AZ FM GROUP HUNGARY MARKETINGTERVE

I. ISMERTETŐ A TERMÉKRŐL ÉS ÉRTÉKESÍTÉSI PROGRAMJÁRÓL

A sikerhez vezető útja elején bizonyára mindenki keresi a választ a következő kérdésekre:

- **hogyan kezdjem el?**
- **mit tegyek, hogy megismerjem az MLM (Multi-Level Marketing) rendszert?**

Az első, legfontosabb lépés a termék megismerése. Próbálják ki személyesen a termékeinket, ismertessék meg velük családjukat és ismerőseiket. Tegyék lehetővé, hogy ügyfeleik kipróbálhassák az ajánlott termékeket – ez a legegyszerűbb módja az értékesítésnek. Használják ki az összes lehetőséget, hogy jobban megismerhessék a termékeinket – olvassák cégünk ismertetőit, vegyenek részt az általunk szervezett képzésekben, növeljék tapasztalatukat a közvetlen értékesítés útján.

A megfelelőképpen felhasznált tudás és tapasztalat lehetővé teszi, hogy mindenkinek a saját szükségletének megfelelő terméket ajánljon, valamint hogy megtalálja a következő kérdésekre a választ:

- **Mit szolgál az adott termék?**
- **Hogyan értékelik és milyen a minősége?**
- **Milyen használati értéket képvisel a termék?**
- **Mik az előnyei a konkurencia termékeivel szemben?**

A termékeink magas minősége és használati értéke bizonyára nagy érdeklődést kelt a potenciális vevők körében, önök pedig amikor meg tudják adni a fent leírt és hasonló kérdésekre a választ, termékeinket mindenkinek el tudják majd adni.

Tevékenységük kezdetén a következő nagyon fontos lépés a Multi-Level Marketing rendszerének és előnyeinek megismerése. Kezdjék a jelen brosúra figyelmes tanulmányozásával, majd forduljanak szponzorukhoz, ő még több információval látja el önöket. Beszélgessenek másokkal, akik a Multi-Level Marketing-ben tevékenykednek.

Keressék a hálózati marketingről szóló kiadványokat.
A hálózati értékesítésről szóló anyagokat olvasva, folyamatosan bővítik tudásukat.

Vegyenek példát a közvetlen értékesítési rendszerben dolgozó és sikert arató emberek munkájából és merítsenek tapasztalatukból. A felsorolt teendőket elvégezve a következő kérdésekre is megtalálják a választ:

- **Milyen jutalékkal járnak az egyes szintek?**
- **Milyen jutalmak vannak előírva?**
- **Hogyan számolják ki, és hogyan fizetik ki a jutalékot?**
- **Hány pontot kell összegyűjtenie, hogy megkaphassa a jutalékot?**
- **Milyen mértékűek lehetnek a jutalékok?**
- **Hogyan kereshetnek több pénzt?**

Ezek csak példának szánt kérdések, amelyekre tudniuk kell a választ, hogy akadálytalanul saját értékesítési hálózatot tudjanak alakítani, hogy a Multi-Level Marketing legjobb szakértőjévé váljanak!

II. AZ FM GROUP HUNGARY MARKETING TERVEZETE

Az FM Group Hungary tagjaként, önök jogosultak egy egész lehetőségskálát igénybe venni. A tagok nem csak termékértékesítésből profitálnak. Az általuk beszervezett tagok értékesítéséből is kapnak jutalékot. A jutalék az általuk és csoportjuk által összegyűjtött pontoknak tükörképe. A legmagasabb színtű csoportos értékesítést elérő tagok egy speciális csoporttá válnak, amely magasabb kereseti lehetőségekkel bír. Egyéb magnólia csoportokba sorolt tagok számára is elő vannak írva pénzjutalmak.

A termékértékesítésből származó jövetelem

A jövedelem a tagok személyes tevékenységének eredménye. A termékeket csökkentett, kizárólag az FM Group Hungary tagjai számára kialakított áron vásárolják meg, majd a katalógusban megjelenített áron adjak el.

Pontos jutalékrendszer

Az FM Group Polska a jutalékokat a megfelelő pontszint alapján számítja és fizeti ki. Minden vásárlás alkalmával, valamennyi termékért a tag meghatározott mennyiségű pontot kap (1 p. = 1 PLZ, áfa nélkül). Az összes, a tag és csoportja által megszerezhető pont az 1. táblázatban vanfeltüntetve – ez az ún. effektivitási szint, mely a százalékban kifejezett mutatónak felel meg. *Az effektivitási szint megszorozva az effektivitási pontokkal, az alánk rendelt eladóknak kifizetett jutalékokkal csökkentve alkotja a teljes kifizetendő jutalékot PLZ-ben*.

1. táblázat. Az összegyűjtött csoportos pontok és annak megfelelő effektivitási szint.

Besorolás	Effektivitási szint	Pontszám
Magnólia	3% 6% 9%	300 1.200 3.600
Ezüst magnólia	12% 15% 18%	7.200 12.000 20.400
Arany magnólia	21%	30.000

A pontok kiszámítása

Jelentésmagyarázat:
PO – személyes pontok
PG – csoportos pontok
SP – a pontok összege
SP = PO + PG
EL – effektivitási szint
EL (%) – az 1. táblázat szerint
WO – személyes fizetés
WO = EL(%) x SP
WG –az alárendelt tagok pontban kifejezett fizetése
PD – a forgalmazó jutaléka PLZ-ben
PD = WO-W

Példa

Marek hálózatában 5 eladó dolgozik, mindegyik 150 pontot gyűjt.
PG = 5x150 = 750

Marek 150 saját pontot gyűjt

SP = PO + PG = 150 + 750 = 900

A tábláuat szerint az effektivitás szintje EL = 3%

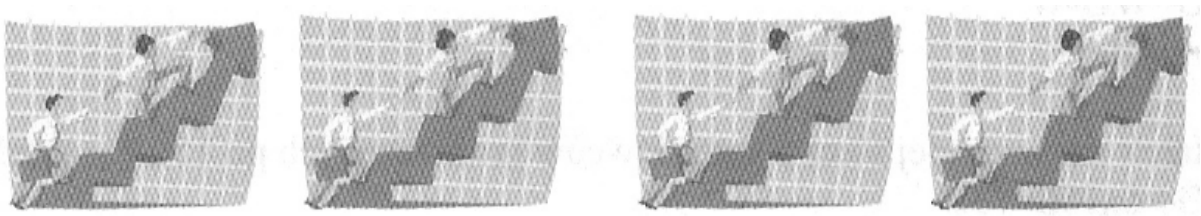
WO = 900 x 3% = 27
WO = 0,03x900 = 27

Mivel egyik eladója sem érte el a 300 pontot, az effektivitási szintjük EL = 0, valamint a WG = 0

PD = WO – WG =27 – 0 = 27

Marek
PO = 150 PG = 750 EL = 3%

# 1	# 2	# 3	# 4	# 5
PO = 150	PO = 150	PO = 150	PO = 150	PO = 150
PG = 0	PG = 0	PG = 0	PG = 0	PG = 0
EL = 0%	EL = 0%	EL = 0%	EL = 0%	EL = 0%



III. AZ ORCHIDEA PROGRAM

A program célja az FM Group Hungary azon legértékesebb tagjainak jutalmazása, akik legtöbb pontot tudtak összegyűjteni.

1) a gyöngy orchidea szint 4% elérése érdekében, egy 21%-os, közvetlen szponzorált csoportot kell alkotni, a hálózat további részének pedig 20.000 pontot kell összegyűjtenie vagy két 21%-os csoportot alkotnia. A pontérték kiszámításának módja:
- minden programban résztvevő csoport után 30.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- a 21%-os, a programban részt nem vevő csoport csoportos pontszámát a szponzornak számítják be
- a 21%-ot meg nem haladó csoport csoportos pontszámát a szponzornak számítják be

2) az amarant orchidea szint 1,5% elérése érdekében három közvetlenül szponzorált, különálló csoporttal kell rendelkezni.
   A pontérték kiszámításának módja:
- minden, a gyöngy orchidea programba sorolt csoport után 60.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- minden, az amaránt orchidea illetve az arany orchidea programba sorolt csoport után 90.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- minden öt 21%-os csoport után 60.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak illetőleg minden hét 21%-os csoport után 90.000 pontot számolnak a kalkulációban
- a 21%-os, a programba részt nem vevő csoportok csoportos pontszámát a szponzornak számítják be
- a 21%-ot meg nem haladó csoportok csoportos pontszámát a szponzornak nem számítják be a kalkulációban
- abban az esetben, amikor egy vonalon több orchidea-program tag van, akik különböző szinten vannak, az összeg a legközelebbi generációban lévő tag után számítandó be.

3) az arany orchidea szint 1,5% elérése érdekében három, az orchidea programban közvetlenül szponzorált, különálló csoporttal kell rendelkezni.

A pontérték kiszámításának módja:

- minden, a gyöngy orchidea programba sorolt csoport után 60.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- minden, az amaránt orchidea programba sorolt csoport után 90.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- minden, az arany orchidea programba sorolt csoport után 120.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak
- minden öt 21%-os csoport után 60.000 pontot számolnak a kalkulációban a szponzornak illetőleg minden hét 21%-os csoport után 120.000 pontot számolnak a kalkulációban
- a 21%-os, a programban részt nem vevő csoportok csoportos pontszámát a szponzornak számítják be
- a 21%-ot nem haladó meg csoportok csoportos pontszámát a szponzornak nem számítják be a kalkulációban
- abban az esetben, amikor egy vonalon több orchidea-program tag van, akik különböző szinten vannak, az összeg a legközelebbi generációban lévő tag után számítandó be.

Az orchidea programban történő részvételért további jutalmazásban részesülhetnek az összes szintről, mindegyikről külön-külön, amennyiben a forgalmazó eléri a meghatározott szintet (potenciális három független jövedelemforrás). A 4%-os szint azt jelenti, hogy az FM Group Hungary cég adott havi teljes forgalmából 4%-nyi összeget pontokban kifejezve elosztanak a forgalmazók között, akik az adott szintet elérték. Hasonlóképpen kell értelmezni a 1,5%-os szintet, amely a teljes forgalomból számított keretet fejez ki.
Az összeg az adott szinteken besorolt csoportok forgalmával arányosan, pontokra átszámítva, kerül elosztásra. A csoportok pontokban kifejezett forgalmának összege az elosztandó összeg 100%-át képzi, mindegyik besorolt csoport az összegnek egy részét képzi, arányosan a forgalmától függően. Ilyen módon kerül meghatározásra az adott csoportnak százalékos részesedése az összegből. Természetes, hogy az effektivitásától függően növekedhet a csoport részesedése a meghatározott elosztandó összegben.

Példa:

A. Az egyes személyek feltételezett személyes forgalma a példa átláthatóságának érdekében „0”.

30.000 pont – a B szponzor szerződéses szponzori biztosítása a C szponzor, az adott hónapban történő, az orchidea programba való belépéséből eredően.

A CÉG

A	21%/30.000 pont	21% / 60.000 pont	X
	15%/20.000 pont	21% / 30.000 pont	
B	15%/20.000 pont		
	15%/20.000 pont		
	21%/30.000 pont		
C	21%/50.000 pont		
	21%/30.000 pont		
	21%/30.000 pont		

B. Az FM Group Hungary feltételezett forgalma az adott hónapban:
500.000 pont,
ami az orchidea program első szintjén, azaz a 4%-oson, a következő elosztandó alapot képzi:
0,04 x 500.000 = 20.000 pont

C. Az orchidea programba besorolt csoportok százalékos részesedése az elosztandó alapban:

X = 30.000 pont + 60.000 pont = 90.000 pont
A = 30.000 + 30.000 pont
B-z
A = 60.000 pont
B = 30.000 pont + 20.000 pont + 20.000 pont + 20.000 pont

C-z
B = 90.000 pont
C = 50.000 pont + 30.000 pont + 30.000 pont + 50.000 pont
= 160.000 pont

D. Az orchidea programba besorolt egyes csoportok forgalmának összege az adott hónapban a következő:

X + A + B + C azaz 90.000 pont + 60.000 pont + 90.000 pont + 160.000 pont = 400.000 pont.

A csoportok százalékos részesedését számolva a következő arányokat kell előállítani:

a. az X személy százalékos részesedése az orchidea programban
40.000 pont – 100%
90.000 pont – x%
x = 22,5%

b. az A személy százalékos részesedése:
A = 15%

c. a B személy százalékos részesedése:
B = 22,5%

d. a C személy százalékos részesedése:
C = 40%

Feltéve, hogy a termékek pontos értéke az áfa összegével csökkentett és a forgalmazót kötelező ár, a pont és a PLZ viszonylata a következő:

1 pont = 1 PLZ áfa nélkül

E. Az orchidea programban résztvevő egyes csoportok részesedésének értéke a százalékos részesedésük valamint a cég teljes forgalma alapján:

A csoportoknak az orchidea program elosztandó alapjában történő részesedésének értékét a következő viszonylattal határozzuk meg:

20.000 pont – 100 %

x – 40%

X	=	4.500 pont	=	4,500 PLZ

A	=	3,000 pont	=	3,000 PLZ
B	=	4,500 pont	=	4,500 PLZ
C	=	8,000 pont	=	8,000 PLZ
		Összesen	=	20,000 PLZ

F. Az arany orchidea szintje, azaz plusz 1,5 %-os a besorolt személyek között elosztandó alap, az adott hónapban a cég feltételezett 50.000 pont forgalma mellett a következő:

0.015 x 500.000 pont = 7.500 pont = 7.500 PLZ

A feltüntetett példában a C személy az arany orchidea szintre van besorolva, ezért az egész elosztandó alapot neki írták jóvá. Amennyiben az alap elosztásra került volna, a kalkulációban a pontértékek a következők lennének:

C = 50.000 pont + 30.000 pont + 30.000 pont + 50.000 pont = 160.000 pont

Tehát az amarant és arany orchidea szinten a teljes pontösszeget a C személy kapta meg:

C= 8.000 PLZ (amarant orchidea) + 7.500 pont (arany orchidea) = 15.500 PLZ

IV. A FORGALMAZÓ NYILVÁNTARTÁSBA VÉTELE

Mindenki, aki nagykorú és aláírja a forgalmazói szerződést, valamint megvásárolja az ún. startert, tejes jogú tagja lehet az FM Group Hungary-nak.

- Vállalkozói engedéllyel nem rendelkező forgalmazó:
  Garantáltan megkapja a saját és csoportja által végzett vásárlások után a kereskedelmi engedményt (kupon) és egyéb jutalmakat. A forgalmazói hálózatépítésért a jutalmak a forgalmazói számlán gyülekeznek az elszámolási év végéig.
  A kereskedelmi engedmény nem vonatkozik az akciós termékekre és nem haladhatja meg az egyszeri saját vásárlás értékének 50%-át.

- Vállalkozói engedéllyel rendelkező forgalmazó:

Amennyiben a vállalkozása a forgalmazó aktivitásának egyetlen formája, garantáltan kifizetésre kerülnek a saját és csoportja által végzett vásárlások után, a hálózatépítésért, valamint egyéb címen előírt jutalmak. A forgalmazó köteles fizetni a jövedelmi adót és a TB járulékokat.

- Amennyiben a forgalmazó munkaviszonyban van, és a munkáltatója fizeti a TB járulékait, garantáltan kifizetésre kerülnek a termékvásárlás, hálózatépítés, valamint egyéb címen előírt jutalmak. A forgalmazó köteles fizetni a jövedelemadóját.

- Amennyiben a forgalmazó nappali tagozatos egyetemista illetve egyéb nappali iskola hallgatója, garantáltan kifizetésre kerülnek a termékvásárlás, hálózatépítés, valamint egyéb címen előírt jutalmak. A forgalmazó köteles fizetni a jövedelmi adóját.

Amikor megismerik termékeinket és az FM Group Hungary működésének módját, birtokában lesznek már minden olyan információnak, mely lehetővé teszi a programunk megértését, eljön az ideje, hogy meghatározzák saját céljukat és terveiket, melyek a sikerhez vezetik majd önöket.

A starter:
1. Táska + segédanyagok, ára: 70 PLZ
2. Táska + segédanyagok + 2 termék, ára: 90 PLZ

A starter pontértéke: 0 pont

· HOGYAN SPÓROLJUK MEG A KÜLDEMÉNY KÖLTSÉGÉT ·
A starterre és annak többszörösére, valamint 4 parfümküldeményre nézve a költségekett az FM Group Hungary viseli.

V. A KITŰZÖTT CÉLOK ELÉRÉSÉNEK MÓDJAI.

1. *Motiváció*
Álmodoztak-e arról, hogy függetlenek a munkájukban? Hogy sok emberrel dolgoznak? Hogy uralják saját anyagi helyzetüket? Álmodoztak saját házról és saját autóról? Hogy elutaznak a megálmodott vakációra? Gyermeküket külföldön taníttatják? Az embereknek nagy része ilyenekről álmodozik. Mit csináljunk, hogy megvalósíthassuk az álmainkat?
Az FM Group Hungary tagjává válva bebizonyították, hogy sikert akarnak elérni. Megtették tehát az első lépést álmaik megvalósításának útján.
Eljött az idő, hogy pontosítsák, mi az, amit el akarnak érni – meghatározzák, hogy mi az, ami motiválja önöket. Legtöbben beérik álmaikkal, nem tesznek

semmit, hogy meg is valósuljanak. Mikor már álmaik reális alakokat öltenek, meggyőződnek arról, hogy ezt a motivációjuk segítette.
Most, amikor már tudják, mit és miért akarnak elérni, el kell gondolkodni azon, mit kell tenniük, hogy realizálhassák álmaikat. A siker titka a munka megfelelő megszervezése. A munka sok „kis feladatból" áll, amelyek megint kisebb feladatokból épülnek fel. Sokkal könnyebb sok kis feladatot megoldani, mint egy nagyot. Ha meg tudják így közelíteni a komoly feladatokat, sokkal könnyebbnek fognak bizonyulni, mint amilyennek gondolták. Pl. eldöntötték, hogy elmennek Budapestről Szegedre gyalog, és ezt a távolságot egy napon belül teszik meg. Ez Természetesen nem valósítható meg, de ha felosztják a távolságot kisebb egynapos szakaszokra, az fog kiderülni, hogy egy nagyszerű kalandban vettek rész, amely kellemesnek is bizonyult. Amennyiben hasonlóképpen fogják kezelni a feladataikat, a megvalósíthatatlannak tűnő feladatok sokkal egyszerűbbé válnak, a realizálásuk pedig örömet fog okozni. Az ismertető következő részében bemutatunk egy Multi-Level Marketing szakértőt, aki remek tevékenységi tervezetet készített magának.

2. Célok

A teendők és azoknak teljesítésének időpontjának meghatározása a jó tevékenységi tervezet titka.
Határozzák meg céljukat. Minél pontosabban határozzák meg, annál nagyobb az esélye, hogy el is érik – pl. 5 embernek a szponzora maradok ezen a héten; 18% -os szintet érek el három hónap alatt, stb.
Határozzák meg a céljuk teljesítésének időpontját. Az időpontnak precíznek kell lennie, pl. 2004. szeptember 1.
Osszák szakaszokra a kitűzött célhoz vezető feladatok teljesítését. A szakaszokat osszák megint kisebb szakaszokra, amelyeket könnyen meg tudnak valósítani. Jegyezzék folyamatosan a teljesített feladatokat, amelyek az adott célokhoz vezették. Az így szervezett munkának köszönhetően pontosan megfigyelhetik lépéseiket, és sok örömet meríthetnek tervük megvalósulásából. Tanuljanak meg örülni minden szakasz végrehajtásának – a célhoz vezető legkisebb lépés megtevéséből áradó öröm ugyanolyan fontos, mint a feladat megvalósulásából áradó.

Készítsék el a céljaik listáját, ezen a listán utána jegyezzék fel a sikereiket és a veszteségeiket is. Sokat segíthetnek majd a fejlődésükről, tapasztalataikról vezetett jegyzetek, amelyeket újra felhasználhatnak a következő feladatok megoldásánál, ami sikerük elérését szolgálja.

3. *Hogyan kezdjük el a tevékenységünket?*

Az MLM-ben a potenciális ügyfelek listája az alapvető munkaeszköz. Mindig legyen önöknél egy jegyzetfüzet, hogy újabb ötleteket tudjanak feljegyezni.

Hogyan készítsünk saját listát?

Vegyen a kezébe egy tollat és írja fel az összes ismerőse nevét. Az alábbi lista segíthet felhívni figyelműket, hol keressenek potenciális ügyfeleket:

- család
- ügyvédek, jogászok, könyvelők, orvosok
- plébánia vagy templom
- egyházi gyülekezetek
- sportklubok
- bank és biztosító cégek dolgozói
- nyelviskolák
- egyetemek (dolgozók, tanítványok)
- általános és középiskolák (tanárok)
- gyermekeid óvodai és osztálytársainak szülei
- szülőtestületek
- iskolai kirándulások és ünnepek
- a szülők, testvérek, rokonok ismerősei
- munkatársak
- katonatársak
- ismerősök, akiktől könyvet, lemezt stb. kölcsönzött
- hobby klubok
- fogadások
- szomszédok
- kerületi, városi és falusi klubok valamint szervezetek
- üzletemberek és kézművesek egyesületei
- gazdasági egyesületek
- megváltozott képességűek szövetkezete
- lakók
- politikai szervezetek
- turistaklubok
- régi emlékkönyvek
- címeket és telefonszámokat tartalmazó régi jegyeztek
- családi és iskolai fényképalbumok
- különböző foglalkozási körök, pl. ápolók, masszőrök
- szállodavezetők
- utazási irodák, fodrászszalonok, trafikok
- az élelmiszerboltok, ahol bevásárol
- a bárokban, kávézókban, moziban folytatott beszélgetések
- benzinkutak, szervizek
- különböző kölcsönzők

A lista ötleteket ad, hol lehet a munkánkhoz potenciális partnerek keresni. Természetesen van még ezer más kategória, amelyeket a listához írhatnánk. Első körben minden nehézség nélkül fel tudnak írni legalább 200 nevet. Így gondolkodván olyan személyekhez fognak eljutni, akiknek nem csak a termékeket, de a programunkat is bemutathatják. A konzekvensen bővített lista nagyon értékes értékesítő-toborzás forrása lehet. Új emberekkel ismerkedve arra kell törekedni, hogy ismerjék meg az érdeklődési körüket. Egy így elkészített lista nem csak fontos munkaeszközük lesz, hanem az emberek igényeiről szóló információforrás egyben.

A névlista a tevékenységük elején lesz nagyon fontos, idővel a listát bővíteni fogják és részletes információkat vezetnek fel rá (adatbázissá válik), minek köszönhetően a későbbi munkájukban nélkülözhetetlen lesz. A saját potenciális ügyfélbázis megteremtése nagyon fontos a hálózat bővítésnél.
Az adatbázist úgy kell elkészíteni, hogy az adott pillanatban a szükséges adatokat gyorsan elő lehessen keresni. Az egyik oldalon tüntessék fel a nevet, telefonszámot, címet, egyéb személyes adatot és az eddig vásárolt termékek listáját. A másik oldalon pedig írják fel, hol és mikor találkoztak és miről beszélgettek. Abc-sorrendben tegyék az adatlapokat, ez könnyebbé teszi a munkájukat.
A pontos adatok feljegyzése és tárolása segíti majd önöket, hogy egyre jobb üzletemberré váljanak és elérjék sikerüket a Mulit-Level Marketingben.

VI. SAJÁT HÁLÓZAT ÉPÍTÉSE ÉS FEJLESZTÉSE

1. Az értékesítés alapelvei

A forgalmazó köteles betartani a Lengyel Köztársaságban érvényes jogszabályokat.
Az FM Group Hungary tagoknak csökkentett áron ajánljuk, mind a saját szükségleteik kielégítése céljából vásárolt, mind pedig értékesítésre szánt termékeinket. A forgalmazók nagy száma jelentős pénzösszegeket keres a termékek értékesítésén. Bizonyára sokan töprengenek azon, hogyan kezdhetnék el a termékértékesítést. A jelen fejezetben megismerkedhetnek az értékesítést tökéletesítő alapelvekkel.
A legfontosabb talán az a tény, hogy termékeink nagyon magas minőségűek és a konkurenciához képest olcsóbbak. Annak érdekében, hogy a termékeket el tudják adni, meg kell győzniük a vevőt arról, hogy éppen ilyen terméket keresett, ilyenre van szüksége. Előtte nagyon pontosan meg kell tervezniük, hogyan fogják a terméket, valamint a programot bemutatni.

Minden egyes üzleti találkozás előtt meg kell tervezni az értékesítés módját, a megbeszélt időpontot be kell tartani, és elegánsan kell öltözni. Legyenek meggyőzőek, teremtsenek professzionális légkört maguk körül, az emberek a szakértőknek hisznek és bíznak bennük, ezért fognak velük dolgozni. Az első beszélgetésnek rövidnek kell lennie és a termék megvásárlására

összpontosítson. Attraktív módon kell bemutatni a terméket, el kell mondani, mik az előnyei, és lehetővé tenni az ügyfélnek a termék kipróbálását. Nagyon figyelmesen kövessék az ügyfelük reakcióit, válaszait, tegyenek fel kérdéseket, amelyekkel elősegíthetik a saját igényük megnevezését. A visszatérő vevők biztosításának kipróbált módja, a párnaponként megtett rövid telefonhívás. Rá kell kérdezni, hogy meg vannak-e elégedve a termékekkel, vannak-e kérdéseik és érdekeltek-e további termékeket megvásárlásában.

Öt alapelve van a sikeres értékesítésnek. A felsorolt elvek segíthetnek önöknek az értékesítési technikájukat tökéletesebbé tenni:

A. Keltsék fel a potenciális ügyfelek érdeklődésüket a termékeink iránt
B. Fejlesszék az ügyfelek érdeklődését
C. Győzzék meg ügyfeleiket, hogy a termékek magas fogyasztási minőséggel rendelkeznek és megfelelek elvárásaiknak
D. Az érzelmeikre hatva ösztönözzék ügyfeleiket a vásárlásra
E. A vásárlást hajtsa végre.

2. Hogyan bővítse saját hálózatát?

A szponzorálás lényege:

Most, amikor már megismerkedtek a programunkkal, megvették, kipróbálták és eladták a termékeinket, eljött az ideje, hogy saját értékesítési hálózatot alakítsanak ki. Bizonyára meggyőződtek arról, hogy profitálhatnak a hálózatukban lévő, alacsonyabb szinten lévő forgalmazók értékesítésükből. Minden új forgalmazó tag beszervezésével fejlődni fog a hálózatuk. Nélkülözhetetlen azonban a segítségük az FM Group Hungary új tagjai részére, akik a tevékenységüket éppen kezdik. Biztassák őket, hogy olvassák tájékoztatóinkat és egyéb anyagainkat, gyarapítsák tudásukat. Minél több pontot szerez csoportjuk, annál nagyobb lesz a jutalékuk. A saját hálózatépítés terén úgy lehet csak sikert aratni, ha megtanítjuk a forgalmazókat, hogyan lehetnek effektívek tevékenységükben. Figyeljenek oda legfőképpen, hogy hálózatunkban a legjobb forgalmazók osszak meg tudásukat, tapasztalataikat az új tagokkal, így a hálózatuk a jövedelmükkel egyetemben növekedni fog.

SOK SIKERT KÍVÁNUNK!

NE FELEJTSÉK EL,

A SIKER ÖNÖKTŐL FÜGG!