

Z beležko vroki na srečanje

Že v prejšnji številki sem vam svetovala da tudi sami uporabljajte izdelke, kojih zastopate. S tem izkažete pripadnost podjetju, kupcem pa dokažete, da so izdelki vredni zaupanja. Kot pri vsakem poslu pa morate tudi v mrežnem marketingu upoštevati določena opozorila.

Nikoli ne kupuj te toliko na zalogo, da boste naslednje mesece doživeli finančni polom in se boste ukvarjali samo s tem, kako zalogo spraviti v promet, da dobite vloženi denar nazaj. In to samo zato, ker ste bili neučakani in ste želeli doseči določeno raven v poslu.

Priporočljivo je, da se določi objektivni znesek nakupa, ki se ga posebej nagradi. Verjetno to že organizira vaše mrežnomarketinško podjetje, če ne, uvedite priznanje sami. Svoji skupini postavite izziv, da bo tisti, ki bo opravil nakup nad določenim zneskom (naj ne bo previsok), povabljen (najbolje s partnerjem) na piknik, ki ga pripravite skupaj s svojimi najozjim sodelavci, ali pa mu podarite kakšno praktično darilo. Ker ljudje v službah večinoma samo služijo denar in ne dobijo nobene pohvale (razen ob upokojitvi), so lačni priznanj, pohval in in potrepljanja po ramenih ter tega, da so opaženi, ko opravijo naloge.

Se nasvet, kako odgovorimo na ugovore novih članov, češ zakaj ne zastopamo večjega števila izdelkov ali dražjih izdelkov, kot so televizija, avtomobili, bela tehnika... Povejte jim, da so to enkratni nakupi in da traja nekaj let, preden se kupci zopet odločijo kupiti novo televizijo ali zamrzovalno skrinjo. Cistila, kozmetika, izdelki za široko potrošnje pa se trošijo mesečno in jih stranke pogosteje kupujejo. Odgovorite

jim, naj le nadaljujejo s svojim delom in ko bo vsak imel v svoji mreži več kot recimo 100 ljudi, se bo ob povečanju obsega izdelkov avtomatično stokrat povečalo tudi število vrednostnih točk in s tem celoten promet.

> Novi člani pogosto sprašujejo, zakaj ni več trgovin ali skladišč po vsej Sloveniji. Ne razumejo, da se s tempovečujejo stroški za najemnino, zaposlovanja dodatnega osebja, organiziranja transporta po celi Sloveniji ...Prav zato so v MM veliki zaslužki, ker ni nepotrebnih stroškov kot v „klasični“ trgovini. In ker trgovina ni v marmornju in lesu, ima on kot kupec nižjo ceno in možnost dodatnega zaslužka.

Ali redno obiskujete srečanja?

Pred kratkim sem obiskala več seminarjev in ugotovila, da še vedno dajemo premalo poudarka na srečanja in na način, kako se jih udeležimo.

Razlogov za udeležbo na srečanjih je več:

1. Pridobite novo znanje, ki so jih pridobili ostali člani s svojimi izkušnjami.
Zato ne boste ponavljali istih napak, hkrati pa boste pridobili čas, saj delate le še tisto, kar prinaša rezultate.
2. Vaše člane učijo drugi, zato je vrednost tega, kar povejo govorniki, večja, kot če jim isto poveste vi. Če nekdo predava o tem, da morate kot moški nositi kravato, boste bolj verjeli njemu, ker je že uspešen, kot pa svojemu

mentorju oz. sponzorju, ki je povrh še vaš dolgoletni znanec in tako ali tako ni nikoli nosil kravate. 3. Sami se navdušite, ko vidite, da drugi dosegajo rezultate, vi pa morda v do-ločenem času niste dosegli zastavljenega. Rezultati drugih vas spet navdušijo in zastavite si nove cilje. Še posebej naredijo vtis na vas takšni, ki imajo nižjo izobrazbo, so mlajši ali starejši od vas, ne dajo nič na svojo zunanost... Takrat si rečete: "Ce je on to dosegel, bom pa tudi jaz!".

Kaj morate upoštevati pri obiskovanju seminarjev:

1. Vedno pridite med prvimi in odidite med zadnjimi, še posebej če že imate svojo skupino. Prav je, če svoje ljudi pričakate, z vsakim spregovorite ter jih spodbudite z nekaj besedami. Naučite jih tudi, da vam predstavljajo svojenovečlane.
2. Vnaprej si pripravite vstopnico. Ljudje tik pred vhodnimi vstopnicami in s tem povzročijo prerivanje, gnečo in negativne občutke; še zlasti to občutijo tisti, ki se srečanja udeležijo prvič.
3. Zapisujte si. Statistični podatki kažejo, da ko samo poslušamo, si 70% zapomnimo še čez 3 ure, 10% pa čez tri dni. Ko pa poslušamo in si hkrati zapisujemo, si bomo zapomnili 85% čez tri ure, 65% pa čez tri dni. Koristno si je te zapiske ogledati doma ali še kasneje, recimo čez nekaj tednov. Spoznali boste, da se veliko povedanega na seminarju sploh ne spomnite več. Zato je prav, da si zapisujemo. Na ta način utrjujemo, kar smo slišali, in ne pozabimo.
4. Videz in obnašanje: nekateri na srečanja še vedno prihajajo oblečeni v kavbojke in majice z neokusnimi napismi, kar je bolj primerno za piknik. Nekatere ženske se oblečejo pomanjkljivo oziroma preveč izzivalno. Zdaj si predstavljajte, da je nekdo komaj uspel prepričati svoje dekle ali ženo, da se je udeležila srečanja. Lahko postane ljubosumna, če ste vi ta izzivalna ženska in sodelujete z njenim možem. Zelo verjetno ta gospa ne bo hotela ostati na srečartju oziroma bo še možu prepovedala hoditi tja. Prav tako ni okusno videti moških, ki se stiskajo v pretesnih (pogosto poročnih) oblekah s prekratkimirokavi. Če nameravate resno graditi posel,

vam svetujem, da investirate nekaj denarja v nakup osnovnih kosov oblačil. Ta naj bodo rajši dražja in iz boljših materialov. Tako vam bodo oblačila ostala dalj časa, vi pa se boste počutili samozavestnejši, ko boste oblečeni v oblačilo, ki ga cenite. Cenili pa ga boste, če plačate višjo ceno. Tudi nošenje uhanov pri moških ne deluje poslovno, prav tako je treba poskrbeti še za urejeno pričesko, nego obraza, rok... Saj veste, da vas ljudje najprej vidijo, potem prisluhnejo, kaj rečete, in si tako ustvarijo vtis o vas.

5. Pogosto so udeleženci obuti v športne copate z belimi nogavicami in čeprav je obutev nova, ni primerna za takšno prireditev.

6. Ali ste pozorni, kako sedite? Se zlek-nete zelo nizko, da skoraj zaspate, ali sedite vzravnano? Kako ploskate in kako vstajate? Vaša skupina vas gleda in tako kot se obnašate vi, se bo ponovilovvašiskupini.

7. Če pridete sami, poiščite svoje vodje, da s tem usmerite pozornost nase. Ve se, da ima tisti, ki pride na srečanje, več možnosti, da bo nadaljeval svoje delo. Najboljše je, da si že na tem srečanju kupite vstopnico zase in še rezervno, ki vas bo prisilila, da boste naslednjič pripeljali še koga. Nikoli pa ne boste navdušili ljudi, ki se niso udeležili srečanja pri njih doma, saj ne bodo razumeli, zakaj ste vi tako navdušeni po obisku seminarja.

8. Ali je pomembno, kdo je govornik? Ne, najpomembnejši del seminarja podelitev priznanj, ko pridejo na oder študent, gospodinja, podjetnik, družina z otroki, upokojenec... Takrat se ljudje odločajo, da bodo delali, saj si pravijo, če je le-ta to naredil, bom jaz še hitreje dosegel rezultat. Prireditelji pa morajo, ko gostijo tujega govornika, poskrbeti za dobrega prevajalca in ozvočenje. Najbolj ljudi moti, da ne slišijo dobro, kaj govornik govori.

9. Naloga za vodjo po končanem srečanju je, da vsakega svojega člana posebej povpraša, kaj mu je bilo najbolj všeč in kaj mu je ostalo v spominu. Tisti, ki odgovori, da sta bila dobra glasba in vzdušje, že ni resen, ker ni videl bistva posla. Marsikdo pa si bo za pomnil nekoga, ki je dobil priznanje, in ta ga je vzpodbodel k razmišljanju. Vprašajte jih, kaj so se odločili, kakšni so njihovi načrti in kako jih misli-

jo uresničiti. Dogovorite se, kako jim lahko pomagate. Najbolj vroči so tisti, ki so kupili vstopnico že za naslednje srečanje. S temi morate govoriti najprej. Če ste sami, si na ta vprašanja odgovorite sami in pojdite do svojih vodij in jim sporočite, kako ste se odločili. Če potrebujete pomoč, vam bodo vodje z veseljem pomagali.

10. Med srečanjem ne hodite ven, sploh če sedite sredi dvorane in bo zaradi vas morala vstati cela vrsta. Narobe je, da po končanem srečanju takoj planete ven pokadit cigareto, s sabo pa imate novinca, ki je po možnosti še nekadilec. Novim članom se morate še posebej posvetiti in jih predstaviti svojimvodjem.

Ker je udeležbana srečanjih za posel res zelo pomembna, naj še enkrat pono-

vim glavne razloge, zaradi katerih se ljudje ne udeležijo srečanj:

1. Nihče jih ne povabi.
2. Povabimo jih na napačnem kraju ali ob neprimernem času (vzemimo si čas in poj dimo skupaj vsaj na kavo).
3. Povabi jih oseba, ki je v slabšem položaju (nima vpliva, ker ima nižjo izobrazbo, je precej mlajša ali brezposelna).
4. Postavimo napačno vprašanje. Ni dovolj, da samo vprašamo: "Ali greš na seminar?", ampak jih še enkrat spominimo na njihove postavljene cilje in povemo, da vemo, kako se trudijo zanje, in da bi jim obisk seminarja zelo pomagal pri doseganju njihovih ciljev (kar je tudi res).

Natalia Ugren žeedleta1990 aktivno deluje na področju direktprodaje, trženja in predstavitve izdelkov, zadnja leta tudi v mrežnem marketingu.