хорошей бумаге с двух сторон мы пишем рекомендации клиенту по уходу за лицом (4 этапа, дополнительный уход) и декоративному макияжу.

4) Музыкальное сопровождение.

Очень важный фактор! Даже самое великолепно подготовленное мероприятие с плохой музыкой станет провальным. Поэтому уделите подборке хитов особое внимание.

5) Презентация «Возможности Орифлэйм».

Многие Консультанты, проводя презентации продукции Орифлэйм, забывают (а иногда просто не умеют) рассказать о возможностях компании. По законам психологии (запоминается первое и последнее) мы рассказываем о возможностях Орифлэйм два раза: в начале это делают ведущие, говоря о компании и целях мероприятия, и в конце. Все три возможности компании четко проговариваются одной-двумя фразами.



Пример:

– Дорогие друзья, здесь собрались люди, которые любят нашу продукцию, и наша цель – рассказать вам, какие возможности предлагает наша компания.

Первая из них – сделать так, чтобы наша косметика была для вас доступнее на 30%, для этого нужно стать покупателем.

Вторая – это возможность заработать дополнительные деньги, показывая наши шикарные каталоги.

И третья – самая интересная, выгодная, но об этом – чуть позже...

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Далее расскажите о косметике Орифлэйм:

- 4 этапа ухода за лицом;
- ароматы;
- средства для мужчин.

В завершение Директор спрашивает аудиторию:
«Кто закажет продукцию?»
«Кто зарегистрируется?»
«Кто заполнит бланк рекомендаций?»

Рекомендации

1. Действуй и не останавливайся, пока не получишь результата.
2. Любой метод работает, если им работать.
3. Делай, не переставая, и ты приобретешь навыки делового общения.
4. Организуй систему — и получишь результат.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Индивидуальные методы рекрутирования на теплом рынке



Рекрутирование – очень интересный и творческий процесс, настоящая «зарядка для мозгов». Для того чтобы новичку легко было войти в бизнес через индивидуальную работу на теплом рынке, необходима помощь спонсора. Ведь наши знакомые не всегда сразу могут воспринять нас в качестве бизнесмена или бизнес-леди, если всю жизнь мы проработали учителем, тренером или офицером...

Цель:

- Создание большой динамично развивающейся команды единомышленников

Девиз:

«Знакомые наших знакомых никогда не заканчиваются!»

Преимущества:

- Бизнес начинается с одного человека, который выступает в роли организатора
- Человек изначально ориентирован на карьеру
- Создание стабильной организации с постоянно растущим товарооборотом
- Легко дуплицировать действия спонсора
- «Бизнес по знакомству»: работа строится на доверительных отношениях с друзьями, коллегами, родственниками
- Единая система обучения и методы для всей структуры
- Контроль развития организации
- Командный дух, высокая мотивация

Кому подходят данные методы?

Рекомендуются людям, которые имеют авторитет среди знакомых, друзей, родственников.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Предназначены людям, которые ценят межличностные отношения, хотят строить бизнес с друзьями, родственниками.



Инструменты:

Для новичка

- тетрадь;
- ручка;
- страстное желание;
- отличное настроение;
- спонсор (наставник).

Для спонсора

- Презентационная папка, в которую входят:

1. План Успеха;
2. Книга о красоте;
3. Каталоги текущего и будущего периодов;
4. Регистрационные формы;
5. Журналы «Мир Орифлэйм» и «Лидер Дайджест».

- Листы бумаги для записей
- Маркеры
- Видеоматериалы с Банкетов Директоров и конференций
- Альбом с фотографиями
- Любимый продукт в качестве образца
- Бизнес-аксессуары.

Что делать?

Один из самых эффективных методов – это домашние встречи.

Сценарий домашней встречи

1. Подготовьте помещение

Выключите телевизор, отключите телефон, уберите домашних животных. Если есть маленькие дети, заблаговременно позаботьтесь об их времяпрепровождении во время встречи. Заранее подготовьте чай или сок – но не еду, иначе встреча превратится в застолье.

2. Представьте спонсора

«Я хочу познакомить вас с человеком, благодаря которому у меня появилась возможность изменить жизнь. Если бы неделю назад мне сказали, что я буду этим

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

заниматься, я бы посмеялась. Но та информация, которую он дал, полностью изменила мое отношение к этому делу, я поняла, что это именно то, чем я хочу и буду заниматься. Я пригласила вас потому, что вам так же как и мне нужны деньги. Я хочу, чтобы вы послушали информацию, и если это вас заинтересует, то мы вместе будем зарабатывать деньги. Этот человек точно знает, чего он хочет от жизни, он уже зарабатывает, и он готов поделиться с нами информацией. Его зовут... Когда он спросил меня, есть ли у меня активные, амбициозные ребята, которые хотели бы зарабатывать, я сразу вспомнила о вас!»

3. Передайте слово спонсору (он знакомится с людьми):

«Ребята, давайте познакомимся. Сделаем это следующим образом: скажите, как вас зовут, кто вы по профессии и несколько хороших слов о себе. Я вам покажу, как это делается: меня зовут Алексей, я активный и веселый человек, всегда добиваюсь того, чего хочу!»

Каждый представляется, и благодаря этому создается теплая, дружеская атмосфера, снимается напряжение, устанавливается хороший контакт.

«Разрешите задать вам несколько вопросов:

Нравится вам ваша работа?

Платят ли вам столько, сколько вы заслуживаете?

Хотели бы вы больше зарабатывать?

«Отлично! Я правильно понял, что вам так же, как и мне, нужны деньги? Вот об этом мы сейчас и поговорим»

«Вы слышали что-нибудь о компании Орифлэйм?»

«А вы знаете, что в нашей компании есть возможность, которая позволяет людям покупать квартиры, машины, норковые шубы, строить коттеджи, путешествовать, оплачивать образование детей в престижных ВУЗах?»

«Я расскажу, а вы послушайте, и, если вас это заинтересует, то мы с вами вместе будем зарабатывать».

4. Проведите презентацию



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

По окончании презентации подается чай и проходит обсуждение полученной информации.

Вопросы гостям:

«Всем понравилась информация?»

«Какая возможность вас больше заинтересовала?»

«Если вам все понравилось, вы можете заполнить Регистрационную форму».

5. Правильно завершите встречу

Презентация должна закончиться:

— заполнением Регистрационной формы;

— составлением списка желаний;

— составлением списка знакомых;

— просмотром каталогов и рекомендациями в выборе продукции.

Назначьте следующую встречу и поставьте всем присутствующим задачу: пригласить своих знакомых. Обозначьте условия: 5 встреч для новичков и их людей проводите вы, а шестую встречу – сам новичок.



Бояться возражений не надо! Возражение – это скрытый вопрос, на который нужно дать четкий ответ – либо дополнительную информацию.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Возражение: *У меня нет времени.*

Ответ: *Для того чтобы в будущем зарабатывать 30 тысяч и больше, вы сможете выделить 1-2 дня в неделю по 1,5-2 часа?*

В: *Я не верю в эту систему.*

О: *По системе МЛМ работают тысячи компаний во всем мире, и огромное количество людей, сотрудничая с этими фирмами, зарабатывают большие деньги с конца 50-х годов прошлого века.*

В: *Я сомневаюсь в качестве продукции – слышала, что у людей бывает аллергия.*

О: *Я знаю людей, которые были на фабриках Орифлэйм: это современное производство с передовыми технологиями. С компанией сотрудничают лучшие специалисты мира, вся продукция тестируется на людях с чувствительной кожей и имеет гипоаллергенную формулу. Каждый человек может идеально подобрать косметические средства, так как ассортимент – более 900 наименований.*

В: *Я не умею (не люблю) продавать.*

О: *Я тоже так думала. Это не бизнес продаж, а бизнес рекомендаций. Наша задача показать каталог и «вкусно» рассказать о любимом* ***продукте.***



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Рекомендации

Кого приглашать в первую очередь:

- активные люди;
- люди, имеющие опыт руководящей работы;
- сетевики;
- учителя;
- тренеры;
- военнослужащие;
- успешные, в чем-либо состоявшиеся люди;
- существующие клиенты;
- люди по рекомендации.

Как приглашать?

- на чай;
- на встречу с интересным гостем;
- на возможность зарабатывать;
- на информацию;
- обсудить деловое предложение;
- посмотреть фильм с международной конференции;
- на мастер-класс по применению продукции.

Дата	I			II			III		
	кол-во звонков	кол-во приглашенных	кол-во рекрутов	кол-во звонков	кол-во приглашенных	кол-во рекрутов	кол-во звонков	кол-во приглашенных	кол-во рекрутов
пн. 11.10.07									
вт. 12.10.07									
ср. 13.10.07									
чт. 14.10.07									
пт. 15.10.07									

«Мы заполняем таблицу не для того, чтобы тебя ругать, а чтобы мы смогли вовремя увидеть, в чем у тебя трудности, и добиться эффективности твоего бизнеса».

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Стань коллекционером имен!

Каждый день – 2 контакта:

в неделю	14 имен	} ответ на вопрос «Где брать людей?»
за месяц	56 имен	
за год	672 имени	

672 человека:
- 80% – нет
- 20% – да

134 человека:
- 80% – малоактивные
- 20% – начнут работать

26 активных
- 80% – активные
- 20% – 6 станут Директорами

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Индивидуальные методы рекрутирования на холодном рынке



Цель:

- Если нет знакомых – быстро познакомиться с людьми



Преимущества:

- Бесконечная аудитория



Инструменты:

Все возможные корпоративные материалы: визитки и бизнес-аксессуары, деловая одежда, макияж, улыбка. Люди будут воспринимать вас как серьезных людей, занимающихся серьезным делом

Что делать?

1. Реклама (объявления).

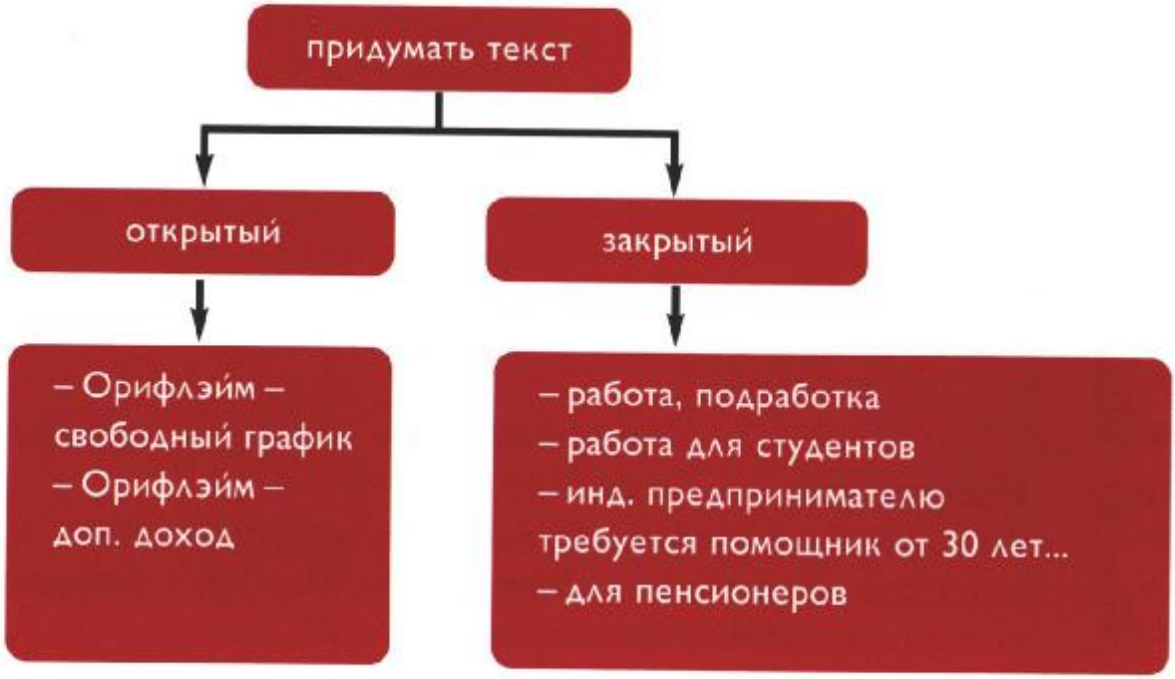
Необходимы:

- деньги;
- телефон (если мобильный, то с прямым городским номером);
- расписание встреч.

время	пн.	вт.	ср.	чт.	пт.	сб.	вс.
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00							
17:00							
18:00							
19:00							
20:00							

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Важно, чтобы текст объявления заинтересовал людей!



Где разместить?

- Выберите 2-3 газеты. Чем дороже объявление, тем лучше результат.
- Объявление нужно давать на длительное время – минимум на 3 месяца.
- Разные объявления – разные люди, если не нравятся люди, – измените текст.

Контакты по телефону



Преимущества:
Этот метод дисциплинирует, позволяет наладить непрерывный поток новых людей в любое время года



Недостатки:
Многие люди, даже записавшись, не приходят на презентацию. Более того, большинство людей, которые регистрируются по объявлению, так никогда и не сделают первый заказ. К этому необходимо быть готовым: низкая активность характерна для большинства людей, приходящих из «холодного рынка»

Этот метод не рекомендуется новичкам.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Вам нужен уверенный голос. Для этого текст ответа необходимо положить перед собой и просто читать.

Варианты ответов

а) открытый текст:

По телефону можно сделать блиц-опрос.

Например:

–Здравствуйте, как вас зовут? Сколько вам лет? Паспорт, прописка? Нам требуются Консультанты по каталогу и менеджеры.

Консультант:

Вы получаете каталоги с продукцией и показываете их людям, собираете заказ на продукцию. Берете по оптовой цене – отдаете по цене каталога. 30% от оптовой цены вы получаете сразу, а в конце месяца – премия по результатам работы. Чем больше заказов – тем выше премиальные. Также вы можете пройти бесплатное обучение в удобное для вас время.

Менеджер:

Об этом я рассказываю на личном собеседовании. В любом случае для себя лично вы сможете брать продукцию по оптовой цене. Когда вам удобнее подъехать – завтра днем или вечером?

Важно!

Если по такому объявлению приходят люди, то они сразу регистрируются.

Приходят в основном те, кто хочет продавать.

1 крупная газета = 1 регистрация в неделю

б) закрытый текст:

Отвечая на звонок по закрытому тексту, вы просто приглашаете на встречу, создавая интригу, не объясняя:

–Как вас зовут? Сколько лет? Паспорт, прописка? Я могу записать вас на собеседование на завтра. Вам удобно утром или вечером?

Не отвечайте на вопросы. Войдите в роль секретаря на телефоне.

Важно!

Чем больше расскажешь – тем больше вероятность, что человек не придет.

НЕ ЗАБУДЬТЕ НЕ СКАЗАТЬ!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Рекомендуйте этот метод тому, у кого есть телефон, время, и кто может систематизировать свою работу. Больше звонков – больше регистраций!

Анкетирование



Преимущества:
Можно обратиться к человеку, «спрятавшись» за анкету. Выбираем людей и заочно знакомимся



Недостатки:
Если есть трудности с самодисциплиной – метод не сработает.
Зависимость от погоды

Метод рекомендован тем, кто хочет научиться общаться. Встаньте в оживленном месте, в потоке людей. Желательно, рядом с офисом. Обращайтесь к людям:

«Здравствуйте! Компания Орифлэйм проводит социологический опрос. Заполните, пожалуйста, анкету!»

Цель – заполнить, например, 20 анкет в день. Сделать звонки тем, кого заинтересовала работа, и пригласить их на встречу.

Рекомендации

В одном и том же месте в разное время дня вы получите разные результаты. Найдите «свое» время.

Вариант метода

Держите в руках каталог и пробник одной из новинок. Люди сами подходят: «Что это?».

«Вы можете поучаствовать в тестировании нашей новой продукции? Возьмите этот пробник домой, попробуйте. Вам позвонят, и вы поделитесь ощущениями. Заполните, пожалуйста, анкету».



Преимущества:
Не надо обращаться к людям, они сами подходят. Все относятся очень лояльно, нет отказов. Нет «ложных» телефонов



Недостатки:
Дополнительные расходы на пробники

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Расчет: 5 телефонов = 1 регистрация

Рекомендуйте этот метод тому, кто очень боится обращаться к людям.

Вариант метода

Каждый день заполнять 5 анкет там, где вы находитесь по делам, или со знакомыми. Приходит новичок:

«Держи 5 анкет, завтра принеси мне их заполненными».

И так каждый день!

Кому рекомендовать?

Тем, у кого не очень много времени.

Обработка анкет

Спонсор каждый день собирает заполненные анкеты и сам прозванивает первые 10 анкет новичка. Следующие анкеты новичок прозванивает вместе со спонсором, потом – самостоятельно.

Активные контакты

Дилетанты ищут дистрибьюторов, а профессионалы их создают.

Этот метод можно превратить в игру. Тот, кто овладеет этим методом, навсегда забудет вопрос: «Где искать людей?». Построение команды станет действительно веселым, легким, увлекательным процессом.

Задача:
Этот метод должен войти в привычку!



Преимущества:

- бесплатно
- безграничный рынок
- выбираем людей



Недостатки:
Отсутствуют!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Инструменты:

- грамотные визитки
- деловая одежда
- всегда хорошо выглядеть

Главное – придумать фразу, с которой вы будете обращаться к людям, вызубрить ее и... вперед! Главная цель, когда вы начинаете разговаривать с человеком, – взять телефон. Нет телефона – не было контакта.

С кем разговаривать?

Со всеми, с кем «столкнула» жизнь: женщина в очереди, мужчина в маршрутке, в электричке, магазине, сберкассе, школе, детском саду, на детской площадке, в спортзале, на автозаправке, остановке и так далее.

Первый вопрос, с которым вы обращаетесь к человеку, должен быть естественным:
«Не подскажете, который час?»
«Не разменяете 100 руб.?»
«Вы этот тортик покупали? Как он – ничего?»

Это может быть не вопрос, а просто фраза, тест на коммуникабельность:
«Как облака красиво плывут...»

Дальше смотрите на реакцию. Если человек «ершится» – контакт можно закончить. Если есть реакция – идет заготовленная фраза (выученная «на зубок» заранее дома).



Например:

– Вы можете мне помочь? Есть ли у вас знакомые, которые хотели бы заработать 20-30 тысяч рублей в свободное время (5-10 тыс., 100-200...)? Мне очень нужен человек!
– А что делать?
– Мне надо час времени и документы, чтобы рассказать. Вот вам моя визитка. Давайте я запишу ваш телефон – вечером перезвоню.

Вечером звоните – приглашайте на встречу.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Задача:
Взять телефон.
2 телефона в день. Каждый день!

Интернет



Инструменты:
- компьютер
- подключение к Интернет

Технология:
Интернет – способ эффективной коммуникации:
- мы контактируем;
- с нами контактируют.

- Размещение объявлений на досках, специализированных сайтах и крупных поисковых сайтах (от 5 сайтов).
  Общение через электронные письма. Надо научиться обращаться с клавиатурой для экономии времени. Как и в газетной рекламе, надо создать поток писем.
- Общение в «чатах».
  Существует масса чатов, где можно обсуждать различные темы. Например, вы пишете: «А правда, что в Орифлэйм раздают бриллианты?». И начинаете общаться с теми, кто отреагирует на вашу фразу. Дальше назначаете встречу!
- Форумы.
- Собственный сайт с информацией: создайте и рекламируйте ваш бизнес. Этот метод требует вложений и профессионального подхода. Осваивайте!



Преимущества:
Много контактов



Недостатки:
Вы не видите людей

Не нужно бояться Интернета! Он активно входит в нашу жизнь, и спрятаться от него просто невозможно. Не ограничивайте себя. 10-15 лет назад люди боялись

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

мобильных телефонов, а теперь мобильный есть у каждого, и мы не представляем, как можно без него обходиться!

Успехов во всемирной паутине!

- Используйте корпоративный сайт www.oriflame.ru:
- знания о косметике;
- презентация бизнеса;
- on-line регистрация.

Работу через интернет можно порекомендовать всем! Особенно тем, кто в силу каких-то причин вынужден находиться дома.

Рекомендации

Рекомендации – это безграничное развитие по всему миру. Говорят, что все люди на земле знакомы максимум через пятую рекомендацию.

Главное!

НЕ ЗАБЫВАТЬ ИХ БРАТЬ!



Пример

- *Вы знаете кого-то, кто хотел бы посмотреть каталог?*
- *Вы не могли бы мне помочь на моей новой работе и порекомендовать людей, которым я могу показать каталог?*

Результат – новые клиенты!

- *А кого вы знаете, кто находится в поисках работы?*
- *Кто из ваших знакомых хотел бы улучшить свое материальное положение?*

Распространенная ошибка!

Получив результат, Консультант находится в легкой эйфории и просто забывает брать рекомендации. Он только что совершил сделку и не использует позитивный результат для дальнейшего развития.

Важно!

Из практики давно известно, что брать рекомендации значительно проще и эффективнее, чем искать абсолютно нового человека на улице!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Существует два подхода к тому, как взять рекомендацию:
1. поговорив с человеком, взять рекомендацию;
2. сразу обращаться не к человеку, а к его знакомым.

Телемаркетинг

Наберите телефон наугад, желательно, в пределах своего района. Используйте те же фразы, как и при опросе.



Преимущества:
Вы работаете дома, не зависите от погоды и можете прервать разговор в любой момент



Недостатки:
Много времени, не видим людей

Расчет: 100 телефонов = результат

Подведем итог

Цель любого метода на холодном рынке – получить телефон, чтобы потом позвонить и пригласить человека на встречу. Главное – не отвечать на вопросы по телефону.

Встречу рекомендуется проводить либо вместе со спонсором – либо используя папку-тренинг «Возможности Орифлэйм».

После встречи возможны три варианта ее завершения, человек говорит:

«Да!»

В этом случае его надо «услышать» и предложить заполнить Регистрационную форму.

«Я подумаю!»

См. «Рекомендации»

«Нет!»

См. «Рекомендации»

Даже если гость сразу не подписал контракт, попросите его порекомендовать своих знакомых, покажите ему каталог и предложите стать клиентом.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Ковзик Татьяна
Исполнительный
Директор



Виноградова Лариса
Сапфировый
Директор



Ворожцова Елена
Бриллиантовый
Директор



Воронина Галина
Дважды Бриллиантовый
Директор



Гурова Ирина
Бриллиантовый
Директор



Клокова Наталья
Бриллиантовый
Директор



Корсун Елена
Бриллиантовый
Директор



Мандрощенко Юрий
Дважды Бриллиантовый
Директор



Сазонова Ольга
Дважды Бриллиантовый
Директор



Токунова Любовь
Дважды Бриллиантовый
Директор



Ферафонтов Алексей
Бриллиантовый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

РАБОТА МЕНЕДЖЕРА
12-21%

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Татьяна Ковзик,
Исполнительный Директор:

«Я – Менеджер компании Орифлэйм», – так вы можете с гордостью представляться, достигнув уровня 12-21%. Поздравляю вас! Вы проделали большую работу, накопили багаж знаний, опыта и создали основу своей команды. Чтобы расти дальше, вам необходимо уже не только рекрутировать. Ставить цели, планировать и обучать людей вашей структуры – большая ответственность. Советы третьей главы помогут вам отлично справиться с этой задачей.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Вы накопили определенный багаж знаний и опыта, создали основу вашей команды. Возможно, финансовый результат вас пока не очень впечатляет. Самое время ответить себе на следующие вопросы.

1 Что у меня есть сегодня благодаря проделанной работе?

- партнеры, которые поверили и пошли за мной;
- новые знания в области красоты и косметики;
- навыки коммуникации;
- первый опыт организации и управления работой;
- первый финансовый результат (доход от 3000 рублей и выше).

2. Что я буду иметь, продолжая активную работу в Орифлэйм и поднимаясь по карьерной лестнице?

- команду единомышленников – успешных людей, уверенных в своем будущем;
- благодарность людей, которых я повел за собой;
- признание моих заслуг коллегами по бизнесу и руководством компании;
- стабильно растущий финансовый доход от 30000 рублей и выше;
- возможность увидеть весь мир своими глазами, путешествуя с компанией Орифлэйм;
- премии от 1000 долларов и выше, ценные подарки, включая эксклюзивные автомобили.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Что я потеряю, если не буду продолжать активно работать в Орифлэйм?

Вспомните о своей мечте! Возможно, это собственная квартира, загородный дом, обучение детей в престижной школе, шикарный автомобиль. Вспомните, почему вы пришли в Орифлэйм и активно повели за собой людей? Ваша мечта стоит того, чтобы продолжать хорошо работать и идти дальше! Помогите вашим партнерам понять и сформулировать, о чем они мечтают, и по-настоящему раскрыть их потенциал.

Вы – Лидер в вашей команде. Донесите до каждого ваше видение будущего, ваши цели. Почему вы в Орифлэйм? Чего вы хотите? Куда идете? Проговорите с каждым, что вы ждете от этого человека, чем можете ему помочь. Зажгите каждого своей энергией, своим стремлением!

Рекрутирование

Успех в Орифлэйм можно обозначить одной фразой: приглашайте партнеров, растите из них Лидеров, способствуйте их успеху.

Возьмите на себя ответственность за успех ваших партнеров! Если вы просто приглашаете людей, не сопровождая их на пути к успеху, бросаете их, то тем самым наносите им вред. У каждого человека, приходящего в вашу команду, есть свой круг знакомых, и ваша обязанность – совместно с новичком проработать этот круг.

1. Совместно составьте Список знакомых минимум из 50 человек.
2. Помогите новичку определить будущих бизнес-партнеров, задавая вопросы:

«С кем из ваших знакомых вы хотели бы открыть совместный бизнес, например, ресторан, фитнес-клуб, автомастерскую?»

Именно к этим людям нужно обратиться в первую очередь.

3. Помогите новичку назначить встречи.

Главное – знать наизусть правильные фразы и употреблять их свободно и непринужденно.

«Я устроилась на работу, здесь есть интересные возможности. Хочу с тобой посоветоваться, но не по телефону»

«Помнишь, ты искала подработку? Приходи, объясню к кому обратиться»

«Срочно приходи: тут один мой знакомый бизнесмен себе новых сотрудников набирает»

«Муж деньги не дает? Сама заработай! Объясню, как»

«Я занимаюсь шикарным бизнесом, и мы набираем серьезных людей. Я помню тебя как серьезного и ответственного человека. Когда мы с тобой встретимся?»

«Позвольте мне пригласить вас на презентацию Орифлэйм. Это о косметике и о многом другом. Когда вам удобно: в субботу в 15.00 или в понедельник в 19.00? Я буду ждать вас на остановке и провожу до офиса»

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

4. Проводите первые бизнес-встречи с кандидатами новичка совместно с вашим новым Консультантом, обучая его этому. Если чувствуете неуверенность в проведении бизнес-встречи с успешным человеком из списка новичка, просите помощи у вашего Директора.

Создавая таким образом первую линию новичка, состоящую из 5 человек, вы на практике обучаете его проводить встречи.

Продолжайте личное спонсирование. Не забывайте о законе дупликации: делаете вы – делают ваши партнеры. Добейтесь, чтобы у вас было 12 активных бизнес-партнеров в первой линии, размещающих заказы в каждом каталоге, постоянно, а не только во время рекрутинговых кампаний.

Обучение

Как Менеджер компании Орифлэйм и Лидер своей команды вы берете на себя ответственность за обучение ваших партнеров.

1. Регулярно посещайте сами и контролируйте посещение вашей группой всех обучающих мероприятий Директора и вышестоящего спонсора. Принимайте активное участие в школах Директора.
2. Залог успешной работы – грамотное представление Директора вашей группы. *«Я хочу вам представить успешного человека, который помог многим людям улучшить качество жизни. Этот человек перевернул мою жизнь, открыл глаза на удивительный бизнес. Это Елена!»*
   Постарайтесь, чтобы ваши новички представляли вас таким же образом на бизнес-встречах.
3. Проводите мини-презентации каталога в своей группе: расскажите о новинках, лучших предложениях и ваших любимых продуктах. Особого внимания заслуживают серии по уходу за кожей лица: они принесут хорошие баллы бонуса и торговую прибыль.
4. Индивидуально планируйте с каждым партнером его рост и совместные действия для реализации этого намерения.
5. Проводите в своей группе встречи «Возможности Орифлэйм», используя папку и тренинг «Шаг 1».
6. По итогам каждого каталога проводите в группе Школу признания. Отмечайте все позитивные результаты ваших партнеров:
   - большой заказ в каталоге;
   - новый рекрут;
   - новый уровень 3%, 6%, 9%;
   - поездку на семинар.

Помните: признание – мощный стимул к действию!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Работа в команде

Девиз:

«Без друзей меня чуть чуть, а с друзьями много!»

Чем отличается группа случайных людей от слаженной команды? Команда – это единые и ясные цели для всех и каждого. Цели любой команды Орифлэйм – ее развитие, увеличение товарооборота, усиление позиции в структуре, городе, мире, материальное благосостояние каждого Консультанта.

Преимущества работы в команде

1. Выгодно. Представьте, что вам нужно провести мастер-класс. Простое задание, но если вы один, вам понадобится много сил, времени и материальных затрат. А как просто это решается, если это дело всей команды, каждый участник которой четко знает, как это сделать более продуктивно и получает от этого удовольствие!
2. Комфортно. Работать и жить в команде заложено природой, поэтому мы создаем семью – своего рода, мини-команду.
3. Быстрый рост. В команде всегда легко найти себе партнера, с которым тебе комфортно работать. Поэтому 1 + 1 = не 2, а гораздо больше. Вместе двое сделают больше, чем поодиночке.
4. Меньше ошибок. Есть опыт командной работы и выработан готовый алгоритм команды.
5. Просто веселее!



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Работая честно и открыто, соблюдая правила и традиции команды, вы создадите доверительную атмосферу. Очень важно, чтобы люди доверяли друг другу, – тогда работать легко и приятно. Человек остается в команде, если ему интересно, выгодно, и он видит способы реализации своей цели.

Любую команду можно сравнить с магнитом: чем она сильнее, тем сильнее притягивает и удерживает.

Вовлечение в команду происходит на совместных праздниках и мероприятиях. В позитивном ключе расскажите о своих правилах:

«У нас принято в каждом каталоге делать 200 ББ, регистрировать минимум 2 новых Консультантов за каталог, посещать и участвовать во всех мероприятиях Орифлэйм.

Цель для каждого члена команды: вырастить трех Директоров в год. Происходит это потому, что мы получаем алгоритм работы, основанный на опыте всей команды»

Правильно построенная работа исключает возможные конфликты в команде. Но это не означает, что на конфликт нужно закрывать глаза. Сядьте за стол переговоров, детально проанализируйте события и найдите компромисс. Если конфликт не исчерпан – используйте тренинг Джона Милтона Фогга: «Или лидируй, или иди за мной, или уйди!». К примеру, Консультант, настроенный на серьезную работу, впервые столкнулся с отсутствующими позициями. Из заказа на 200 ББ получился заказ на 48 ББ. Возмущенный Консультант с Информационным листком пришел к вам. Ситуация повторилась несколько раз. Что должен ответить на это спонсор?

«Когда я был таким же новичком, как ты, тоже пришел к своему спонсору. Ты знаешь, ничего страшного, можешь уходить. Компания без тебя проживет. А сможешь ли ты без компании?»

Этапы создания команды

1. Примите для себя, что команда – это вы. А значит, вам нужны сподвижники.
2. Начните с проведения мероприятия. Первым делом, поставьте цели и задачи.
3. Вовлеките людей своей структуры, пригласив их поучаствовать, – так, чтобы им и в голову не пришло отказаться.
   «Маша, на дне рождения ты так здорово украсила дом! Определись, с кем ты это сделаешь на нашем празднике!»
   «Ира, ты так красиво улыбаешься, просто вся светишься изнутри! На празднике будешь встречать гостей»
4. Четко распределите ключевые посты.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

5. Обязательно контролируйте процесс. Задавайте вопросы ответственным за подготовку мероприятия:
   «Когда вы приходите украшать зал, сколько вас будет?» и т.д.
6. После проведения мероприятия обязательно похвалите всех, кто принимал участие, чтобы каждый получил публичное признание. Совместно проанализируйте сильные и слабые моменты и спланируйте следующее мероприятие.

Таким образом, работа в команде становится привычкой!

Планирование

Как ставить цели и превращать их в задания?

В ваших мечтах вы уже Директор. У вас много энергии и желания действовать. Однако есть одна вещь, без которой вам будет трудно выйти на 21%.

Представьте ситуацию: вам нужно попасть в город N. Путь предстоит трудный, вы будете останавливаться, спрашивать дорогу и т.д. А теперь представьте, что вам дали маршрут вашей поездки. Ехать легче? Конечно! Этим маршрутом для вас будет план работы – роста и действий, которые приведут к цели.



Цели:
- Быстро выйти на 21%
- Каждый каталог – новая ступень



Инструменты:
- Увеличение объема группы
- Рекрутирование

Как составить план?

Возьмите Информационный листок за прошлый каталог и запланируйте новый прирост.

Берите распечатку Консультантов уровня 6% не реже одного раза в неделю.

Шаг 1. Выделяем ключевых партнеров и планируем их рост на следующий каталог. Делаем необходимые вычисления и определяем, сколько баллов бонуса нужно добавить.

Шаг 2. Анализируем возможности оставшихся (вычитая баллы бонуса ключевых партнеров) активных Консультантов; ищем пути мотивации для увеличения объемов.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Шаг 3. Рассчитываем необходимые до плана ББ, определяем нужное число рекрутов, чтобы набрать недостающие ББ.

Расчет проводится по следующей формуле:

$$\frac{\text{Необходимое количество ББ}}{\text{средний заказ}} \times 100\% \text{ (процент перехода из } S^{*} \text{ в } R^{**})$$

S – стартеры
**R – рекруты*

Для регистрации нужного числа новых Консультантов планируем количество бизнес-встреч и время их проведения (бизнес-встречей будем называть встречи, заканчивающиеся заключением контракта). Наша статистика: 90 бизнес-встреч поднимают новичка на уровень 21%.



Пример:
Группа Светланы Романовой в 12 каталоге сделала 1850 ББ.
Средний заказ – 57 ББ. Процент перехода из S в R – 70%.
План на 13 каталог – 3200 ББ.

У Светланы два ключевых партнера: Елена Константинова, сделавшая 600 ББ в 12 каталоге, и Ирина Балашова – 300 ББ.

Шаг 1. План ключевым партнерам на 13 каталог: Константинова – 900 ББ, Балашова – 450 ББ.
Шаг 2. Активные Консультанты (без групп Константиновой и Балашовой) в 12 каталоге сделали 800 ББ. Планируем им на 13 каталог 1000 ББ (применяя методы мотивации, приглашаем на мастер-классы, даем информацию о продукции, объявляем приз, например, подарок за заказ на 50 ББ).
Шаг 3. Вычисляем: 3200 ББ – 900 ББ – 400 ББ – 1000 ББ = 850 ББ
Итак, до 3200 ББ нам осталось 850 ББ. Из них 200 ББ сделает Лидер группы Романова.
Шаг 4. Рассчитываем необходимое количество новых Консультантов.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Необходимое количество – 650 ББ. Средний заказ – 57 ББ. Процент перехода из S в R – 70%. Подставляя эти данные в формулу, получим:

$$\frac{650}{57} \times 100 : 70 = 17 \text{ человек}$$

Планирование и контроль бизнес-встреч новичка можно отслеживать в таблице. Аналогичная схема развития Лидера применяется в последующих каталогах до достижения 21% уровня. Если этот путь занимает несколько каталогов (например, с 13 по 15 каталог), его можно представить в виде таблицы.

Констан-тинова	Иванова	Сидорова	Петрова	Балашова	Серова	Митина	Шевцова
12 кат 250 ББ	12 кат 100 ББ	12 кат 25 ББ	12 кат 70 ББ	12 кат 100 ББ			
13 кат	13 кат	13 кат	13 кат	13 кат	13 кат 150 ББ	13 кат 100 ББ	13 кат 40 ББ
14 кат	14 кат	14 кат	14 кат	14 кат	14 кат	14 кат	
15 кат	15 кат	15 кат	15 кат	15 кат	15 кат	15 кат	

План развития группы на 4 каталога

Рекомендуем выделять результаты каталогов разными цветами. Например, 12 каталог – синий цвет, 13 каталог – зеленый, 14 каталог – красный. Это дает возможность увидеть, кто не сделал заказ в прошлом каталоге, и позвонить этому Консультанту. Новых рекрутов обозначайте тем же цветом, что и баллы бонуса. Например, 13 каталог, зеленый цвет, – Иванова, Митина, Шевцова. Таким образом, до 15 каталога хорошо виден прирост по новичкам и баллам бонуса, поэтому очень удобно планировать, кому позвонить, чтобы пригласить на встречу или мастер-класс. Ключевые партнеры делают такую же таблицу роста до 15 каталога для себя.

Планирование работы Лидера, помимо проведения бизнес-встреч, включает в себя посещение мероприятий компании и вышестоящих спонсоров. Эти мероприятия заранее сводятся в годовой план, который раздается в декабре каждому Лидеру. Лидер вписывает в него свои мероприятия и передает в свою структуру.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

январь	февраль	март
Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00
Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30
БМВ		Праздник для дам 5.03, 12.00
	Праздник красоты 20.02, 17.30	
апрель	**май**	**июнь**
Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00
Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30
Поездка в Египет 22-29.04	Выездной семинар 15-17.05	
июль	**август**	**сентябрь**
Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00
Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30
Семинар для 12%	Ори-слет 2.08	
	БМВ	
октябрь	**ноябрь**	**декабрь**
Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00	Еженедельная школа новичков. Сб., 16.00
Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30	Еженедельная школа для Лидеров. Пн., 17.30
Семинар для 6-9%	Выездной семинар 24-26.11	Рождественский бал 25.12

Как работать с ежедневником?

Каждое воскресенье составляйте план работы на следующую неделю. Вносите в ежедневник все мероприятия из плана на год, и каждый вечер вписывайте все текущие дела, встречи на следующий день. Затем нумеруйте и выполняйте их по приоритетности.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Работая над ростом ваших ключевых партнеров, не забывайте увеличивать количество рекрутов в первом уровне! Рекрутируйте!

Планирование и контроль бизнес-встреч новичка

12.04 2 гостя – 0 Консультантов	15.04 5 гостей – 3 Консультанта	15.04 2 гостя – 1 Консультант	и так далее



Пример:
12.04 новичок пригласил на встречу двух гостей. В результате он приобрел двух клиентов и ни одного рекрута. Это не бизнес-встреча. К 90 квадратам добавляем еще один. 15.04 пригласил пятерых гостей. В итоге 3 новых рекрута, и это – бизнес-встреча! Закрашиваем ее желтым цветом в таблице. И так далее. Все встречи, закончившиеся появлением рекрутов, получаются желтого цвета. Это наглядно и интересно, доставляет удовольствие и мотивирует все больше с каждой закрашенной желтой «клеточкой»!

Проведение встреч в малых группах

Достигнув уровня Менеджера, вы самостоятельно проводите встречи по рекрутированию для своей структуры. Встречи могут носить разный формат, но цель одна – рекрутирование новых Консультантов. Рассмотрим три варианта встреч.

1. Бизнес-встречи «Возможности Орифлэйм»



Цели: рекрутирование, создание положительного имиджа компании
Проводит: Менеджер
Место проведения: офис, СПО, СЦ, любое удобное место
Участие команды: несколько человек в течение одной минуты рассказывают свои Истории Успеха (кем был раньше, когда зарегистрировался, чего достиг)

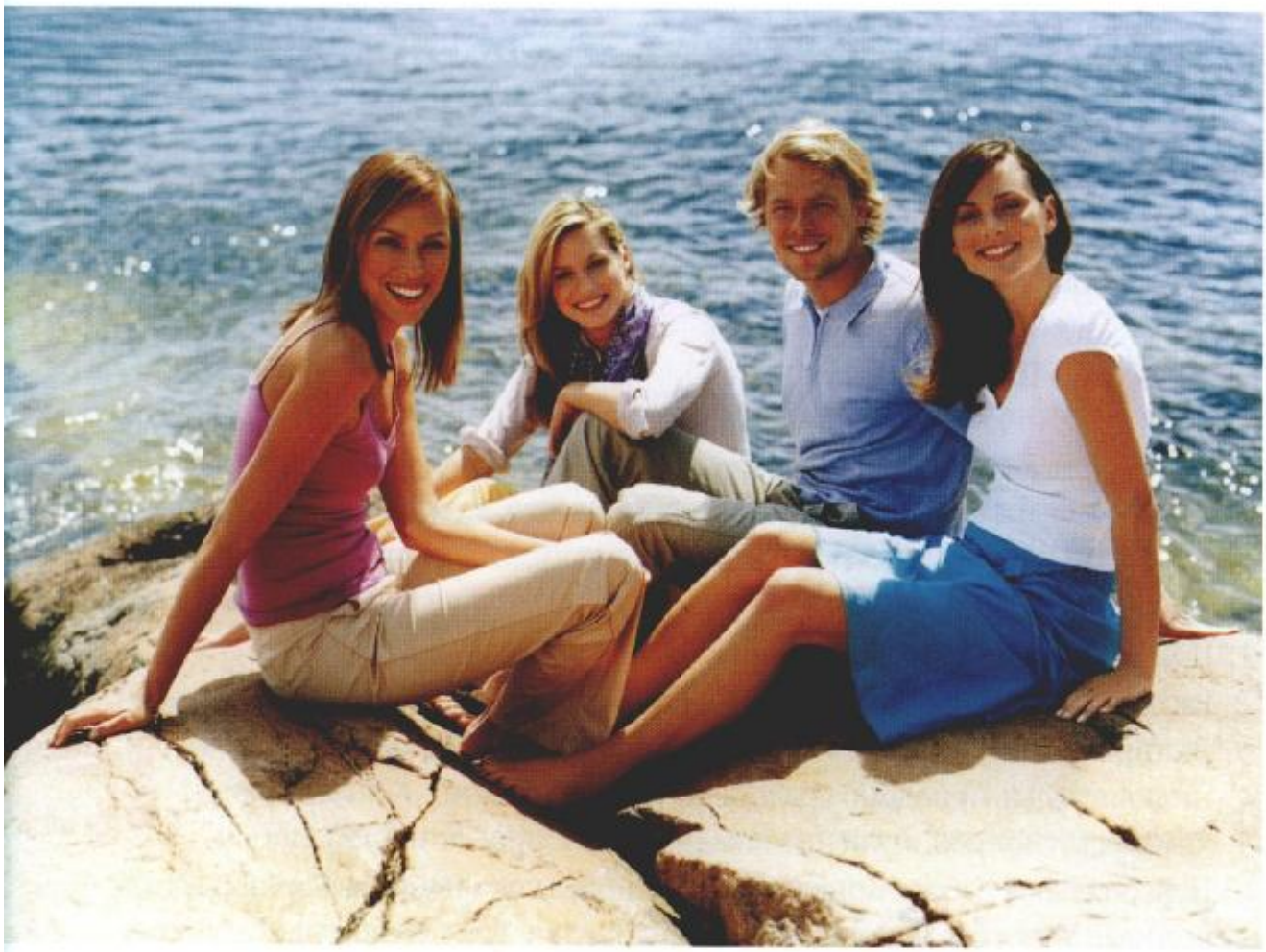
PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Инструменты:
флипчарт, доска, ноутбук

2. Презентация – встреча «Возможности Орифлэйм» + блок по продукции

Цели: рекрутирование, создание положительного имиджа компании, увеличение клиентской базы Консультантов
Место проведения: офис, СПО, СЦ
Проводит: Менеджер, Директор
Участие команды: в течение одной минуты рассказ о любимом продукте

Инструменты:
флипчарт, доска, ноутбук
образцы продукции для тестирования (ароматы, кремы для рук, лица и т.д.)



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Встреча «Возможности Орифлэйм» + мастер-класс



Цели:
рекрутирование, создание положительного имиджа компании, увеличение клиентской базы Консультантов, помощь новичкам в сборе первых заказов, формирование приверженности к продукции Орифлэйм у потенциальных клиентов
Место проведения:
офис, СПО, СЦ, возможен выезд на предприятие
Регламент: презентация «Возможности Орифлэйм» по папке-тренингу (15 минут), мастер-класс (1-1,5 часа)
Проводит: Лидер, начиная с уровня 12%
Участие команды: каждый участник команды проводит мастер-класс для одного приглашенного



Инструменты:
папка-тренинг
Инструменты для мастер-класса:
зеркало, повязки для волос, пеньюары,
образцы базовых серий по уходу за лицом,
спонжи, маскирующие тональные средства, кисти,
декоративная косметика

Мастер-класс



Цели:
- Увеличение клиентской базы
- Обучение новичков
- Формирование приверженности клиентов к продукции Орифлэйм

План проведения:
1. Приветствие гостей.
2. Рассказ о преимуществах косметики Орифлэйм перед другими брендами.
3. Тестирование образцов.
4. Индивидуальный подбор средств по уходу за лицом.
5. Конкурсы, лотереи, вручение подарков.
6. Персональная работа Консультантов с приглашенными (выбор продуктов, которые хотел бы заказать клиент, заполнение Регистрационной формы).

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Мастер-класс проводит Менеджер 12-21% и его команда. Возможно объединение разных структур. Проводите мастер-классы в офисе, СПО, СЦ, залах, дома у клиента, на предприятиях. Форма проведения ограничивается только вашей фантазией: шоу, День клиента, День красоты, Маски-шоу и т.д.

Секреты успеха

1. Используйте маски с глиной: нанесите маску на половину лица. Клиенты сразу увидят разницу!
2. Люди с проблемной кожей становятся самыми благодарными клиентами, стоит им протестировать, к примеру, средства серии «Чайное дерево». Из жизни: вчера подписанный новичок приводит всех подруг с подобными проблемами, усаживает их на стул, перебивая ведущего, со словами: *«Один раз нанесли средство, и все прошло!»* Это лучшая реклама!
3. Обязательно используйте тональные основы – это очень эффектно. Кожа становится действительно более свежей и ухоженной. Из жизни: после очищения, маски, тоника и дневного крема нанесена тональная основа. Женщина с восхищением смотрит на свое отражение в зеркале: *«Отличный результат!»*
4. После сеанса макияжа запишите список средств, которые вы использовали (на сумму более 4000 руб.)., и спросите: *«Что будете заказывать?»*. Клиентка: *«Все!»*. Новичок получил отличный заказ!

Тренинги

«Тренинг – это маленькая жизнь»
Александр Синамати

Система обучения – это система знаний, которая меняет жизнь человека к лучшему. Посещение школ, которые проводит вышестоящий Директор для Менеджеров 12-21%, обязательно!



Цели:

- Получение новых знаний в различных вопросах бизнеса
- Мотивация
- Приобретение личного опыта в подготовке и проведении школ самостоятельно
- Личностный рост

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- Воспитание в Лидерах любви и преданности компании Орифлэйм, а также гордости за принадлежность к своей команде в свете ценностей компании – Духа, Единства и Страсти

Информационный листок

Лидеру 12-21% рекомендуется еженедельный анализ Информационного листка.

1 неделя	Звонки Консультантам, не разместившим заказ в предыдущем каталоге
2 неделя	Звонки Консультантам, активным в прошлом каталоге, но не разместившим заказ на 1-й неделе текущего каталога
3 неделя	Звонки активным Консультантам, которым не хватает ББ до выполнения Стартовой программы или закрытия квалификации

«Лидер – это вечный студент сетевого бизнеса»
Том Шрайтер

Делегирование

Что такое делегирование?

1. Зачем нам необходимо делегирование? Цель?
2. В каких сферах нам нужны навыки делегирования?
3. Как делегировать? Как получить результат?

Способы контроля и поощрения. Признание и мотивация команды

Орифлэйм – командный бизнес, а в команде каждый на своем уровне играет свою роль, вносит свой вклад в развитие бизнеса, и, научившись одному, берет следующую задачу. Если вы даете ему возможность это сделать.

Делегирование – это естественный процесс передачи своих полномочий, навыков, функций, опыта, идущим за вами людям. Делегирование начинается с момента подписания Регистрационной формы. Дайте человеку возможность – пусть подпишет контракт сам. Пусть это будет первая «прививка самостоятельности». Чем больше он будет делать сам, тем большему научится.

Новых людей нужно ввести в работу команды. Человеку интересно не тогда, когда он наблюдает со стороны, а когда участвует. Помня об этом, научитесь делегированию, пусть это станет осознанным навыком. Это сделает ваш бизнес быстрым и эф-

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

фективным. Когда усилия множатся – вы вместе с вашими активными людьми достигаете большего. Они обретают большую уверенность в себе, потому что они сделали это сами, а вы экономите время. Но главное – люди растут! Растешь только тогда, когда действуешь сам.

Услышал – забыл, записал – запомнил, сделал – понял!

И еще. Делегирование – это лучший способ выявить Лидера. Лидер все сделает, он раскроется как личность, он даже рад, что вы уехали и поручили ему. Поручайте и наблюдайте. Делайте выводы!

Свобода отдыхать... Или свобода искать новых людей и делать карьеру дальше, идти вместе с ними к новым званиям. Осознайте, для чего вам это нужно? Казалось бы, проще сделать самому, чем научить других. Но нужно именно научить других, чтобы они умели делать все самостоятельно. Главное – дать человеку возможность вырасти, дуплицируя вас. Когда каждый выполняет свою роль эффективно – эффективна вся команда.

Развитие в себе и своих людях навыка делегирования дает вам скорость – как можно быстрее пройти все ступени до 21% и выше. Если вы будете все делать сами и хвататься за все, вспомните – один в поле не воин. В бою побеждает команда. Вы станете сильным и умным, но что, если ваши люди останутся слабыми? Помните, вы – тренер. Станьте тренером! Сначала мы сами растем как тренеры, а потом находим в своей структуре и готовим тренеров. Поставьте себе цель – натренировать людей так, чтобы быть свободным для получения удовольствия денег или для достижения своих новых целей.

Подведем итог

На уровне Менеджера вашими задачами становятся:

- *создание команды ключевых бизнес-партнеров;*
- проведение встреч по рекрутированию;
- постановка целей для вас и ваших Консультантов;
- обучение в группе;
- поддержание активности Консультантов;
- посещение мероприятий вышестоящего Директора.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Акопян Валентина
Старший Исполнительный Директор



Капустина Ирина
Исполнительный Директор



Анисимова Людмила
Бриллиантовый Директор



Бирюкова Лидия
Дважды Бриллиантовый Директор



Воеводич Марина
Бриллиантовый Директор



Живилина Нина
Сапфировый Директор



Калиева Светлана
Бриллиантовый Директор



Лисина Светлана
Исполнительный Директор



Мельничук Татьяна
Бриллиантовый Директор



Нечаева Елена
Сапфировый Директор



Зазулина Ольга
Бриллиантовый Директор



Солопова Ирина
Исполнительный Директор



Стрельцов Сергей
Бриллиантовый Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ЛИДЕРСТВО И МОТИВАЦИЯ

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com





Валентина Акопян,
Старший Исполнительный Директор
Ирина Капустина,
Исполнительный Директор:

Лидерство – основа нашего бизнеса. Умение масштабно мыслить и брать на себя ответственность за других людей, вера в свои силы, терпение, настойчивость и умение мотивировать – вот основные качества, отличающие истинного Лидера.
Что такое Лидерское мышление? Какими качествами обладают успешные Лидеры? Как создать имидж настоящего профессионала? Как найти и вырастить Лидеров в вашей команде? Как мотивировать людей? Ответы вы найдете в этой главе.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Лидерство – *влияние* на каждого участника команды для достижения целей команды.

Настоящий Лидер:

- гордится бизнесом Орифлэйм;
- мечтает, а мечты связывает с достижимыми целями;
- организован и сосредоточен;
- устанавливает высокие требования к себе и своей группе;
- помогает и работает над развитием своей первой линии и персональной группы;
- знает, когда и кого просить о помощи;
- продвигает других Лидеров в своей группе;
- сообщает и использует информацию компании;
- всегда является примером.

Что делают Лидеры?

1. Верят в:

- компанию;
- будущее;
- свою группу;
- себя.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

2. *Определяют направление:*
- расставляют приоритеты;
- развивают основные цели;
- разъясняют обязанности.

3. *Планируют успех:*
- работают с информационными отчетами;
- ставят задачи;
- умеют планировать;
- контролируют работу.

4. *Строят взаимодействие:*
- показывают Лидерство своим примером;
- слушают и заботятся;
- обучают и поощряют;
- мотивируют и хвалят.

5. *Находят решения:*
- преодолевая вызовы;
- правильно воспринимая трудности;
- устраняя отрицательное отношение к возникающим проблемам.

Лидерство – это **ответственность** за все!
- За личностный рост.
- За результат всей группы.
- За продвижение информации.
- За обучение.
- За качество поддержки.

Ответственность – это возможность управлять ситуацией, безответственность – это когда ситуация управляет тобой!

Необходимые составляющие Лидерства

ЦСК:
- Цели
- Стратегия
- Коммуникации

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Цель Лидера:

- проста;
- измерима;
- достижима;
- реальна;
- ограничена по времени.



Лидер определяется сам и помогает другим определиться в постановке цели. Важна не сама цель, а готовность идти до конца.

Для чего же Лидер ставит цель? Нужно вывести другого Лидера на новый уровень его желаний. Задайте вопросы:

– На что вам сегодня не хватает денег?

– Позавчера – на хлеб и одежду. Вчера – на косметику, ресторан, подарки. Сегодня – на поездку, машину, квартиру, дом. Завтра – на виллу на Средиземном море, свой магазин, обучение ребенка за границей.

– Что вы сделаете, чтобы иметь больше?

Стратегия:

Стратегия – наилучший способ достижения цели или решения проблемы.

Подход Лидера – рассматривать текущую цель как средство для постановки и достижения новой цели (движение «на повышение»). Примером может служить стратегия «5х5х90».

Коммуникация:

Коммуникция – механизм влияния на людей (убеждение).

Способы эффективной коммуникации:

- умение привлечь внимание;
- создание и поддержка имиджа;
- сознательный выбор аудитории;
- обучение на собственном примере;
- коммуникация через сопереживание;
- позитивность и удовольствие;

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- эмоциональный резонанс;
- использование подсознательных каналов (NLP);
- язык жестов, мимика, интонация.

Мотивация

- Мотивация к действию появляется из потребности изменить уровень, на котором вы находитесь.
- Источник энергии для всех наших действий – в жизни!

Когда вы проводите встречи с вашим Лидером, очень важно на этапе подготовки проанализировать, что его мотивирует. Когда вы поймете, на каком уровне он находится, будете говорить с ним на одном языке.

Выявление потребностей Лидера – сложная, но благодарная задача. Трудно мотивировать Лидера при помощи Банкета, который не может гарантировать элементарную стабильность своей группы. К примеру, группа построена на большом количестве потребителей. У такого Лидера нет уверенности в завтрашнем дне, и он тратит огромные усилия для того, чтобы поддержать стабильность, и не о какой социализации даже думать не может (см. приложение «Анализ карты мотиваторов» в конце главы).



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Самомотивация

Наша работа предполагает общение с большим количеством людей. А где же берет энергию и силу сам Лидер? Что является мотивацией для него?

1. *Общение с успешными людьми и вышестоящими Лидерами – некая сверка курса.*
2. *Посещение всех мероприятий Лидеров любого уровня:*

– тренинги компании и спонсоров;
– корпоративные мероприятия;
– марафоны;
– мастер-классы.

От события к событию Лидер развивается.

3. *Плотный контакт со своей командой и Лидерами своей структуры.*
4. *Мотивация успехом.*

Успех одного человека действует на многих. Представьте: идет мероприятие, на сцене выступает начинающий Лидер, рассказывая о своих новых достижениях. Сидящие в зале невольно примеряют его успех на себя: «Если у него получилось, значит, и у меня получится», «Я тоже так смогу», «Это же история про меня». И часто для начинающих важен успех именно новых Консультантов. Успех приходит к успеху. Деньги приходят к деньгам.

5. *Признание результатов.*

Выявление Лидера и его развитие

Наш бизнес уникален тем, что мы идем к стабильности через успех наших Лидеров. Наш успех зависит от успеха наших бизнес-партнеров.

Рассмотрим этапы создания Лидерской структуры.

1. Приглашаем в нашу команду новичков.
2. Среди новичков выявляем активных Консультантов
3. Среди активных Консультантов выявляем Лидеров.
4. Доводим свой бизнес до состояния саморазвития.

а. Хотите узнать, Лидер перед вами или нет, – спросите человека:

– *Есть ли у вас мечта и готовы ли вы к переменам?*

На одной из Бриллиантовых конференций основатель компании Орифлэйм Роберт аф Йокник сказал: «Если у человека нет мечты, то этот человек не для Орифлэйм».

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Для того чтобы помочь Консультанту максимально раскрыться как личности, установите доверительные отношения, подчеркивая взаимовыгодность совместной работы в качестве бизнес-партнеров.

Задайте вопрос:

– *Что вы готовы для этого сделать?*

Если нет мечты – помогите сориентироваться.

b. **Дайте человеку задания:** составить список имен, посетить тренинги, пригласить на ближайшую встречу своих гостей, прочесть книгу, посвященную MLM, посмотреть диск и выбрать пять идей после прочтения книг или просмотра видеоматериалов.

c. **Помогите Консультанту приступить к выполнению заданий** (дайте рекомендации, предложите помощь, назначьте день для обсуждения и анализа результатов). Созвонитесь вечером – вдохновите и поддержите вашего Лидера.

d. **Сделайте «прививку» от нежелательной реакции** на некомпетентные советы друзей, знакомых, близких, которые могут сказать следующее:

– *Уже поздно, Орифлэйм в России уже давно!*
– *У тебя не получится!*
– *Это несерьезная работа!*
– *Ты смешно выглядишь с каталогом!*
– *Ты наживаешься на своих знакомых!*
– *Это обман!*
– *Это пирамида!*

e. **Составьте план действий** на неделю, месяц, год и выясните, насколько человек готов к успешной самостоятельной работе.

f. **Привлеките человека к организации и проведению** презентаций (пусть он расскажет свою личную Историю Успеха), обучающих занятий, мастер-классов. Четко обозначьте его роль в данном мероприятии.

g. **Выражайте признание** (хвалите и благодарите) за проделанную работу, отмечая, что получилось хорошо, а что можно усовершенствовать.

Наступает момент, когда мы спрашиваем у Лидера о его цели.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Мероприятия 10.01.07 бизнес-семинар Школы для новичков Лидерские марафоны	Каталог №1 9% 900 ББ	Каталог №2 12% 1800 ББ	Каталог №3 12% 2300 ББ	Каталог №4 15% 3100 ББ
	Каталог №5 15% 4000 ББ	Каталог №6 18% 5000 ББ	Каталог №7 18% 6000 ББ	Каталог №8 21% 7500 ББ
	Каталог №9	Каталог №10	Каталог №11	Каталог №12
	Каталог №13	Каталог №14	Каталог №15	Каталог №15
	Каталог №17			

Действия:

1. Еженедельно раздавать 10-15 каталогов.
2. Провести 5 бизнес-встреч со своими новичками.
3. Еженедельная встреча со спонсором и анализ проделанной работы с последующим планом на неделю.
4. Увеличение баллов бонуса в каждом каталоге.
5. 5 мастер-классов в неделю.

Наш растущий Лидер взял на себя обязательства регулярно выполнять действия по Системе ПРО – он переходит в состояние саморазвития.

Полезные вопросы для Лидера-мотиватора

Развитие Лидерства

Девиз:

«Любознательность – лучший компас»

Будьте любознательны! С помощью вопросов добивайтесь, чтобы ваш Лидер **сам** оценил свою работу, постарался **сам** ответить на свои вопросы и **сам** сделал правильные выводы.

Общие вопросы:

- *Как прошел каталог?*
- *Довольны ли вы результатами?*
- *Чем именно довольны или не довольны?*
- *Почему, по-вашему, у вас именно такие результаты?*

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

– *Что получилось и что не получилось?*
– *Что нового было в вашей работе?*
– *Какие акценты вы ставили на этот каталог?*
– *Какие ожидания у вас были и насколько они оправдались?*
– *Что вы теперь будете делать по-другому?*

Проблема: низкий процент рекрутирования

– *Сколько человек в вашей команде осознанно занимаются спонсированием?*
– *Каковы цели этих людей?*
– *Какие методики рекрутирования вы применяете?*
– *Как вы думаете, почему в вашей структуре низкий процент рекрутирования?*
– *Какое обучение и как часто вы предлагаете потенциальным рекрутерам?*
– *Сколько человек вы лично рекрутируете за каталог?*
– *Что вы делаете для того, чтобы решить эту проблему?*

Проблема: низкая активность

– *Как вы думаете, почему такая низкая активность?*
– *Как часто вы общаетесь с Консультантами, новичками, Лидерами?*
– *Что вы предпринимаете для того, чтобы исправить ситуацию?*



– *Чего хотят Консультанты вашей группы от Орифлэйм?*
– *Почему они пришли в Орифлэйм?*
– *По вашему мнению, насколько они удовлетворены сотрудничеством с Орифлэйм?*

Проблема: низкая продуктивность

– *Какие акценты вы расставляете во время презентации?*
– *Какие мероприятия вы проводите для увеличения продуктивности?*
– *Какие задачи вы ставите перед новичком?*
– *Получают ли от вас признание хорошие продавцы?*
– *Используете ли вы их опыт при обучении других искусству продаж?*
– *Любите ли вы сами продавать?*

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Обязанности Лидера

Нас повторяют в хорошем на 50%, а в плохом на все 100%

Слово «обязанности» иногда вызывает негативные эмоции. Мы так хотим обладать правами, что забываем, что права и обязанности – неразделимы.

Одно из качеств Лидера – это умение брать на себя обязательства и быть ответственным за их исполнение. Однако обязанности отнюдь не ограничивают вашу свободу. Лидерство само по себе – это свобода. И если вы Лидер, значит, вы сами выбрали ваши права и обязанности, и мы вас с этим поздравляем.

Рекрутирование

Условие роста вашего бизнеса – рекрутирование, а рекрутирование – это презентации. Лидер обязан организовывать и проводить презентации сам и обучать этому новичков.

Обязанность Лидера – раскрыть перед новичком возможности сотрудничества с компанией, показать все преимущества.

Саморазвитие

Одно из условий Лидерства – умение развивать в себе качества для дальнейшего роста.

Саморазвитие – процесс постоянный и обязательный. Например, спортсмены достигают результатов при постоянных тренировках. Навыки приобретаются в действии и утрачиваются при бездействии. Если прекратить тренировки, то мышцы слабеют. Так и с нашим мозгом – он должен быть постоянно в тонусе!

Саморазвитие – это совершенствование навыков, поиск новых путей и методик чтение литературы, как классики нашего бизнеса – План Успеха, брошюра «Мой спонсор», «10 уроков на салфетках», «Большой Эл», так и книг по психологии и менеджменту), то есть, изучение успешного опыта.

Посещение мероприятий компании

Лидер обязан быть там, где есть информация. Если вы зовете ваших людей на различные мероприятия, вы должны быть там, где ваша команда. Только выполняя свои обязанности, вы имеете моральное право спрашивать с других.

Быть на мероприятиях – приятная обязанность. Там есть информация, которая поможет ставить новые цели, получать новые знания и мотивацию. Посещайте мероприятия разного уровня, чтобы потом научиться организовывать их самостоятельно.

Все, что легко делать, так же легко и не делать

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Организация собственных мероприятий

Почетная обязанность Лидера – организовывать и проводить мероприятия разного уровня, но прежде чем что-то организовать, нужно поставить четкую цель: для чего вы это делаете.

Мероприятия могут быть направлены на:

- увеличение объема продаж;
- рекрутирование (презентации «Возможности Орифлэйм», марафоны и т.п.);
- формирование команды (неформальное: шашлыки, теплоходы, чаепития и т.п.);
- обучение (школы, тренинги, семинары разных уровней);
- мотивацию (БМВ, семинары, Банкеты).

Главное в мероприятиях – результат и дупликация.

Система обучения

Для развития и роста своей структуры Лидер обязан организовать систему обучения. Ее цель – обучение и помощь в развитии активных Консультантов. Система обязывает контролировать и процесс, и результат.

Создание атмосферы в команде

Создание атмосферы – это создание традиций (признание новых результатов, поздравления, дни рождения). Атмосфера доброжелательности, порядочности и успеха необходима для:

- роста;
- развития;
- самоорганизации.

Лидер разделяет ответственность и обязанности со своей командой. Команда – это группа людей, объединенных одной целью, работающих по одной системе, то есть, объединенных общими действиями и несущих общую ответственность за результат.

Теория и практика успеха

Система MLM ориентирована на Лидерство, так как именно Лидеры гарантируют привлечение, обучение и мотивацию к действиям, ведущим к успеху.

Компания Орифлэйм – один из ярких примеров многолетней успешной практики, доказавшей жизнеспособность и успешность самой системы.

В Орифлэйм система успеха работает независимо от того, знаете вы ее или нет, но если знаете и применяете, она будет работать именно на вас.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Успешность системы гарантируют основные преимущества Орифлэйм:

1. продукция естественного потребления;
2. соответствие цены и качества (высокое качество по доступной цене);
3. сервис мирового уровня;
4. узнаваемый бренд;
5. отсутствие финансового риска (нет необходимости больших инвестиций);
6. предоставление кредита;
7. надежность и стабильность;
8. официальный статус компании;
9. бесплатное обучение, поддержка Консультантов на всех уровнях;
10. возможность семейного бизнеса и передачи бизнеса по наследству.

Все эти преимущества нашли отражение в Плане Успеха компании. План Успеха – достижим, тщательно высчитан в цифрах и времени, подкреплен реальными результатами, конкретными людьми на каждой ступени карьерной лестницы. Он гарантирует оптимальное вознаграждение за достижения для всех уровней.

Прекрасная теория получила свое подтверждение на практике. Обобщенный опыт успешных Лидеров лег в основу Системы ПРО. Система ПРО позволяет выявить Лидера, обучить его и дать инструмент для дальнейшего роста.

Успех – это желаемый результат запланированных действий. Очень важно мечтать и хотеть, но для успеха этого мало, необходимо действовать.

Ведь жизнь – это игра. Одни люди – зрители, а другие – игроки. Зрители сидят на трибунах, ничем не рискуют, но никогда и не выигрывают. Выигрывают только те, кто принимает участие в игре. Ставьте высокие цели! Действуйте и выигрывайте!



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

«Анализ карты мотиваторов»

мотиватор	интерпретация	выводы
Деньги (материальный стимул)		
Данный мотиватор упоминается два и более раз	Слишком большой интерес к материальному аспекту	Консультант мотивируется только деньгами, поэтому желательно сформировать у него дополнительные мотиваторы, в противном случае, он с легкостью сменит деятельность, исходя только из финансовых соображений
Данный мотиватор не упоминается вообще	Материальный фактор практически не имеет значения	При потере интереса или других стимулов человек часто перестает работать эффективно. Создайте другие мотиваторы, зависящие от этого аспекта деньгами, поэтому желательно сформировать у него дополнительные мотиваторы, в противном случае, он с легкостью сменит деятельность, исходя только из финансовых соображений
Оценка, похвала, вознаграждение	Для такого человека наиболее значимыми являются факторы внешней субъективной оценки	Этого Консультанта необходимо хвалить: в телефонном разговоре, при личной встрече, на презентации, мотивационной встрече – отмечать его успехи. Осторожно критиковать или давать негативную оценку его деятельности
Карьера, карьерный рост, перспектива	Ориентация на карьерный рост	Консультант эффективен, если видит перспективы карьерного роста. Следует детально проговорить возможности роста по Лестнице Успеха, ставить завышенные цели
Профессиональный рост, мастерство, развитие	Ориентация на профессиональное развитие и рост как на самостоятельную ценность	Такого Консультанта мотивирует обучение, повышение квалификации (семинары, личное обучение), для него крайне важно экспертное влияние спонсора
Четкая цель	Необходимость четких формулировок (обычно человек испытывает такую необходимость из-за негативного опыта)	Консультант либо не умеет, либо не хочет работать в условиях размытой зоны ответственности, при нечеткости формулировок цели, как правило, не стремится или не может их достичь. Ставьте четкие цели, дайте инструкцию по действиям, опишите детально обязанности
Результат	Очень ценна ориентация на результат	Консультанту подобного типа необходимо ставить завышенную планку целей
Интерес, творчество	Ориентация на интересную и творческую работу. Выясните, что консультант под этим понимает.	Такому Консультанту необходимо постоянно показывать что-то новое и интересное в деятельности. Его мотивируют повышение квалификации, привлечение в организации презентаций, возможность увидеть новые грани в бизнесе. Малопригоден для рутинной работы (не просите его стать Менеджером СПО!)

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Полномочия, ответственность, самостоятельность	Заинтересованность в высоком уровне самостоятельности	Такому Консультанту необходимо давать достаточно большую свободу в принятии решений, показывать реальные достижения и полномочия. Предложите ему стать Лидером его команды
Хороший спонсор, личность спонсора	Ориентация в значительной степени на личность спонсора. Именно она будет оказывать значительное влияние на мотивированность Консультанта	Стоит использовать харизматическое влияние. При отутствии личного взаимопонимания со спонсором эффективность Консультанта снижается. Поддерживайте регулярно контакт
Отношения, хороший коллектив, микроклимат	Ориентация на отношения с людьми как один из важнейших факторов	Консультанту нужно помочь удачно вписаться в коллектив и корпоративную культуру. Для него важно чувство локтя. В большей степени Консультант мотивируется пользой для всего коллектива и своей репутацией в команде
Желание	Консультант ориентирован на ту деятельность и сутиацию, которая вызывает желание работать или проявлять себя	При изменении структуры желаний возникает опасность, что Консультант вообще перестанет работать. Создайте другие мотиваторы в дополнение
Самореализация	Высший уровень мотивации	Это прекрасно для бизнеса с Орифлэйм, предполагает поддержку творчества и самостоятельности. Однако этот человек не сможет заниматься рутинной деятельностью
Избежать неприятностей	Избегающий человек, низкая самооценка и неуверенность в себе	Необходимо поднять самооценку Консультанта, поощряя любые достижения, тренинги по уверенности. Создать другие мотиваторы

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Семенова Светлана
Исполнительный
Директор



Гуслякова Ирина
Бриллиантовый
Директор



Демидова Маргарита
Сапфировый
Директор



Клементьев Андрей
Бриллиантовый
Директор



Крылова Ольга
Дважды Бриллиантовый
Директор



Смолинская Любовь
Бриллиантовый
Директор



Теплякова Галина
Дважды Бриллиантовый
Директор



Хафизова Альбина
Дважды Бриллиантовый
Директор



Чернявская Валентина
Бриллиантовый
Директор



Шиварев Андрей
Сапфировый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ОТ ДИРЕКТОРА ДО ЗОЛОТОГО ДИРЕКТОРА

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Светлана Семенова,
Исполнительный Директор:

Чем больше времени вы посвящаете развитию вашей структуры, тем больше и успешнее она становится. Начиная с уровня Директора, у вас появляется немало управленческих задач: организация и проведение больших презентаций каталога и возможностей Орифлэйм, тренингов и других мероприятий, планирование продаж и рекрутирования, активная работа со структурой и многое другое. Успешно справиться с этими задачами поможет пятая глава.

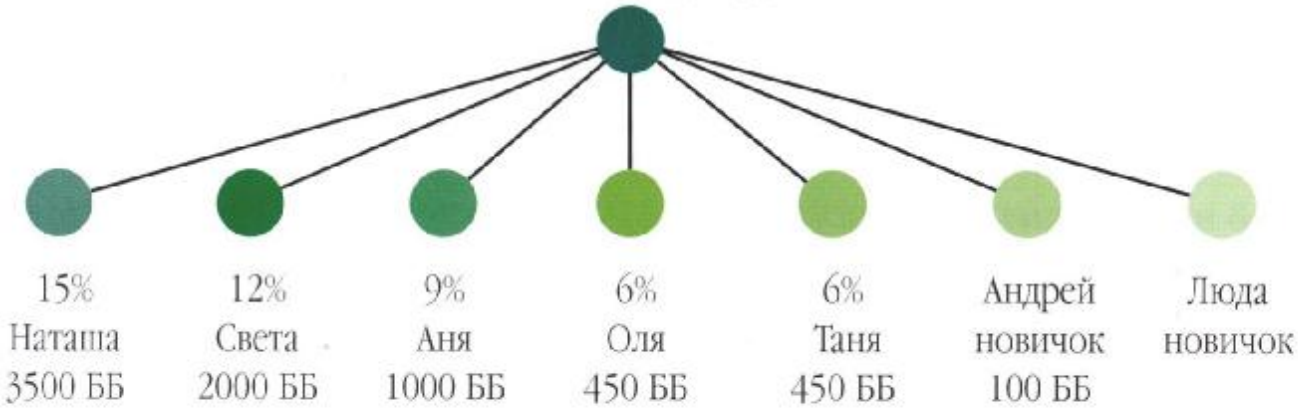
PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Дневник Директора, который поставил себе цель стать Золотым Директором.

ПЛАНИРОВАНИЕ

Наконец-то я Директор! Закрыла звание в 9-м каталоге.
Моя структура:

Моя 21%-я структура





PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Моя цель – стать Золотым Директором. Сегодня суббота, закончился трехнедельный каталог, и в конце дня я взяла итоговую распечатку. Мне не терпится проанализировать отчет, так как цель поставлена, а план достижения этой цели еще предстоит составить.

Информационный листок – это инструмент Директора, с которым он не должен расставаться ни на минуту. Прежде чем составить план достижения цели, необходимо проанализировать с помощью листка итоги каталога.

Анализ моего Информационного листка

1. **Участник ЛК: активность – 70%, рекрутирование – 8%.**

2. **В моей группе есть Консультанты – 15%, 12% ,9%, 6%, 6% и один новичок**
   У меня уже есть 5 ключевых партнеров, но так как я хочу стать Золотым Директором, меня интересует два наиболее перспективных Консультанта.

3. **Анализируем группы ключевых Консультантов:**

- **15%-я группа**
  ББ группы = 3500
  Активных Консультантов – 45
  Средний балл – 3500:45 = 77 ББ (невысокий средний ББ)

- **12%-я группа**
  ББ группы = 2000
  Активных Консультантов – 15
  Средний балл – 2000:15 = 133ББ (высокий средний ББ; это региональная структура и большая часть Консультантов – продавцы)

- **9%-я группа**
  ББ группы = 1000
  Активных Консультантов – 15
  Средний балл – 1000:15= 77 ББ
  - В 6%-х группах – по 5 активных Консультантов
  - 2 новичка

Итого: на 21% я вышла количеством активных Консультантов – 87 человек (45+15+15=12)

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Рекомендации для групп:

- Для групп с невысоким средним ББ (15% и 9%): провести тренинги по продукции, мастер-классы по уходу за кожей, макияжу, дни красоты, рекомендовать листовки по продукции
- Для группы 12% (хорошие продавцы, но есть проблемы со спонсированием): необходимо провести тренинг по спонсированию, научить методикам рекрутирования. Мотивировать Лидера и Консультантов на построение группы.

Что я вижу дальше, изучая листок?

БАК (База Активных Консультантов) – 130 человек, гораздо выше числа активных, это значит, что 43 человека в течение трех месяцев не размещали заказ.

Что делать?

Завтра же дать задание Менеджерам групп 12-15% сделать звонки («точечно» проконтролировать, то есть, позвонить некоторым Консультантам из БАКа), а 6-9% группы обзвонить и выяснить причину: почему не разместили заказ и какая нужна помощь?

Всего в распечатке зарегистрировано 200 человек.

70 человек от 4-х до 16-ти каталогов не размещали заказы.

Что же сделать с этой «сладко спящей» частью Консультантов?

Отбираю по распечатке 15-20 человек, которых я помню, и мне было приятно с ними работать, но по каким-то причинам они перестали размещать заказы. Пишу им благодарственное письмо следующего текста (примерный текст):



«Уважаемая г-жа Иванова Светлана Ивановна! Компания Орифлэйм благодарит Вас за то, что Вы были с нами. Нам всегда было приятно сотрудничать с Вами!
Но до окончания срока договора между Вами и Компанией осталось 2 месяца. Сейчас начался сезон продаж, сюрпризов и подарков, поэтому, высылая Вам новый каталог, надеемся, что Вы захотите продолжить сотрудничество с нами.
В период с 16___ по 26___ разместите заказ на 1000 рублей – и получите в подарок ___ (например, тушь для ресниц).
Заказ Вам поможет оформить Консультант Наталья, телефон ___, обращайтесь в СПО №___, телефон___.
Ваш Бриллиантовый Директор___»

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Итак, распечатка проанализирована, действия расписаны.

Назначаю встречу на 10 утра в понедельник своим Лидерам: 15% Наташе и 12% Светлане.

Мне необходимо еще раз проговорить с ними цели, убедиться, что они совпадают с моими, и наметить конкретный план действия достижения ими 21 %.

Анализ каталога №9

Я хочу открыть звание Золотого Директора в 14 каталоге, чтобы поехать на Банкет Директоров в звании Золотого.

Индивидуальная встреча с Натальей

Доверительный разговор, определение целей. Мечта Натальи – заработать деньги, так как двое ее маленьких детей, двойняшки, пойдут в первый класс, а воспитывает детей она одна. Наташа много лет не отдыхала, мечтает вывезти детей на море этим летом и купить им все самое красивое к школе.

Составляем план работы. Нас устраивает темп, который выбрала Наталья.

Составляем с Натальей Лидерский план развития с 10 по 14 каталог. На 14 каталог планируем 21%.

Составляем 2 плана – один мне, один ей. Заполняем графу «план-факт». Факт будем проставлять с ней на планерке после окончания каждого каталожного периода.



Подведение итогов:

Всего 3500 ББ. В 14 каталоге нужно набрать 7500 ББ

7500 – 3500 = 4000

4000:5 = 800 ББ

Для того чтобы получить необходимый результат, мы должны каждый каталожный период прибавлять 800 ББ.

Спонсируем с учетом 70% активности. Что это? Возможно, не все сразу разместили заказ: кто-то «уснет», кто-то – уедет. Будем считать условно 70% активность группы.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Составляя Лидерский отчет, мы берем СБ (средний балл) – 77 ББ (по итогам 9 каталога). Если Менеджер учтет рекомендации и проведет вместе с Директором тренинги и обучение по повышению среднего ББ, то результата будет достигнуть реальнее.

Лидерский план развития Натальи 10-14 каталоги

9 каталог берется за начало отчета.

№	S стартеры		В рекруты		активные в этом месяце		СБ	ББ группы		%		зар.плата	
Кат	план	факт	план	факт	план	факт	сред. балл	план	факт	план	факт	план	факт
9					45		77	3500	3500	15	15	6000	6000
10	14		11		56		77	4300		15		7500	
11	13		10		66		77	5100		18		10000	
12	14		10		76		77	3900		18		11000	
13	14		11		87		77	6700		18		12000	
14	14		10		98		77	7500		21		17000	

Обязательно оговариваем сложные моменты:

- какая помощь нужна со стороны Директора;
- какое обучение;
- какие индивидуальные встречи с подрастающими Лидерами Натальи.

Составляем план действий – сетку-план работы на весь период, на месяц.
Подписываем соглашение о сотрудничестве.

Следующая встреча со Светланой – 12%

Те же действия – день, мечта. Дочь Светланы поступает в престижный институт на платное обучение. Нужны деньги! Решение – открывать 21% в 14 каталоге, чтобы ко времени поступления дочери иметь хорошую зарплату и получить $1000.

Наши цели совпали. Составляем вместе Лидерский план развития Светланы.

За основу берем данные 9 каталожного периода, как и у Натальи.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Лидерский план развития

№	S стартеры		B рекруты		активные в этом месяце		СБ	ББ группы		%		зар.плата	
Кат	план	факт	план	факт	план	факт	сред. балл	план	факт	план	факт	план	факт
9					15	15	133	2000	2000	12	12	2200	2200
10	10		8		23		133	3100		15		5500	
11	11		9		32		133	4200		15		6500	
12	10		8		40		133	5300		18		10000	
13	13		8		48		133	6400		18		12000	
14	12		8		56		133	7500		21		17000	

При 70 % активности

Наташа должна подписать в свою структуру

14+13+14+14+14 = 69 человек

Так как по статистике подписывается 1 человек из 5 встреч, необходимо пригласить на встречу за 5 месяцев 345 человек.

Так как Наташа хороший продавец, она учит людей продавать, в ее структуре высокий средний ББ (133), ей нужно пригласить:

10+11+10+13+12 = 56

56*5 = 280

Пригласить на ВВО необходимо 280 человек.

Так же как с Наташей, я заключаю договор со Светланой. Прописываем все пункты, в чем нужна моя помощь, составляем план действий.

В 14 каталоге обе мои группы открывают 21%, а я открываю звание Золотого Директора!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Планирование методов рекрутирования и продаж

После того, как составлен план по результатам и показателям, необходимо составить четкий план действий .

- что мы делаем;
- как долго мы делаем;
- как часто.

Работа без плана действий обычно превращается в свободное ничегонеделание.

Основные действия, которые должен обязательно включить в свой план Директор, чтобы стать Золотым (многие из этих действий – те же самые, что у Консультантов и Менеджеров, но в другом объеме, часть из них – новые):

1. Действия по рекрутированию, направленные на поиск новых Консультантов:
- проработка личного списка знакомых;
- проработка списка знакомых Консультантов персональной группы;
- метод социологических опросов;
- реклама (СМИ, объявления, листовки);
- холодные контакты (знакомимся с людьми, например, в метро, разговариваем, приглашаем на встречу).

2. Проведение встреч «Возможности Орифлэйм» и сразу для тех, кто зарегистрировался, – тренинг «Успешный старт».

3. Действия по продажам:
- обслуживание наработанных клиентов (стараемся не в ущерб личным продажам свести время на это к минимуму, не более 2-4 часов в неделю);
- раздача каталогов вместе с новичками (это является и мероприятием по обучению);
- мастер-классы, в особенности, для гостей Консультантов.

4. Действия по обучению и мотивации:
- проведение тренингов «Шаг 1» и «Шаг 2» для новых Консультантов;
- ежедневные школы;
- участие в крупных ежеквартальных мероприятиях.

5. Также Директор планирует:
- еженедельные планерки с потенциальными Лидерами;

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- звонки разным категориям Консультантов вашей группы;
- индивидуальные беседы в офисе.

Планы составляются:

- на каждый день;
- на неделю;
- на каталог;
- на квартал.

Примерный план на день, неделю, каталог – см. в следующей таблице. Этот план при условии, что Директор работает только в Орифлэйм (рабочий день 8-9 часов).

Понедельник	**Вторник**	**Среда**	**Четверг**	**Пятница**	**Сб**	**Вск**
10-12 *Планерка* 12-14 *Раздача каталогов с новичками* 15-16 ВВО 17-18.30 *Шаг 1* 19-20.30 *Дом. кружок* 21 Звонки менеджерам	10-12 *Звонки группе (начало каталога)* 12-14 *Соц.опрос* 15-16 ВВО 17-18 *Шаг 2* 19-20 *Звонки по анкетам*	10-12 *Непредвиденные срочные дела* 12-14 *Раздача каталогов с новичками* 15-16 ВВО 17-18 *Инд. работа с Менеджерами* 19-20 *Звонки группе*	10-12 *Подготовка к занятию* 12-14 *Соц. опрос* 15-16 ВВО 17-18 *Инд. работа с Менеджерами* 19-20 *Звонки по анкетам*	10-12 *Подготовка к занятию* 12-14 *Раздача каталогов с новичками* 15-16 ВВО 17-18.30 *Занятия* 19-20 *Дом. кружок*	12-14 МК	Звонки
10-12 *Планерка (подведение итогов недели)* -------||-------	-------||-------	-------||-------	-------||-------	-------||------- *17-18 БВМ Директора*		
10-12 *Планерка (готовим закрытие каталога)* -------||-------	-------||-------	-------||-------	-------||-------	-------||-------		
-------||-------						

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

В плане на квартал – крупные мероприятия: ваши, вашего вышестоящего спонсора, компании, а также акции.

Октябрь	**Ноябрь**	**Декабрь**
10.10. СЦ – БМВ	20.11. Городской марафон	3.12. Семинар 28.12. Празднование Нового года

Обязанности Директора

1. *Обязанности Директора отличаются от обязанностей Менеджера тем, что он умеет делать:*
   показывать, приглашать, посещать;
   проводить ВВО;
   - проводить обучающие встречи: продажи и продукция; презентации каталога; методы рекрутирования;
   - выявлять в своей ПГ потенциальных Лидеров.

2. *Выбор и развитие потенциальных Лидеров:*
   Директор берет свой Информационный листок и на его основе обзванивает персональную группу.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Цель: пригласить на индивидуальную встречу Консультантов своей ПГ для того, чтобы сделать деловое предложение

Разговор по телефону

Добрый день, я являюсь Директором в компании Орифлэйм (ФИО). Я обратила внимание что:

Вариант 1 – *Вы каждый каталог размещаете заказы.*

Вариант 2 – *Вы несколько каталожных периодов в БК.*

Вариант 4 – *Вы начали приглашать людей.*

и

Хочу сделать вам выгодное предложение. Для этого я вас приглашаю на индивидуальную встречу, когда вам удобно?

Встреча

Если Консультант пришел на встречу, то это означает, что у него есть заинтересованность, и поэтому он будет слушать. Следовательно, Директор используя навыки Лидерского общения, строит свою беседу таким образом, чтобы «раскрыть» Консультанта. Задает открытые вопросы, чтобы Консультант не мог однозначно ответить «да» или «нет»:

- что ты хочешь получить в Орифлэйм?
- сколько времени ты тратишь на Орифлэйм?
- что тебе нравится в Орифлэйм?
- зачем ты в Орифлэйм?

Активно слушаем. Выявляем потребности. Входим в доверие, рассказываем о себе тем самым создаем, доверительную беседу. Исходя из этой беседы, мы выявляем, что мотивирует человека на какие-то действия: признание, деньги, карьера, личностный рост, общение, путешествия.

У Лидера есть три варианта работы с Консультантами:

1. потребители продукта;
2. продавцы;
3. рекрутеры – Менеджеры.

Всех вовлекаем в деятельность, основная цель которой – растить ключевых партнеров, идти на звание Золотого Директора.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Для потребителей продукции отличная мотивация – общение. Расскажите на мастер-классе о ваших любимых продуктах.

Работая с продавцами, перенесите основной фокус с продаж на общественную деятельность, возможность стать профессионалом:

– прилекайте к участию в мастер-классах;
– давайте небольшие блоки на школах по продажам, продукции;
– поручайте презентацию каталога.

В индивидуальной беседе с Менеджером договоритесь за один год работы открыть звание Директора. Почему именно такой период? Крупные Лидеры могут быстро создавать Директорские структуры и удерживать их. Директор пока не имеет такого опыта, поэтому важно, чтобы новый Лидер не «физически» дошел до 21%, а умом понял, потому что за год происходит личностный рост:

– понимание индустрии прямых продаж;
– приобретение Лидерских навыков.

Сделав деловое предложение Консультантам ПГ, Директор собирает тех, кто заинтересовался бизнесом – ключевых партнеров. Цель этой встречи – создать команду, где происходит знакомство, появляется желание стать членом команды и соревновательный дух. В течение первого каталога как можно больше работайте с вашими новыми ключевыми партнерами.

Правила игры для команды:

- 50 ББ в неделю;
- 3 контакта в день;
- 15 контактов в неделю;
- 1 рекрут в неделю;

Составьте график проведения встреч «Возможности Орифлэйм».

	пн	вт	ср	чт	пт	сб
12.00	ВВО	ВВО			ВВО	
14.00	ВВО	ВВО			ВВО	
16.00	ВВО	ВВО			ВВО	
18.00	ВВО	ВВО		обучение	ВВО	
19.00				Планерка или рабочая встреча		

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

В период время роста ваших ключевых партнеров каждый из них должен четко знать, что входит в его обязанности на каждом уровне.

0-9%	ППП		
12-21%	ППП	ВВО	
Директор	ППП	ВВО	обучение

1 неделя каталога:

- презентации новинок;
- поздравления (БК, лучшие продажи, спонсор, рекрут);
- доклад партнеров по заданию Директора;
- поздравления – дни рождения.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Итоговое собрание. Обычно на итоговое собрание ходят «отличники», которые что-то сделали. Стартуют все по-разному, поэтому важно наполнить программу итогового собрания мотивационными темами.

2 неделя каталога

Школа: продажи+ возражения+ продукция.

Участвуют «пользователи» и продавцы, не вошедшие в список ключевых партнеров. Цель приглашения – вовлечь в команду и заинтересовать бизнесом.

3 неделя каталога

Спонсирование+возражения с привлечением ключевых партнеров и их рекрутов. Начиная со второго каталога, ваши ключевые партнеры должны звонить 2-3 раза в неделю, чтобы рассказать о своих результатах. Повесьте в вашем офисе такую таблицу – это поддержит соревновательный дух.

	ФИО	ФИО	ФИО	ФИО	ФИО
Период	Каталог № 14				
Кол-во R					
Кол-во S					
Объем личн. ББ					
Объем ПГ					
%					
рейтинг	1 место	2 место	3 место	4 место	5 место
Каталог № 15					

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Конфликты в группе

Конфликт – неразрешимые противоречия.

В бизнесе, как и в жизни, каждый человек сталкивается с определенными проблемами во взаимоотношениях с другими людьми. Наш бизнес основан на постоянном общении друг с другом, с новыми людьми. У каждого человека свой характер, свои взгляды на ту или иную ситуацию вокруг него. Умение объективно оценить данную ситуацию позволяет успешно общаться с другими людьми и оставаться притягательным человеком.

Умея преподносить себя окружающим, человек обладает огромным преимуществом для решения собственных задач.

Для разрешения конфликтов могут использоваться следующие варианты:

1. *Личная встреча:* обсуждение желаний и намерений, совместный поиск компромисса.
2. *Обращение к третьей стороне* (вышестоящему спонсору), который пользуется авторитетом и уважением обеих сторон.
3. *Обращение к компании* с просьбой разрешить конфликт
4. *Заочное решение конфликтов* (например, написать письмо):

- Как вы видите ситуацию?
- Что вы хотите?
- Что вы ожидаете от этого человека?
- Ваше предложение – как это решить?

5. *Совместная работа.*

Искусство Лидерской презентации

Презентация в нашем бизнесе является основным инструментом привлечения новых людей в компанию Орифлэйм. Поэтому презентация проводится в теплой, дружественной обстановке. Презентация – это представление информации о новом продукте или возможностях в Орифлэйм. Презентации могут проводиться:

- На индивидуальном уровне – встреча с одним человеком в офисе компании, кафе, фойе гостиницы и т.д.
- Домашний кружок. На домашний кружок хозяин приглашает к себе домой своих знакомых, соседей, друзей.
- Презентации в малом зале. Проводятся в ДК, школах, любых помещениях, которые соответствуют требованиям компании (помещение должно быть светлым, хорошо проветренным, хорошо освещенным, удобно расположенным у городскому транспорту).

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- Масштабные презентации отличаются от презентации в малых группах размерами зала.

Предлагаем вам схему презентации, которую проводит Лидер. Эту схему можно дополнять, но ни в коем случае ни один пункт не может быть исключен. Презентация о возможностей Орифлэйм:

1. **Рассказ о компании Орифлэйм**
   a. Основатели компании.
   b. Когда и где компания была основана
   c. Направление деятельности компании
   d. Каких результатов компания достигла
   e. Задачи и миссия компании
   f. Торговые обороты компании

2. **Рассказ о продукции. Этот раздел презентации знакомит с основными категориями продуктов, а также рассказывает о:**
   a. производственных комплексах Орифлэйм;
   b. Глобальном техническом центре;
   c. том как тестируется наша продукция;
   d. ассортименте;
   e. периодичности и количестве каталогов
   f. любимых продуктах выступающего (2-3 продукта). Обязательно поделитесь своими впечатлениями!
   g. в заключение: о новинках, которые компания представляет в новом каталоге, а также о новых акциях компании по продукции.

3. **Информация о возможностях компании.**
   a. Построить собственный бизнес.
   b. Иметь дополнительный доход.
   c. Стать потребителем продукции и иметь возможность участвовать в акциях компании.
   d. Расширить круг знакомых.
   e. Реализовать себя в жизни.
   f. Получить признание.
   g. Как прийти в компанию.
   h. Что такое Регистрационная форма.
   i. Что такое компьютерный номер Консультанта.
   j. Демонстрация стартового комплекта, объяснение, как с ним работать.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

4. **Выступление успешных Лидеров. Можно провести интервью. Вопросы:**
   a. Как вы пришли в компанию?
   b. Зачем вы пришли?
   c. Кто вы по профессии, образованию?
   d. Вашы планы на будущее в Орифлэйм?

Обязательным пунктом является собственная история выступающего, которая бо лее полно завершает презентацию о возможностях компании.

Очень важна подготовка слушателей к презентации. Когда аудитория постепенн заполняется людьми в ожидании мероприятия, ваша работа уже началась.

На экране – ролики по продукции, события Золотой конференции, где мелькаю знакомые многим лица, среди поздравляемых с новыми званиями, меняющиеся слай ды с разных семинаров, где ярко показана командная работа.

За минуту до начала презентации поставьте гимн Орифлэйм.

Если сопровождать выступления участников хорошо подобранным видеорядо (меняющим настроение слушателей), или использовать звуковое сопровождение вы ступления, то ваши презентации надолго запомнятся пришедшим, и они с удовольст вием приведут на следующие презентации своих друзей.

Закачивайте презентацию на мотивационной ноте: покажите фото или ролики награждении Консультантов, живущих рядом и ставших успешными в Орифлэйм.

Затем – вновь гимн Орифлэйм и обязательная индивидуальная работа приглашенными.

При соблюдении методики проведения презентации 95% приглашенных зарегистрируются в Орифлэйм.

Характеристика персональной группы

Для выделения ключевых партнеров необходимо определить, кто являетс участниками вашей персональной группы.

1. **Консультант – новичок:**
   a. новичок, только что подписавший контракт (стартер, S);
   b. рекрут, сделавший балловый заказ (R);
   c. квалифицированный рекрут (Q), участник Стартовой программы;
   d. привилегированный Консультант – участник Бизнес-Класса.
2. **Консультант-потребитель.**
3. **Консультант-продавец, работающий более чем с пятью каталогами.**
4. **Консультанты, которые строят будущее.**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Для определения ожидания новичков мы используем в своей работе «Анкету соискателя», в которой есть пункты:

ФИО, дата рождения, контактный телефон;

- профессия, занимаемая должность;
- самооценка (к чему склонен):
  - Исполнитель
  - Организатор
  - Руководитель
- **доволен ли сегодняшним положением;**
  - Мне переплачивают
  - Я не удовлетворен
  - Я заслуживаю большего
- **Что вы хотите достичь в Орифлэйм?**
  - пользоваться и экономить;
  - показывать каталог и зарабатывать 30% немедленной прибыли;
  - расширить круг общения;
  - самореализация, личностный рост;
  - карьера;
  - поездки;
  - что еще?
- **В каких городах у вас есть родственники?**

ЗАЯВЛЕНИЕ.

Прошу принять меня в вашу бизнес-группу.

Дата _____

Подпись _____

Эта анкета хорошо работает при рекрутинге на холодном рынке. Когда новичок приходит на работу со свободным графиком, где нет начальника, конкретных задач, дисциплины, он теряется, думая, что эта деятельность не очень серьезная. Ведь раньше, устраиваясь на работу, он заполнял массу документов и анкет.

Данная анкета придает значимость и как бы является договором между новичком и спонсором. Новичок подписал заявление, поставил свою подпись, то есть, принял решение. Анкета помогает собрать больше информации о новичке его ожиданиях и облегчает дальнейшую совместную работу.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Ожидания новичка со временем могут измениться. Став участником Бизнес-Класса, оценив все преимущества и возможности, новичок захочет узнать больше и заинтересуется строительством собственного бизнеса, захочет получать по системе вознаграждения гораздо больше.

Большинство людей приходят просто для того, что бы покупать для себя и своей семьи продукцию со скидкой, для экономии. Поэтому, плотно сопровождая новичка, мы помогаем ему сформировать мечту – цель. В этом и состоит основная задача Лидера. При отсутствии цели у Консультанта вы не сможете его мотивировать и, соответственно, достичь желаемой цели

Еженедельные планерки



Цели:

- Подвести итоги, проанализировать предыдущую неделю (или каталог в первую неделю после окончания)
- Обсудить и распределить между ключевыми Менеджерами план действий на будущую неделю

Когда?

Директор планирует проведение еженедельных встреч со своими ключевыми партнерами. В системе трехнедельных каталогов оптимальный день для таких встреч – понедельник.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Первый понедельник – открытие каталога.
Второй понедельник – подведение итогов первой недели.
Третий понедельник – осталась одна неделя до закрытия каталога, еще можно повлиять на итоговый результат.

С кем?

С ключевыми партнерами.

Планерки с ключевыми людьми позволяют:

- держать руку на пульсе вашего бизнеса, чувствовать настроение команды, своевременно реагировать на негативные тенденции;
- укреплять командный дух;
- мотивировать ключевых партнеров.

О чем говорить на планерке?

1. Начните с похвалы (всегда можно найти, за что похвалить всех сразу и каждого в отдельности).
2. Вспомните, что было запланировано в прошлой раз, что из этого сделано, что не сделано, и почему? Трудно было или легко?
3. Обсудите результаты за неделю у каждого ключевого партнера:
   - сколько ББ за неделю?
   - сколько встреч проведено?
   - сколько регистраций?

   Похвалите или выскажите опасение, что все «повторится», если будем терять время даром.
4. Что не получалось, в чем были затруднения? Какие есть вопросы, чем вы можете помочь, что подсказать?
5. Планируйте действия на предстоящую неделю.
6. Создайте настрой на очень активную работу.

Сейчас – самое лучшее время для роста, потому что: осень – начало сезона, зима – разгар сезона подарков, весна – время сеять, а кто работает летом – получает потрясающие результаты осенью. Или потому что сейчас суперакция в компании, которую мы можем использовать чтобы вырастить свой бизнес. Давайте запланируем наши с вами активные действия на эту неделю.

- *Во-первых: сколько у вас каталогов? 20? Отлично! Меньше 20? Дозаказать! Не забываем раздавать их вместе со своими новичками.*
- *Во-вторых: новые люди, новые люди, новые люди! Регулярно проводим встречи «Возможности Орифлэйм» (индивидуально расписываем количество планируемых встреч для всех ключевых партнеров).*

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

7. Обсудите, как участники вашей команды планируют приглашать людей на встречи? Все запланированные действия ключевые партнеры записывают в такую же сетку-расписание, что и у Директора.

8. «Еще мне хочется поговорить с вами сегодня вот о чем...»
Директор поднимает наиболее актуальную тему на данный момент. Предлагаем примеры тем для «группового размышления» на планерке.

Много стартеров – мало рекрутов

– За последние две недели к нам присоединилось 25 новых человек! Это прекрасно! При этом пять из них разместили свой первый заказ.

– Как вы оцениваете такую большую разницу между количеством зарегистрировавшихся людей и разместивших первый заказ?

– Как вы считаете, что двигало этими людьми, когда они подписывали контракт с Орифлэйм? (Ответ: хотели заработать)

– А как вы считаете, почему они этого не делают? (Разные причины)

– А в чем все-таки основная причина?

– Что мы можем улучшить в своей работе, что мы можем изменить? (Возможно, несколько из предложенных вариантов будут неприемлемы, но мы воздерживаемся от критики. Спасибо и за такую идею!)

– Как вы оцениваете проведение вами тренинга «Успешный старт»?

– С кем из зарегистрировавшихся у вас людей вы ходили вместе на раздачу каталогов? («Наталкиваем» на решения)

– Сколько раз вы звонили своим новичкам? Что они говорят? (Ответ: сказали, что нет времени этим заниматься)

– А как вы думаете, это истинная причина? При регистрации она говорила, что найдет 2-3 часа? Может причина в другом? Что-то не получается?

– Давайте подытожим, что мы будем делать, чтобы оставшиеся 20 человек сделали заказы и влились в нашу команду, и что бы все наши будущие новички так же не оставались пустыми строчками в распечатке? (Подведите резюме)

Другие темы для обсуждения:

– Низкий средний ББ. Что делать?

– Много «засыпающих». Как сделать, чтобы уходило меньше, чем приходило?

– Плохая коммуникация в группе, люди не владеют информацией об акциях и мероприятиях. Что делать?

– Низкий рекрутинг в группе. В чем причина и как исправить?

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

9. «...И в завершение мне хочется напомнить вам, хотя я уверена, что вы и так это знаете и с нетерпением ждете, о мероприятии, которое будет проходить в эту субботу. Такие вещи просто нельзя пропустить! Сколько там будет ваших людей? Если на семинаре присутствуете вы, то зарабатывает ваш спонсор. Если присутствуют ваши люди – зарабатываете вы. Сколько вы хотите заработать? Много? Так сколько же будет ваших людей? Кстати билеты почти закончились, так что поторопитесь».

10. Закончите на подъемной ноте: «Я чувствую, у нас будет очень плодотворная неделя! Согласны? У нас такая отличная команда! Мы с вами просто горы свернем! У нас все будет супер! И сейчас самое лучшее время».

Проведение таких встреч с ключевыми партнерами является эффективным инструментом работы с потенциальными Лидерами.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Коммуникация – средство поддержки активности

Мощное средство коммуникации – телефон. Залог эффективности этого метода – регулярность и систематичность. И обязательно – индивидуальный подход. Есть некоторые рекомендации, которые мы предлагаем использовать в работе.

Выключите режим неоправданных ожиданий!

Виды звонков:

1. **Звонки всем новичкам.** В первую очередь, тем, кто проходит шаги Стартовой программы. Своим личным новичкам Директор звонит сам, а звонки новичкам персональной группы делегирует их спонсорам и Менеджерам. Эти звонки нужны для того, чтобы напомнить новичку о следующем шаге программы, обсудить возможные проблемы и вселить уверенность в силах.

ВАЖНО!

- **Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения.**
- Как часто звонить таким новичкам? Не реже одного раза в течение каждого шага. Но лучше чаще, например, раз в неделю.
- Контролируйте звонки ваших Менеджеров их новичкам.



Пример:

Привет, Леночка! Я тебя поздравляю, ты прошла первый шаг Стартовой программы! Какая ты молодец! А помнишь, ты думала, что у тебя не получится? Это твоя первая победа! Умница! Кстати, второй шаг у тебя начинается с нового каталога...

(Леночка, очень довольная и гордая собой, отвечает, что у нее уже есть заказ на новый каталог и что она обязательно сделает второй шаг).

2. **Звонки активным Консультантам.** Тем, кто регулярно размещает заказы и выполняет условия Бизнес-Класса. Эти звонки призваны поощрить успехи Консультантов и настроить их на дальнейшую активность, своевременную передачу необходимой информации и постоянное выявление ключевых Консультантов, с которыми Директор готов всегда начать работу по построению серьезного бизнеса.

Директор должен владеть информацией о потребностях каждого Консультанта из этой категории и никогда не прекращать приглашать их на индивидуальные встречи для того, чтобы сделать деловое предложение.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

В жизни всегда все меняется: сезоны и погода, настроения и мысли, жизненные ситуации и обстоятельства. У нас есть немало примеров, когда такие Консультанты через полгода, через год и даже больше меняли свое отношение к работе в Орифлэйм и начинали строить серьезный бизнес.

ВАЖНО!

- **Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения.**
- Директор делегирует этот вид коммуникации своим Менеджерам, в чьих группах находятся такие Консультанты, и осуществляет контроль этого процесса.
- Как часто и когда звонить таким Консультантам? Один-два раза в каталог: в начале каталога – по итогам предыдущего, а также при необходимости передать информацию и новости.



Пример:

Елена Ивановна! Здравствуйте! Я так рада – вы опять в Бизнес-Классе! Вы опять в элите Орифлэйм! Я вас поздравляю! У меня есть предложение встретиться за чашечкой чая...

(Елена Ивановна соглашается на встречу в кафе, где Директор неформально пообщается с ней и предложит возможности бизнеса Орифлэйм).

3 **Звонки ключевым Консультантам – растущим Лидерам.** Цель таких звонков – похвалить за активность, поддержать настрой на успех и дальнейшие достижения, сообщить новую информацию, пригласить на индивидуальную встречу по анализу и планированию бизнеса. Ключевыми могут стать Консультанты из любой категории ПГ, и вначале необходимо работать с ними каждый день – в режиме «плотного сопровождения». Главный акцент в их работе должен быть сделан на постоянном рекрутировании. По мере роста их групп они становятся Лидерами, и уже сами «плотно» сопровождают своих ключевых Консультантов.

ВАЖНО!

- Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения
- Как часто звонить? Обязательно по итогам каждого каталога, а также в зависимости от уровня и деятельности Консультанта.
- Контролируйте звонки ваших Менеджеров.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Пример:

Оксана, привет! Ну что, устроим планерку по телефону? Как прошел день?

(Оксана рассказывает. Вместе вы анализируете ее действия, полученные в течение дня возражения, что получилось, а что нет, как сделать это лучше).

Что планируешь на завтра?

(Оксана рассказывает о намеченных встречах, звонках. Проговорите детали. Настройте на успех).

4. **Звонки Менеджерам.** Менеджеры – это самые важные для Директора Консультанты. Помогая им стать Директорами, он приближается к своему следующему званию. Ваши цели совпадают, и для их осуществления должен быть сделан акцент на постоянное рекрутирование. У Менеджеров уже есть группы, с которыми они работают самостоятельно, но под контролем Директора. Звонки Менеджерам очень важны: мотивация, помощь в планировании и постановке задач, расстановка правильных акцентов в работе, обсуждение возникающих проблем. Здесь, как и в отношении других категорий Консультантов, необходим индивидуальный подход.

ВАЖНО!

- **Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения.**
- Как часто звонить? Регулярно, в зависимости от договоренности.
- Цель – постоянный контроль, обсуждение совместных встреч, вопросов и проблем, возникающих у Менеджеров в процессе самостоятельной работы, передача новой информации, мотивация.



Пример:

Оксаночка, привет! У меня срочная информация. Я уже приехала с Конгресса и завтра собираю всех Лидеров. Позвони всем своим, кто настроен на серьезный бизнес. Я привезла много идей и интересный опыт Лидеров. Это очень важная встреча!

5. **Звонки «уснувшим» Консультантам.** Тем, кто в предыдущем каталоге не разместил заказ. Тема разговора – напоминание о начале нового каталога и его сроках действия. Здесь можно сделать акцент на новинках каталога и его особых акциях, пригласить Консультанта прийти за каталогом и посетить презентацию.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Как правило, семь из десяти уснувших после подобных звонков размещают заказы.

ВАЖНО!

- **Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения.**
- Цель – разбудить!
- Как часто звонить? Один-два раза – в первые дни и вторую неделю нового каталога
- Контролируйте звонки ваших Менеджеров.

6. **Звонки «спящим».** «Спящие» Консультанты более трех каталогов не размещают заказы. Ваши звонки направлены на то, чтобы напомнить о том, что у них еще есть возможность пользоваться льготами Консультанта, поинтересоваться, когда они видели каталог Орифлэйм, рассказать о тех изменениях, которые произошли в компании, о новых акциях, специальных предложениях, новинках каталога, пригласить на презентацию новинок и мероприятия.

ВАЖНО!

- **Создание комфортной атмосферы и дружественно-делового общения.**
- Цель – еще раз попытаться «разбудить».
- Как часто? Здесь необходим индивидуальный подход. После трех каталогов «сна» – один раз в два-три каталога или один раз в квартал.
- Контролируйте звонки ваших Менеджеров.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Почтовая рассылка

Альбина Хафизова, Бриллиантовый Директор

1. **«Спящим» Консультантам (один раз в каталог).**
2. **Активным Консультантам (один раз в квартал).**
3. **Лидерам (по ситуации).**

Рассылка «спящим» Консультантам

Пример:

Здравствуйте, уважаемая_____!

Поздравляю Вас с наступлением Весны! Уверена, что когда природа просыпается после зимней спячки, дуновение ветерка все чаще приносит в Ваш дом аромат распустившихся подснежников – Вы ждете перемен, чего-то волшебного, нового! Прекрасно... Напоминаем, что Вы по-прежнему являетесь частью большой, дружной команды Орифлэйм!

Компания сохранила за Вами привилегии:

- VIP клиента (скидки от 30 до 70%).
- Получение торговой прибыли (до 40%).
- Возможность построения собственного бизнеса.

С момента размещения Вами последнего заказа в Орифлэйм произошли грандиозные изменения. Сервис мирового уровня позволяет сегодня:

1. размещать заказы по телефону
2. размещать заказы через Интернет
3. размещать SMS-заказы
4. доставлять заказы на дом или в офис;
5. получать заказы по почте;
6. делать платежи на почте и через банки.

Позвоните, и мы ответим на все Ваши вопросы

Менеджер Иванова тел._____

Директор Хафизова тел._____

В письмо вкладывайте лист из старого каталога, на котором расположите мини-сообщение:

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Это фрагмент одного из каталогов Орифлэйм.
Прийди и обменяй его на подарок по адресу:

_____(адрес СПО)

Конечно, подарком будет действующий каталог Орифлэйм и встреча с Менеджером. Наша цель – сформировать потребность в продукте компании и общении с командой.

Для того чтобы понять, насколько этот метод эффективен, предлагаем делать рассылку в течение одного года. Часто люди реагируют после 5-7 обращения. Шаблоны писем должны быть у Директора (текст меняется в зависимости от времени года). Рассылка делается в первый день действия нового каталога. На следующей планерке обязательно подведите итоги: сколько было разослано писем, и сколько человек разместили заказы.

Если делать это систематически – результат превзойдет все ожидания.

1. **Рассылка активным Консультантам**

   Делается раз в квартал. На итоговой квартальной планерке Менеджер получает шаблоны от Директора и рассылает благодарственные письма. Менеджер получает колоссальную обратную связь. Практически все, кто получает такие письма, звонят Менеджеру и благодарят. Внимание – это самая дорогая валюта в мире.



Пример:

Я горжусь тем, что мы работаем в одной команде! Я всегда чувствую твою страсть, желание достигнуть чего-то большего, стремление учиться. Только вместе мы можем прийти к вершинам успеха.

Благодарю, что ты оставалась с компанией в разные времена, по-прежнему жду тебя на наших встречах и марафонах. Мечтай, твори, иди к цели, ну а я всегда буду рядом.

С уважением, Директор структуры
Альбина Хафизова тел. _____

Помни!
5 каталогов дают тебе возможность зарабатывать минимум 3000 рублей.
5 рекрутов приводят к доходу минимум 30000 рублей.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

2. Рассылка Менеджерам и Директорам

Один-два раза в год, после крупных мероприятий компании. Например, после Банкета Директоров вложите в конверт одно ваше фото с Банкета со знаменитостями или чеками, церемонией награждения и добавьте условия квалификации на следующий Банкет Директоров с запиской:



Пример:

Здравствуйте, дорогая_____!
Прошло самое яркое шоу страны! Чудо! Волшебство! Мне очень не хватало тебя! Я очень хочу, чтобы в следующем году салютовали в твою честь! Ты достойна быть принцессой на своем балу!
Приглашаю тебя на следующий Банкет Директоров, посвященный ТВОЕМУ НОВОМУ ЗВАНИЮ! Помни: путь к новому статусу лежит через рекрутов!

«Высоко взлетает лишь тот, кто не жалеет силы на разбег!»

С любовью,
Альбина Хафизова
Тел._____

SMS-рассылка

Делается в зависимости от ситуации и требует творческого подхода. Предлагаем вашему вниманию несколько вариантов.

- **Спящим Консультантам**

Начало каталога

Завтра вступает в силу новый, самый грандиозный каталог в истории Орифлэйм! Спешите ознакомиться с достижениями в области Косметологии

Последние дни каталога

Через три дня заканчивается действие самого грандиозного каталога в истории Орифлэйм! Спешите приобрести новинки и принять участие в акциях каталога.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- **Активным Консультантам**

a. Будь в Бизнес-Классе, и о тебе заговорят! Доска почета ждет тебя!
Планируй победу! Ты – результативный игрок в сборной Орифлэйм-Россия!

b. Размести заказ на 200 ББ в этом каталоге и получи талон на индивидуальную Консультацию косметолога.
Размести заказ в первую неделю каталога и будешь потрясен новинками!
Такого еще не было!

c. 5 каталогов – прямая дорога в Бизнес-Класс!

- **Менеджерам, которые по какой-то причине не пришли на планерку**

a. Спасибо большое за эффективную планерку! Вы тоже можете на меня рассчитывать! Ваши идеи бесценны!
Люблю, Хафизова.

- **Консультантам или Лидерам, не пришедшим на школу**

a. Мир блекнет, если рядом нет тебя...
И бизнес меркнет – нет тебя на школе.
У Лидерства особая стезя, –
Всегда быть форвардом на поле!

- **Консультантам или Лидерам, у которых нет личных рекрутов:**

a. У вас в окружении еще остались люди, которым нужны деньги?
А те, кто моется?
Пригласите и будете удивлены –
Люди ждут Орифлэйм!

b. Нужны деньги?
Приходи, поговорим!

- **Передача эмоций с мотивационных мероприятий компании**

a. Мир ждет и готов осыпать тебя аплодисментами.
Сыграй свою роль достойно!

b. Я знаю, что Барселона ничем не отличается от Уфы. Я знаю, что Средиземное море ничем не отличается от Уфимки, сосиски чем-то похожи на паэлью. Но я не знаю, что общего между твоим коллективом на работе и Лидерами Орифлэйм. Ты должна быть с нами!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- **Ключевым партнерам, с которыми Директор планирует стать Золотым**

Рекомендуется иметь запас крылатых мотивационных выражений и делать эту рассылку ежедневно. Проверено – работает! Лидеры хранят SMS, отсылают своим Консультантам, зачитывают на школах.

a. Привет из Барселоны!
Здесь я остро ощутила – мне тебя не хватает.
Добавь в свои действия огня, и встретимся на Тенерифе!

b. Помни о цели! Вставай, королева!
Сегодня тебя ждут великие дела!

c. Свой результат улучши на чуть-чуть!
Шагни на шаг по Лестнице Успеха!
Почувствуй, как приятен этот путь!
И вдохновись своим счастливым смехом!

d. До начала квалификации на следующий Банкет Директоров остался один месяц.
Спеши побеждать!

Проведение эффективных тренингов

Эффективность – t (время) x результат (КПД)

Эффективность – это результативность.

1. Запишите цель тренинга.
2. Составьте план проведения тренинга:
a. вступление;
b. основная часть (примеры, задания).
- Заключение:
  - мотивация к действию;
  - определение следующей даты проведения тренинга;
  - встречи – подведение итогов.

3. Подготовка к тренингу:
- аренда помещения (наличие материалов, оформление и др.);
- ответственные лица за определенный объем работы по подготовке, делегирование;
- собрание и «реклама» предстоящего тренинга.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

4. *Оповещение по подгруппам. Совещание с Лидерами 6-15% и выше.*
5. *Проверка Лидеров подгрупп по оповещению о проведении тренинга!*
6. *Прослушивание, генеральная репетиция перед тренингом.*
7. *Тренинг.*
8. *Назначение времени в подгруппах для закрепления материала на практике.*
9. *Общий сбор всех после практики, обмен результатами, историями!*
10. *Подарки – лучшим!*

Если тренинг не закреплен практикой, он не может считаться эффективным.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Капустин Игорь
Исполнительный
Директор



Арсланова Резеда
Дважды Бриллиантовый
Директор



Бесперстова Татьяна
Дважды Бриллиантовый
Директор



Будаев Александр
Сапфировый
Директор



Гальченко Алла
Бриллиантовый
Директор



Закирова Гульнара
Бриллиантовый
Директор



Кравцов Василий
Дважды Бриллиантовый
Директор



Кузнецова Елизавета
Бриллиантовый
Директор



Рашидова Азалия
Дважды Бриллиантовый
Директор



Суслова Ольга
Сапфировый
Директор



Пантюхина Галина
Бриллиантовый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ОТ САПФИРОВОГО ДО БРИЛЛИАНТОВОГО ДИРЕКТОРА

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Игорь Капустин, Исполнительный Директор:

Сапфировый Директор Орифлэйм и выше – тот уровень развития бизнеса, который можно назвать зрелостью. С одной стороны, есть огромный опыт работы Директора – опыт выращивания своих Лидеров. С другой стороны, есть искушение расслабиться и «пожинать лавры», так как уровень дохода Сапфирового и Бриллиантового Директора соизмерим с доходом крупного топ-менеджера. Но как раз здесь приходит понимание этого бизнеса и его перспектив. Не воспользоваться теми возможностями, которые предоставляет компания, – просто глупо.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Все то, чему вы учили своих начинающих Консультантов, а потом Директоров, – умение ставить и достигать цели – работает и здесь. Это просто очередной этап развития. Уровень Сапфирового и Бриллиантового Директора предполагает, что у вас «взрослый» бизнес. Именно на этом этапе нужна самомотивация: заставить себя захотеть чего-то большего, когда ваши первые потребности уже удовлетворены.

«У меня все есть, мне ничего не надо», «И так сойдет» или «Я хочу жить лучше»? Последнее утверждение – тот подход, который мы выбираем для себя всегда, на любом этапе развития. Мы хотим и достигаем больше! Например, посетите эксклюзивные салоны мебели, автосалоны, бутики, поговорите со специалистами по недвижимости, рассмотрите различные варианты путешествий. Ну что, уже чего-то захотелось? Роскошный ремонт, автомобиль престижной марки, коттедж, серьезный высокооплачиваемый тренинг... Не хватает денег? В обычной жизни человек находит подработку. У вас есть потрясающая возможность – вырастить еще двух, трех, четырех новых Директоров. Тем более, что такой опыт у вас уже есть!

Вот вы и поставили себе цель. Методы ее достижения известны: любую большую цель мы можем разложить на составляющие, простые шаги. Для этого должен быть план. Не секрет, что Директора получаются из обычных Консультантов, поэтому нужно развивать вашу первую линию. А значит, вам нужно приглашать в Орифлэйм как можно больше людей. Чтобы вырастить трех Директоров, нужно иметь минимум 20-30 Консультантов, а для этого, соответственно, пригласить приблизительно 100 человек. Но никто не отменял и работу с уже имеющимися Директорами.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Какая работа есть у Сапфирового и Бриллиантового Директора?

- Работа простого Консультанта – создание первой линии.
- Работа Директора со своей персональной группой.
- Работа с Директорами 1-2-3 уровня.
- Проведение мероприятий.

Итак, Сапфировый и Бриллиантовый Директора выполняют две основные задачи:

1. Постоянная работа с персональной группой для дальнейшего продвижения по Лестнице Успеха, причем, персональная группа должна иметь 7500 ББ и больше для полного начисления бонусов.
2. Работа с имеющимися Директорскими структурами путем организации различных **мероприятий** совместно с вашими Лидерами.

Мероприятия

В зависимости от ваших целей мероприятия могут быть нацелены на:

- рекрутирование (встречи «Возможности Орифлэйм»);
- обучение (школы, семинары);
- мотивация, сплочение команды (марафоны, слеты);
- презентацию продукции (День клиента).

Проводя крупные мероприятия, вы подключаете Директоров своей группы к организации мероприятия и выступлений. Отлично мотивируют и активизируют людей крупные мероприятия, в которых принимают участие (делятся Историями Успеха) Лидеры из разных структур. Благодаря этим историям новички делают самый простой вывод: этим бизнесом занимаются абсолютно разные люди, не имев до этого опыта. Поэтому стоит только захотеть – и каждый может научиться бизнесу с Орифлэйм!

После мероприятий у людей повышается самооценка, появляется вера в себя, что является главными факторами успеха. Консультанты получают мотивацию, стимул к развитию, положительные эмоции, информацию о компании. А самое главное – срабатывает позитивная энергетика зала.

ВАЖНО!

«Куй железо пока горячо», – научите ваших Лидеров этому принципу работы.

Сразу после мероприятия нужно обсудить с Консультантами и новичками планы на ближайшее время, договориться о дальнейшем взаимодействии.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Предлагаем вашему вниманию схему проведения большой презентации **«Возможности Орифлэйм»**, цель которой – рекрутирование.

Когда: минимум один раз в каталог (еженедельные встречи самостоятельно проводят Директора).
Где: в зале СЦ или арендованном зале.
С кем: совместно с Директорами вашей структуры. Консультанты всей структуры приглашают на эту встречу своих гостей.
Продолжительность презентации: не более 15-20 минут.

Рекомендуемая схема (та же, что и на встрече «Возможности Орифлэйм»):
- комплимент собравшимся – ведущий (Директор);
- приветствие гостей – ведущий (Директор);
- о компании и продукте, презентация нового каталога – ведущий (Директор);
- возможности бизнеса – Сапфировый и Бриллиантовый Директор.

В конце презентации попросите поднять руки тех, кто зарабатывает в Орифлэйм 500, 1000, 5000, 20000 рублей. 3-4 человека из зала (по предварительной договоренности) выходят на сцену и делятся Историями своего Успеха.
Ведущий объявляет: *«Есть ли в зале люди, которые заинтересовались работой с компанией?»* Подойдите к тем, кто вас пригласил. Через 15 минут начнется Школа новичка.
По окончании мероприятия Сапфировый и Бриллиантовый Директор беседуют с Консультантами: те, кто привел гостей, рассказывают, как они это сделали. Остальные используют этот опыт в следующий раз.

Марафоны и семинары

Как ни назови мероприятие, в нем обязательно присутствуют и признание успехов, и выступления Лидеров, и Истории Успеха.

Какие недочеты обычно выявляются во время анализа прошедшего мероприятия?

1. Организаторы семинара огорчены большим количеством свободных мест в зале.
2. Присутствующие на семинаре Консультанты не получили ожидаемого удовлетворения из-за плохой организации.

Как решить эти задачи?

- **Реклама.** Рассказывайте о предстоящем семинаре на каждой школе, а также всем Консультантам вашей первой линии сразу же после того, как назначена точная дата его проведения.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- **Коммуникация.** Научите спонсоров сообщать о мероприятии всей структуре. Короткий звонок спонсора: *«Если хотите добиться успеха в компании, вы должны быть на семинаре!»* Есть хорошее выражение в Орифлэйм: *«Если ты пришел на семинар один – будет зарабатывать твой спонсор, если ты привел своих Консультантов – зарабатывать будешь ты!»* Что вам больше нравится?
- **Контроль.** Убедитесь, спускается ли информация «вниз», до каждого Консультанта. Выберите несколько человек, позвоните им и выясните, знают ли они о предстоящем событии.

Коммуникация в больших организациях должна осуществляться путем передачи информации от спонсора к Консультанту. Наш бизнес – информационный, поэтому ваш уровень доходов пропорционален скорости передачи информации в глубину вашей структуры. Главное, чтобы информация не задерживалась на каких-либо уровнях. Чтобы это проверить, достаточно через пару часов спросить Консультантов 3-4 уровня, звонил ли им глубокоуважаемый Директор, и получили ли они информацию. Если нет, то ваши действия: позвонить Консультантам первого уровня и прочесть лекцию о важности быстрой передачи информации. Кто владеет информацией – тот владеет миром!



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Для оперативной передачи информации можно использовать все современные средства коммуникации: SMS-сообщения и электронную почту. Однако не забывайте, что есть еще такие средства, как телеграммы и «почтовые» голуби!



В свое время Лидер, а ныне Бриллиантовый Директор, на втором месяце работы в Орифлэйм с результатом 12%, отправился вместе с двумя такими же сомневающимися и обладающими такой же слабой верой в это дело, в далекий и доселе нам незнакомый город Орск на семинар.
Там произошло то, что в скором будущем изменило их жизнь и жизни многих людей:
– мы увидели мощность индустрии прямых продаж – пришла вера в сетевой бизнес;
– мы поверили в серьезность компании, в то, что она со своим продуктом проверена временем;
– мы поняли, что наша продукция нужна всем и доступна по цене каждому покупателю – нам будет комфортно работать!
– увидев успешных людей, услышав их истории, мы поняли, что они ничем не отличаются от нас, просто в Орифлэйм надо честно трудиться и тебя, наконец, оценят по твоим действиям;
– и уже в поезде все трое мы приняли решение: «Мы сделаем этот бизнес, чтобы изменить нашу жизнь!». Мы нашли то, чего искали.

Каждое мероприятие должно иметь идею, содержание, форму. И все эти составляющие должны гармонично сочетаться. Только тогда Консультант на одном дыхании, получив знания и мотивацию к действию, будет считать, что он не потерял время зря, а сделал вложение своего времени в бизнес.

Для того чтобы мероприятие прошло гладко и ярко, Сапфировому и Бриллиантовому Директору нужно уметь:

- **Четко определить цель семинара** (рекрутирование, обучение, сплочение команды, презентация продукции).
- **Распределить обязанности** между Директорами и Менеджерами, с объяснением того, как это должно быть сделано.
- **Контролировать,** как идет выполнение заданий. Договориться с группой подготовки о датах контроля.

Сапфировый и Бриллиантовый Директор – координатор процесса. Вместе с вашей командой вы отвечаете за результат вашей работы.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Чем отличается и должен ли отличаться марафон от семинара?

Можно ли на одном мероприятии научить сотрудника первым шагам в бизнесе, построению мощной структуры, методам работы в регионах, секретам применения продукции, принципам работы над собой, формам работы с новичками? Нет!

Потому что скучающих лиц в зале быть не должно!

Какие роли необходимо распределить при подготовке к мероприятиям:

- ответственный за написание сценария;
- аренда;
- оформление зала;
- билеты;
- музыкальное оформление семинара;
- микрофоны;
- работа видеотехники;
- подготовка выступающих (распределение тем);
- подарки и цветы;
- пригласительные билеты;
- регламент выступлений.

Марафон	Семинар
Цель: показать рост людей, которые пришли полгода назад. Естественно, поздравить с достигнутым результатом (начиная с 9%) и обязательно дать возможность выступить со своей историей: кем был, чего достиг, какие планы, ощущения от сотрудничества с Орифлэйм, что уже изменилось в жизни.	**Цель:** обмен опытом и обучение.
Когда: оптимально проводить марафон успеха своей структуры два раза в год	**Когда:** семинар достаточно проводить один раз в год. Это масштабное мероприятие для 600-800 человек.
Для кого: марафон успеха рассчитан на новичка, и на тех, кого нужно стимулировать к действиям.	**Для кого:** семинар — для тех, кто считает себя Лидером и хочет профессионально расти в этом бизнесе.
Как: каждому выступающему Лидеру нужно дать небольшую тему, например, как у меня получались продажи или приглашение людей, и т.д., чтобы новички еще и унесли первые знания.	

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

После мероприятия очень важно провести «разбор полетов».
Используйте технику «плюс – минус – плюс»:
+ «Что отлично получилось... Молодцы!»
– «Что получилось не так, как планировалось... Есть над чем поработать. Как исправим на следующем мероприятии?..»
+ «В целом – мероприятие отличное!»

Семинары, марафоны – это всегда праздник, энергетика, обмен информацией. Это стимул для развития вашего бизнеса, приток новых людей. Роль Сапфирового и Бриллиантового Директора в организации своих мероприятий очень велика. Ваш уровень – видение общей картины, стратегия. И в этом вы профессионал!

Каждое крупное мероприятие увеличивает процент рекрутирования. Важно поддерживать и продвигать эффективные методы рекрутирования, ведь основной ресурс в нашем бизнесе – люди.

День клиента



Цель: увеличить продуктивность и объем продаж группы
Когда: один раз в каталог
Для кого: клиенты ваших Консультантов
Как: презентация нового каталога и продукции компании. День клиента проходит красочно, с музыкой, слайдами, лотереей

Выездные мероприятия

Помимо семинаров, марафонов и тренингов, проведения мастер классов, Сапфировый и Бриллиантовый Директор проводят выездные 2-3 дневные семинары в пансионатах и домах отдыха, однодневные прогулки на пароходах по реке, походы в лес и так далее. Цель проведения этих мероприятий – сплотить людей, поднять командный дух, проникнуться страстью к общему делу. Люди на этих мероприятиях раскрываются, словно лепестки роз, проявляя лидерские качества и инициативу в проведении конкурсов и викторин.

Ваши люди получают новую позитивную энергию. Так же, как и машине постоянно требуется дозаправка топливом, людям вашей организации необходимы эти мероприятия. А мы в результате получаем приток новых людей в наши структуры в лице родственников жен, мужей, детей, друзей, знакомых, которые доселе негативно или

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

просто никак относились к компании Орифлэйм. Однако тусовка ради тусовки эффекта не даст. Поэтому для участия в мероприятиях объявите критерии, например, по количеству личных баллов бонуса или рекрутов. Таким образом, Консультанты прочувствуют значимость предстоящего мероприятия, а заодно заметно повысится товарооборот в ваших структурах.

Ори-слет



Цель: такое мероприятие не является обучающим, это скорее отдых – на природе, на шашлыках. Но и здесь есть цели – приобщение к миру Орифлэйм, укрепление командного духа у Консультантов структуры, возможность пообщаться и обменяться опытом. Когда: летом, один раз в год. Все ждут этого праздника, готовятся, приезжают из других городов

Для кого: 30 Директоров, 450-500 человек

Как: все мероприятие объединено одной темой. Темы каждый год могут быть разными (Ори-КВН, конференции, праздник рекрутера). Все гости располагаются на одной большой поляне. Директора со своими персональными группами самостоятельно занимаются едой, жарят шашлыки. Ори-комитет, в основном, молодежь предварительно готовит разные конкурсы, соревнования – спортивные и интеллектуальные. Каждая команда, приблизительно по 20-30 человек, представляет себя. Участием в конкурсах команда зарабатывает местные деньги – «орики», на которые можно купить что-то из призового фонда или просто получить призы

Совет Директоров



Цель: Создать здоровый дух соревнования, развивает чувство коллективизма, а также творческое мышление

Когда: один раз в 1-2 месяца

Для кого: Директора вашей структуры и параллельных структур.

Как: расскажите на Совете десять последних новостей компании и решите текущие организационные моменты. Также выберите интересную тему в зависимости от ситуации:

- обучающая тема;
- новости с международной конференции (просмотр слайдов, фотографий);

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- планирование и подготовка совместных мероприятий;
- мозговой штурм по заданной теме;
- обмен опытом;
- признание и поощрение новых результатов;
- позитивный настрой на дальнейшую работу.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Никитина Рада
Исполнительный
Директор



Аникеева Нина
Дважды Бриллиантовый
Директор



Ахумьян Анна
Золотой Исполнительный
Директор



Галиахметова Лилия
Бриллиантовый
Директор



Квачко Диана
Бриллиантовый
Директор



Кузнецова Ирина
Дважды Бриллиантовый
Директор



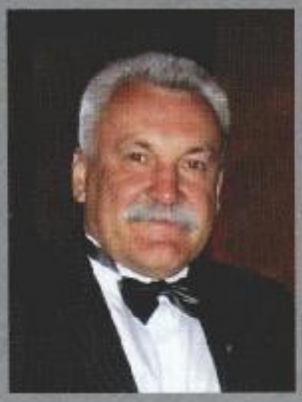
Осина Татьяна
Бриллиантовый
Директор



Сиротинская Анаит
Дважды Бриллиантовый
Директор



Смолинский Сергей
Бриллиантовый
Директор



Солопов Виктор
Исполнительный
Директор



Суриков Виталий
Бриллиантовый
Директор



Тарасова Ирина
Дважды Бриллиантовый
Директор



Фадеева Галина
Сапфировый
Директор

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЭТИКА

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Рада Никитина,
Исполнительный Директор:

Мы работаем в международной компании, и во всех странах Орифлэйм придерживается одних и тех же этических правил. Дух, Страсть и Единство – не просто слова. Признание нашей компании произошло на самом высоком уровне, во время встречи Королевы Швеции Сильвии и Тамиллы Полежаевой. Работа Орифлэйм – большая честь, и никогда нельзя забывать о том, что имидж компании создают именно ее Консультанты. О корпоративной культуре и этических принципах Орифлэйм читайте в этой главе.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Ценности компании

Корпоративная культура

Швеция входит в пятерку стран с самым высоким уровнем жизни. Это страна, которая бережно относится к окружающей среде, к людям и культуре. Каждый Консультант Орифлэйм чувствует себя причастным к шведской компании и ее ценностям – Единству, Духу и Страсти. В нашей компании установлены демократические и партнерские отношения между Консультантами, Лидерами и руководством.

Для компании Орифлэйм важен каждый человек, независимо от того, на каком уровне Лестницы Успеха он находится. Компания предлагает равные возможности для каждого.

Этика

Консультанта компании отличает вежливое и интеллигентное отношение к коллегам, корректное поведение в Сервисных Центрах, на конференциях, уважительное отношение к спонсорам и руководству компании.

Консультанты и Лидеры следуют уставу компании, где категорически запрещено:

1. продавать продукцию Орифлэйм по дистрибьюторской цене и ниже ее;
2. продавать продукцию других фирм через Консультантов Орифлэйм;
3. проводить рекламу других компаний;
4. «переподписывать» людей из других структур;
5. занимать столы и стулья в общем зале, срывая переговоры других людей.

Соблюдая корпоративную культуру наши Лидеры выстраивают мощные стабильно растущие организации.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Этика отношений Лидеров и компании

Кто от кого зависит? Лидер от компании или компания от Лидеров? На эту тему можно долго спорить, но ответ один: мы одинаково зависим друг от друга.

Что вы получаете от Орифлэйм как от своего партнера?

1. Полную поддержку и внимание менеджмента и сотрудников компании.
2. Отличную продукцию, востребованную на рынке.
3. Орифлэйм будет вести полный бухгалтерский учет вашего бизнеса.
4. Благодаря разветвленной сети СЦ и СПО вы сможете вести бизнес в любом населенном пункте.
5. Вы и ваши коллеги можете брать продукцию в кредит, а значит, вам не нужно вкладывать свои деньги.

Действительно, Орифлэйм всегда будет делать многое для вашего развития. Это нужно ценить и уважать.

Этика отношений Лидеров

Очень важная тема – отношения между Лидерами. Нередко Лидеры относятся друг к другу не как партнеры, а как конкуренты. Так ли это? Есть ли в вашем городе представители других косметических компаний? Скорее всего, есть. Именно их следует считать конкурентами. Мы конкурируем с другими компаниями, а не друг с другом внутри Орифлэйм.



Цель Орифлэйм – стать компанией номер один. Только вместе мы сможем этого достичь. Если сейчас между вами лично и между вашим Лидером есть конфликт, то начните решение этой проблемы с себя. Относитесь к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам. Примите для себя следующие правила.

1. Никогда не говорите плохо о других Лидерах. Ваши не очень лестные слова обязательно дойдут до адресата.
2. Никогда не вмешивайтесь в работу параллельных структур. Как правило, у каждого Лидера есть свои нюансы в работе.
3. Если кто-то из Лидеров вашего города действительно делает что-то

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

нехорошее, например, продает продукцию по ДЦ или сдает продукцию в магазины, то лучше не выяснять отношения лично, а сообщить о конкретных фактах в компанию Орифлэйм. Меры будут обязательно приняты, а виновные наказаны.

Другой очень важный аспект – обмен опытом между Лидерами. Стоит или не стоит рассказывать о своем опыте? Если вы уже чего-то добились в Орифлэйм, то спросите себя, откуда получена большая часть ваших знаний. Скорее всего, ответ: «Из книг, семинаров и от других Лидеров». Это значит, что кто-то делился с вами знаниями. Иногда несколько идей могут изменить вашу жизнь. Несколько идей, которыми вы поделитесь, могут изменить жизни других идей. И кто-то, благодаря этому, вдоволь накормит своих детей. Вы знаете, как была написана эта книга? Компания Орифлэйм собрала своих самых успешных Лидеров. Пять дней, живя под одной крышей, мы обменивались опытом и знаниями. Будьте щедрыми и помните: лучшая инвестиция – это помощь ближнему.

Отношение к спонсору и спонсорству

Спонсорство

В нашем понятии спонсор – учитель, наставник, играющий тренер. Мало привести человека в компанию – необходимо обучить его самостоятельно работать.

Бизнес у нас сетевой. **Давайте представим рыболовецкую сеть. Она вся – из узелков.** Так и мы должны завязать свои отношения – узелки со своими новичками и научить их делать то же самое.

Консультанты остаются в нашей системе если:

1. сразу начинают зарабатывать;
2. верят в мечту;
3. чувствуют себя участником команды.

Спонсорство без обязательств и цели – пустая трата времени и энергии.

Отношение к спонсору

На начальном этапе новичку нужно научиться впитывать знания. Пока вы не достигли статуса Директора, нужно выполнять все задания спонсора. Однако не стоит рассчитывать, что спонсор будет за вас работать: спонсор работает не вместо нас, а вместе с нами.

Иногда у новичков рождается мысль – «на мне мой спонсор зарабатывает». Хорошо, если он ее высказывает вслух. Но чаще он ее хранит в себе. Лучше на первой презентации этот вопрос прояснить самому спонсору:

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- как только вы регистрируетесь, спонсор работает на вас (проводит встречи с вашими людьми и т.д.);
- сначала спонсор работает вместо вас (а вы рядом), потом – вместе с вами, и лишь затем выпускает вас во взрослую жизнь.

Бывает так, что **спонсор вам недоступен** (по разным причинам). Отчаиваться не стоит!

1. Обратитесь в отдел обслуживания СЦ и узнайте свою «родословную». Обязательно найдется вышестоящий спонсор, который с удовольствием будет с вами работать.
2. Найдите себе ментального спонсора. В роли ментального спонсора может выступить Лидер из другой структуры, автор полюбившейся книги, всем известная Система ПРО и многое другое.

По большому счету, неважно, кто ваш спонсор. Если рассматривать наше развитие, то спонсор влияет на 10%, а остальные 90 % – это вы сами. Важно, кем мы являемся для своих людей.

Люди делятся на 3 категории: маленькие, средние, великие. Маленькие заботятся о себе, средние о себе и близких, великие – меняют судьбы других людей.

Если мы освоим науку спонсорства, то сможем поменять судьбы многих...

Лидер – центр позитивной энергии.
Лидер – это тот, кто ведет за собой.
Лидер – это тот, к кому тянутся люди.
Лидер – это тот, кто показывает путь другим.
Лидер – это тот, кто никогда не сдается.
Лидер – это тот, кто в любой ситуации найдет что-то позитивное, какой бы безнадежной эта ситуация ни казалась.

Как вы думаете, эти строки написаны о вас или о ком-то другом? Задайте себе этот вопрос еще и еще раз. Каков ответ? Если вы держите в руках эту книгу, скорее всего эти строки о вас. Может ли Лидер быть негативно настроенным? Конечно, нет! Знакомы ли вы хотя бы с одним успешным человеком, который негативно настроен в жизни? Сетевой маркетинг – это тот вид деятельности, где успехов может достичь только человек с позитивным мировоззрением.

Если вы и ваша организация позитивно настроены, то вам будет намного проще строить свой бизнес. Как не допустить попадание негатива в вашу организацию?

1. Вниз по структуре передавайте только позитивную информацию.
2. Заранее предупреждайте людей о возможных трудностях.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Если к вам зарегистрировался «негативщик», постарайтесь изолировать его от остальных людей вашей структуры.
4. Какое бы настроение у вас ни было – всегда улыбайтесь!

Только позитивно настроенный Лидер может создать мощную позитивную постоянно растущую команду.

Семья и бизнес

Очень часто, когда один человек приходит в восторг от возможностей бизнеса Орифлэйм, семья не спешит разделить его радость. Это происходит потому, что все мы хотим стабильности и безопасности, а все неизвестное нас пугает. Если супруг или супруга не выражают энтузиазма по поводу вашего нового увлечения, не спешите убеждать. Это вызывает раздражение. Вы добьетесь большего, относясь к своим близким с пониманием, добротой и спокойствием. Бизнес Орифлэйм позволяет выстраивать свой график работы не в ущерб семье и домашним делам. Бережно и грамотно строя свой бизнес, употребляя эффективную систему обучающих и организующих инструментов, вы сможете за короткий срок значительно увеличить семейный бюджет.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Старайтесь соблюдать ваш обычный распорядок дня. Дайте понять членам семьи, что вашему домашнему очагу ничего не угрожает. Вовлекайте свою половину в новое предприятие шаг за шагом. Обратитесь за советом, попросите помощи, посещайте праздники, вечеринки. Посвящайте их во все, тогда возникнет чувство сопричастности.

Будьте терпеливы, и тогда настанет день, когда ваши усилия будут вознаграждены. Семья начнет воспринимать ваш бизнес как семейный.

Почему мы сотрудничаем с компанией Орифлэйм?

Любовь и Сергей Смолинские, Бриллиантовые Директора, Иваново

Большинство из нас стремится к стабильности, под которой обычно понимают материальное благополучие. Причем, хочется быть уверенным, что это будет не только сегодня, но и завтра, и послезавтра.

Что нам дало сотрудничество с Орифлэйм?

1. Свободу – финансовую, свободу распоряжаться своим временем и выбирать свой круг общения.
2. Уверенность в завтрашнем дне. Нам все равно, сколько стоят коммунальные услуги, хлеб, бензин или памперсы.
3. Мы открыли для себя другие страны. Однажды наша соседка в деревне, где мы отдыхаем, спросила, где мы будем завтра. Мы ответили – в Африке. Она подумала, что это шутка. А мы на самом деле на следующий день уезжали в Тунис на Золотую конференцию!
4. Орифлэйм – это бизнес, успех в котором невозможен без саморазвития. Мы многому научились. Наверное, в другой сфере деятельности у нас не было бы необходимости постоянно чему-то учиться и работать над собой. А ведь знания – это самый ценный капитал человека, который у него невозможно отобрать.

Почему мы выбираем бизнес с Орифлэйм?

1. Только мы решаем, сколько хотим зарабатывать. Никто не устанавливает нам никаких планок – потенциально заработки могут быть очень высокими.
2. Нет никаких рисков по сравнению с традиционным бизнесом. Можно ли попасть в «долговую яму», работая в компании Орифлэйм? Никогда! А в традиционном бизнесе такое – сплошь и рядом. По статистике, в традиционном бизнесе из 100 новых предприятий свое пятилетие отметят только 5 – остальные разорятся. Даже олигархам спокойно не живется! Даже они не уверены в будущем своего бизнеса! Думаем, вы следите за новостями, и понимаете, о чем мы говорим.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

3. Никаких капиталовложений! Вы можете, конечно, занять несколько десятков тысяч долларов и открыть свой маленький бизнес, например, магазинчик, но еще неизвестно, станет ли успешным. А можете вложить 149 рублей, свой ум и энергию – и успех в компании Орифлэйм вам гарантирован! Как вам такая альтернатива?
4. Орифлэйм – это честный бизнес. Только деньги, заработанные честным путем, могут принести счастье и спокойствие. Когда мы начинали, философия и ценности компании Орифлэйм произвели на нас неизгладимое впечатление. Если традиционный бизнес живет по принципу: «Человек человеку волк», то в Орифлэйм успех возможен только в случае успеха тех людей, которых ты пригласил в свою команду. Более того, настоящий успех возможен, только если ты работаешь честно.
5. Орифлэйм – это бизнес, который мы можем передать по наследству нашим детям. Это ли не верх стабильности? Добившись определенных результатов, ты можешь быть уверен не только в своем будущем, но и в будущем своих детей.



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Почему Орифлэйм лучше других компаний?

Мы давно сотрудничаем с нашей компанией, и нам с мужем с «завидным» постоянством (как минимум, раз в месяц) поступают предложения о партнерстве с другими фирмами и «фирмочками».

Почему у других компаний нет никаких шансов? Почему мы до сих пор и навсегда с Орифлэйм?

1. Шведская компания подразумевает европейский образ мышления ее менеджмента – серьезных предпринимателей, смотрящих вперед, а не живущих по принципу «заработал и сбежал, пока не отобрали».
2. Компания кристально честно исполняет свои обязательства. За все время работы не было ни одной задержки выплат наших бонусов. Компания всегда выплачивает все «копейка в копейку».
3. Надежность и стабильность компании. Возраст Орифлэйм – 40 лет. Если компании меньше 5 лет, то это пока «темная лошадка». Неизвестно, что может произойти с ней, а заодно и с вашей структурой, построенной нелегким трудом. Не стоит рисковать своим временем, если можно работать в проверенной компании.
   - Иногда слышишь: «Орифлэйм уже старая, изжившая себя компания», – так говорят те, кто ничего не знает об Орифлэйм или пытается специально ввести вас в заблуждение. Два самых верных критерия оценки «молодости» компании: обновление продукции и способность реагировать на изменения рынка. В Орифлэйм появляется много новинок! Способность реагировать на изменения рынка – другой очень важный критерий компании. Есть компании, которые только появились, но уже безнадежно отстали от рынка. Орифлэйм не только идет в ногу со временем – м ы опережаем всех, формируя рынок. Многим другим компаниям остается лишь перенимать сегодня то, что Орифлэйм сделал еще вчера.
   - Наличие собственных производств и собственных научно-исследовательских центров позволяет создавать действительно уникальную продукцию, а также значительно снижать ее стоимость.
   - Орифлэйм неизменно следует курсу косметической компании. Представьте, если однажды вашим Консультантам скажут: «Сегодня мы добавляем в наш ассортимент присадки для бензина!» – в некоторых компаниях это практикуется. Но только не в Орифлэйм!
   - Компания работает более чем в 57 странах. В любой стране может произойти финансовый кризис, подобный российскому дефолту 1998-го года. Но даже если такое случилось в одной стране, – в остальных 56 все хорошо. Отсюда и рождается стабильность таких международных корпораций, как Орифлэйм.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

- Очень важно, чтобы компания не меняла своего названия на протяжении «жизни». Компания Орифлэйм никогда этого не делала, в отличие от многих других. Может, для них это способ уйти от налогов? Мы не знаем, но ничего общего с такими компаниями иметь не хотим!

4. Качество и конкурентоспособность продукции. Наших клиентов не нужно убеждать купить продукцию Орифлэйм. Спрос на продукты возобновляется каждый месяц. Ассортимент – более 500 наименований, цены на продукцию рассчитаны на разные уровни дохода.
5. Комфортность работы в компании. Ведущие специалисты оценивают План Успеха Орифлэйм как наиболее прогрессивный.

Кстати, самые крупные компании в мире работают именно по этому маркетинг-плану. По чему этот план оптимальный? Потому что он действительно дает возможность хорошо заработать и не «раздувать» при этом цены на продукцию.

- Стабильность маркетинг-плана. Часто ли компания меняет правила работы? За все время работы сущность маркетинг-плана остается неизменной. Но при этом мы не стоим на месте. Орифлэйм периодически вносит коррективы в соответствии с реалиями рынка, и всегда – только в нашу с вами пользу. Чего



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

только стоят бонусы? Или программа для Бизнес-Класса? Иногда возникает ощущение, что компания платит слишком много! Правда, имейте в виду: платит только заслуженно.

- Надежность прав на созданную тобой структуру. Все, что сделано вами в компании Орифлэйм, останется с вами навсегда.

Перечисленные нами критерии – бесспорные аргументы в пользу Орифлэйм. Используя их, вы сможете убедить присоединиться к нашему бизнесу новых людей, ведь Орифлэйм – именно та компания, в которой нужно работать.

Иногда, читая книги, в которых описывается, какой должна быть серьезная компания, невольно ловишь себя на мысли, что это написано именно об Орифлэйм. Наша компания действительно соединяет в себе все самое лучшее, что может быть в индустрии прямых продаж. Мы говорим это не ради рекламы, а в силу опыта, который приобрели. Чем дольше вы будете сотрудничать с Орифлэйм, тем больше будете в этом убеждаться.

Орифлэйм дает реальный шанс!

В заключение мы хотим обратиться к тем, кто только начинает свой путь в Орифлэйм. Знаем, что многих из вас терзает вопрос: а не поздно ли я пришел в Орифлэйм? Найду ли я своих клиентов, смогу ли построить свою структуру? Заверяем: у вас такие же шансы, как у любого новичка, который пришел в Орифлэйм 5 или 6 лет назад. Почему?

1. Каждый год подрастает новое поколение. Ради любопытства зайдите в роддом и спросите, каждый ли день кто-то рождается? А вы знаете, что если кто-то рождается, то они имеют свойство вырастать, а потом: – кому-то требуется работа – это ваши кандидаты в Консультанты, – кому-то требуется косметика – это ваши клиенты.
2. Люди всегда будут хотеть «чего-то новенького». Сегодня они пользуются одной косметикой, а завтра захотят другую – и станут вашими клиентами. Только сделайте так, чтобы потом они кроме Орифлэйм ничего больше не хотели!
3. Каждый день кто-то хочет поменять работу, ищет новые возможности заработка – вы в силах помочь таким людям. Только помните: даже самую уникальную возможность нужно правильно преподнести! Обязательно практикуйтесь в умении проводить презентации, и количество «нет» будет неумолимо сокращаться.
4. Не секрет, что некоторые, особенно самые ленивые Консультанты, перестают обслуживать своих клиентов и вообще уходят из Орифлэйм. Это значит, что они оставили место для нового Консультанта. Поэтому перенасыщения Консультантами никогда не произойдет – это доказывает опыт тех стран, в которых прямые продажи развиваются более 50 лет.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Исходя из этих причин, Лестница Успеха под названием Орифлэйм бесконечна. Поэтому беритесь за дело и не сомневайтесь. Лучшие слова по этому поводу сказала наш Лидер Рада Никитина, спасибо ей огромное за эту фразу: «В Орифлэйм не заработает лишь тот, кто туп и ленив». Знаете, чем отличается богатый человек от бедного? Вы, наверное, подумали, деньгами. С одной стороны да, но есть кое-что поважнее: это умение видеть возможности и использовать их. Увидьте уникальные возможности, которые дает Орифлэйм, и реализуйте их, как это сделали мы и многие, многие другие! Удачи вам!

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Всероссийский Конгресс Топ Лидеров
Орифлэйм 2006

Участники конгресса



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Всероссийского топ-Лидеров Орифлэйм



PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Редакционный совет:



Сергей Канашин, заместитель генерального директора Орифлэйм-Россия



Михаил Суворов, Региональный менеджер по продажам (Нижний Новгород)



Елена Кравченко, КАМ Менеджер Орифлэйм-Россия



Юлия Фатеева, Региональный менеджер по продажам (Москва)



Елена Мясникова, Региональный менеджер по продажам (Екатеринбург)



Татьяна Худошина, менеджер по проектам



Елена Нестеренко, Региональный менеджер по продажам (Воронеж)



Ольга Чистякова, Региональный менеджер по продажам (Краснодар)



Марина Стромова, и.о. Регионального менеджера по продажам (Санкт-Петербург)

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Словарь терминов

РЕКРУТИРОВАНИЕ — процесс приглашения новых людей в компанию Орифлэйм.

СПОНСОР — Консультант Орифлэйм по отношению к другому Консультанту, зарегистрировавшемуся в его структуру.

СТАРТЕР — человек, зарегистрировавшийся в качестве Консультанта компании Орифлэйм.

РЕКРУТ — стартер, сделавший первый балловый заказ.

БАЛЛ БОНУСА (ББ) — фиксированный цифровой показатель, эквивалентный вашим усилиям, затраченным на продажу продуктов Орифлэйм. Количество ББ и их распределение внутри вашей группы определяют, какую объемную скидку от показателей 21% группы получаете лично вы.

ВСТРЕЧА «ВОЗМОЖНОСТИ ОРИФЛЭЙМ» (ВВО) — презентация компании, возможностей дохода.

ТЕПЛЫЙ РЫНОК — знакомые Консультанта, которым он предлагает продукцию и возможности Орифлэйм.

ХОЛОДНЫЙ РЫНОК — незнакомые люди, которым Консультант предлагает продукцию и возможности Орифлэйм.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com