



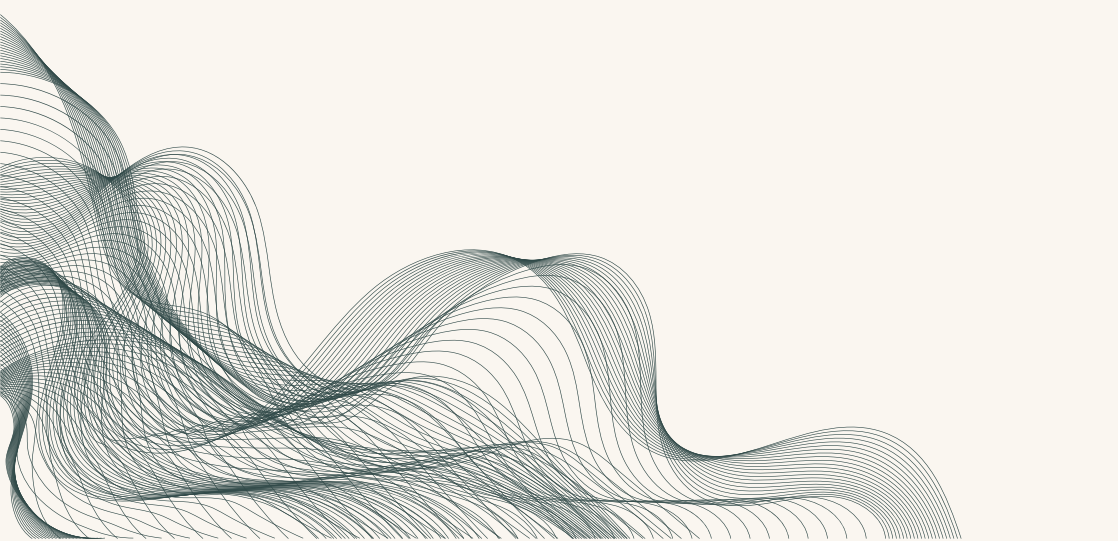
FSB

FAST START BOOKLET PIKAOPAS

2024 - SUOMI - FI



System7
Europe & Africa



SISÄLLYS- LUETTELO

- 01** KUKA ON OTG?
- 03** SISÄÄNTULOKULMAT
- 04** SYSTEM 7 -TYÖSKENTELY
- 05** TAVOITTEET
- 06** KONTAKTILISTA
- 08** KUTSUMINEN
- 10** ESITTELY
- 12** SEURANTA
- 13** NÄIN ALOITAT
- 14** TIIMITYÖ
- 15** RUTIINIT
- 16** OTG SYSTEM 7
TYÖSKENTELY, TAPAHTUMAT, RUTIINIT
- 17** ALOITUKSEN TARKISTUSLISTA
- 19** VETOVOIMAMARKKINOINTI
- 20** LISÄRESURSSIT
- 21** MYYNNIN TULOSSUUNNITELMA
- 23** EETTISET OHJEET
- 24** LIITE

TERVETULOA UUTEEN LIIKETOIMINTAASI!

Onnittelut siitä, että olet päättänyt ryhtyä Nu Skinin brändikumpaniksi. Tämän Fast Start -vihkon ovat luoneet kokeneet ja menestyneet johtajat ympäri maailmaa auttamaan sinua Nu Skin -liiketoimintasi rakentamisessa. Nämä johtajat lahjoittavat aikaansa ja tietonsa voittoa tavoittelemattomalle järjestölle nimeltä One Team Global (OTG).



KUKA ON OTG?

VOITTOA TAVOITTELEMATON JÄRJESTÖ - LAKI 1/2002 OTG WEST EUROPE
ASSOCIATION

OTG-yhteisö on kehittänyt 7-vaiheisen työskentelytavan, jonka noudattaminen auttaa sinua ymmärtämään peruseriaatteet, jotka auttavat sinua rakentamaan Nu Skin -liiketoimintaasi. Tämän järjestelmän avulla voit kehittää johtamistaitojasi samalla kun opit kuinka toteuttaa jokainen vaihe. Hallitse jokaisen vaiheen taidot ja jaa ne tulevan tiimisi kanssa. Muista pitää hauskaa matkan varrella.



NU SKININ JA OTG:N SUHDE

Riippumattomana Nu Skin Enterprises Inc:stä ja sen tytäryhtiöistä OTG työskentelee yksinomaan Nu Skinin Brändikumppaneiden kanssa. Auttaakseen sinua kehittämään liiketoimintaasi OTG on luonut koulutusjärjestelmän nimeltä System 7 (S7), joka on esitetty tässä kirjasessa.



NU SKIN

Sinun liiketoimintasi

- kehittää tuotteita
- varmistaa logistiikan
- huolehtii Brand Affiliate - tiliisi liittyvistä hallinnollisista menettelyistä
- maksaa palkkiosi ym.



Tukiorganisaatiosi

- opettaa liiketoiminnan periaatteita ja tarjoaa mentorointia
- järjestää Brändikumppaneiden sponsoroimia tapahtumia
- kehittää liiketoimintamateriaalia
- Eettiset ohjeet (katso sivu 23)

SISÄÄNTULO- KULMAT

Voit toimia monilla eri tavoilla.

Riippumatta siitä, mikä tapa toimii sinulle parhaiten, peruseriaatteet pysyvät samoina. Tämä kirjanen on yleiskatsaus järjestelmän käyttöönottoon aloitusprosessissasi ja tulevassa rakennustavassasi.



TUOTTEET JA LAITTEET

.....
Jaa tuotekokemus tuote-esittelyissä/demoissa.

MYynti SOMESSA

.....
Jaa tuotekokemuksesi verkossa.

PHARMANEX

.....
Hyvinvointiohjelma ja ravintolisät.

LIIKETOIMINNAN RAKENTAJA

.....
Rakenna verkosto pitkän aikavälin visiota ajatellen.

SYSTEM 7 TYÖSKENTELYTAPA

1

TAVOITTEET

Aseta alkuperäiset tavoitteesi, sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. Kirjoita ne ylös ja anna selkeä määräaika.

2

KONTAKTIT

Kirjoita kontaktiluettelosi.

3

KUTSUMINEN

Kutsuminen on kuin elokuvan traileri - herätä uteliaisuutta!

4

ESITTELY

Opi esittelemään liiketoimintamahdollisuus ja tuotteet.

5

SEURANTA

Kannusta kontaktiasi ryhtymään toimiin liiketoimintamahdollisuuden ja tuotteiden esittelyn jälkeen.

6

ALOITUS

Auta prospektia pääsemään alkuun tuotteiden ja System 7 Työskentelytavan kanssa.

7

TIIMITYÖ

Työskentele yhdessä saavuttaaksesi menestystä.

Nämä ovat ponnahtuskiviä menestykseesi ja jokainen niistä keskittyy liiketoimintasi eteenpäin viemiseen.

1. TAVOITTEET

Useimmat ihmiset asettavat itselleen tavoitteita, mutta tärkeintä on toteuttaa ne. Tavoitteiden tunteminen on yksi tärkeimmistä eroista menestyvän ja vaikeuksissa olevan liiketoiminnan välillä. Näytämme sinulle, kuinka asetat tavoitteesi ja toteutat ne.

Miksi Nu Skin? Mikä on (mitkä ovat) motivaatiosi?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Mitä haluat? Tämä kysymys liittyy elämääsi, ei vain liiketoimintaasi.
Suosittelemme luomaan unelma/aarrekartan.**

Lisätulot

Vipuvaikutteiset tulot

1. TAVOITTEET

Mitkä ovat tavoitteesi? Kirjoita päätavoitteesi ylös. Tavoite, jota ei ole kirjoitettu ylös ja jossa ei ole päivämäärää, on enemmänkin toive. Siksi suosittelemme, että kirjoitat tavoitteesi muistiin ja liität niihin eri aikajanat.

- Tulot.
- Henkilökohtainen kehitys.
- Suhteet.
- Liiketoiminta.
- Muut:
-

Kuinka paljon **tarvitsen/haluan** ansaita Nu Skin -liiketoiminnassani kuukaudessa?

Myyntipalkkioiden saaminen Brandikumppanina vaatii paljon aikaa, vaivaa ja omistautumista. Menestys riippuu myös taidoistasi, kyvyistäsi ja johtamiskyvystäsi. Tämä ei ole rikastu nopeasti -ohjelma. Taloudellisesta menestyksestä ei ole takeita, ja tulokset vaihtelevat suuresti osallistujien kesken. Täydellinen yhteenveto myynnin tulosuunnitelman kunkin tason tuloista löytyy osoitteesta www.nuskin.com

1 KUUKAUSI

6 KUUKAUTTA

1 VUOSI

Mitä erityisiä toimia aion tehdä joka viikko saavuttaakseni tavoitteeni?

1. Tuotteiden myynti, 2. Kontaktien kutsuminen, 3. Julkaiseminen sosiaalisessa mediassa, 4. Asiakkaiden hankinta, 5. Esittely/demot

1 KUUKAUSI

6 KUUKAUTTA

1 VUOSI

Kuinka paljon aikaa olen valmis käyttämään viikossa liiketoimintaani saavuttaakseni tavoitteeni?

1 KUUKAUSI

6 KUUKAUTTA

1 VUOSI

Jaa nämä tiedot sponsorillesi (henkilölle, joka toi sinut liiketoimintaan) ja/tai muille ylälinjoillesi, koska he ovat täällä tukemassa sinua tavoitteidesi saavuttamisessa. Liiketoiminnan rakentaminen vaatii **kovaa työtä, omistautumista ja kärsivällisyyttä**, joten muista, että on oltava tarpeeksi aikaa, jonka olet valmis käyttämään liiketoimintaasi tavoitteidesi saavuttamiseksi.

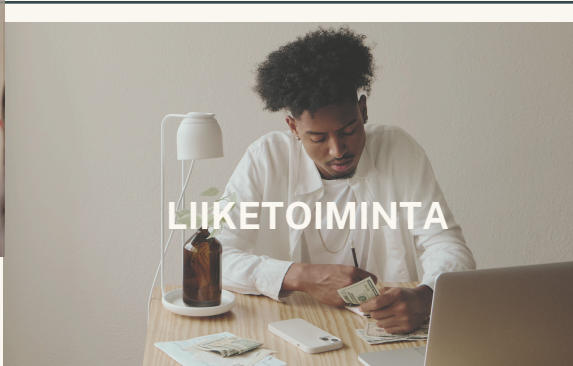
2. KONTAKTILISTA

PERHE / YSTÄVÄT / LIIKETOIMINTA / YHTEISÖT (PYLY)

Muista, että kontaktilistan luominen on toimintaan suuntautunutta toimintaa, ja ihmiset, jotka toteuttavat suunnitelmiaan, nauttivat menestyksestä.

Älä arvioi henkilöitä ennakkoon luetteloa kirjoittaessasi ja tiedä, että tämä on jatkuvasti kasvava luettelo, jota tulet jatkossakin täydentämään verkostojasi rakentaessasi. Aloita kirjoittamalla kaikki tuntemasi henkilöt muistiin. Suosittelemme, että sijoitat listasi kärkeen verkostojesi dynaamisimmat ihmiset ja ne, joilla on paljon vaikutusvaltaa. Tämän yksinkertaistamiseksi suosittelemme jakamaan kontaktit näihin neljään luokkaan. **Tee se tänään!**

Haluat myös ajatella sosiaalisen median kontaktejasi. Jotkut heistä saattavat jo kuulua johonkin näistä luokista.



2. KONTAKTILISTA

JAA VAIKUTTAVIMMAT KONTAKTISI NELJÄÄN PÄÄLUOKKAAN:

Kirjoita 60:n verkostoosi kuuluvan henkilön nimet ja esivalitse heidät liiketoimintaan ja/tai tuotteisiin. Valitse 10 nimeä Perheestä, 10 nimeä Ystäväistä, 10 nimeä Liiketoiminnasta, 10 nimeä Yhteisöistä ja 20 nimeä Sosiaalisesta mediasta. Tunnistaminen: Kuka hän on? Miksi ajattelit häntä? Liiketoiminta vai asiakas? Mitä hän sanoi?

PERHE

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

YSTÄVÄT

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LIIKETOIMINTA

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

YHTEISÖT

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. KUTSUMINEN

Kutsumisen tarkoituksena on tehdä prospektista tarpeeksi utelias, jotta hän haluaa tietää enemmän siitä, mitä sinulla on hänelle tarjottavana. Kuvittele kutsusi elokuvan traileriksi, joka saa sinut haluamaan nähdä koko elokuvan.

Aseta itsesi sen henkilön tilanteeseen, jonka haluat kutsua saadaksesi lisätietoja siitä, mitä sinulla on tarjottavana. Mistä he voivat olla kiinnostuneita? Ikääntymistä estävä ihonhoito, ravintolisät, kauneudenhoitolaitteet tai kenties mahdollisuus ansaita ylimääräistä rahaa?

Muista: Pysy koko ajan keskittyneenä toisen henkilön tarpeisiin ja siihen, kuinka sinä ja tarjoamasi mahdollisuus voitte auttaa häntä hänen tarpeissaan ja kiinnostuksen kohteissaan.

Päätä, mitä tarjoat henkilölle:

- Lisätietoja tuotteista?
- Tuotteen esittely?
- Asiakasryhmäsi Facebookissa?
- Skannaus Biophotonic Scannerilla?
- LumiSpa-demo keittiössäsi?

Haluaako hän tietää lisää liiketoimintamahdollisuuksista?

- Avoin Business Briefing hotellissa?
- Business Briefing -video verkossa vai webinaari?
- Tapaaminen kahvikupin ääressä?
- Samat periaatteet pätevät riippumatta siitä, työskenteletkö sosiaalisen median, tuote-esittelyjen tai yritysesittelyjen kautta, kun tarjoat liiketoimintamahdollisuutta tai tuotetta.

Vinkkejä kutsumiseen

1. Ole lyhyt tässä vaiheessa. Älä mene yksityiskohtiin. Tavoitteena on saada heidät sitoutumaan varaamaan aikaa esittelyyn.
2. Kutsu vain mukavia, rehellisiä ihmisiä, jotka ovat avoimia toimimaan.
3. Ole innostunut (mutta älä hukuta heitä innostuksellasi).
4. Kuuntele enemmän kuin puhut!
5. Älä pelkää kysymyksiä – niihin vastataan seuraavassa vaiheessa, Esittelyssä.
6. Luo tapa kutsua tapaamisiin säännöllisesti uusia ihmisiä, jotka ovat osoittaneet kiinnostusta.

Kutsumisen 5 C:tä

1. **Compliment/Kohteliaisuus** – Kaikki pitävät kohteliaisuuksista; kerro heille, miksi he ovat erityisiä.
2. **Curiosity/Uteliaisuus** – Ks. yllä
3. **Credibility/Luotettavuus** – Puhu yrityksen luotettavuudesta.
4. **Control/Hallinta** – Puhu lyhyesti, tapaa yleisösi siellä, missä he ovat tänään, saa hänet haluamaan lisätietoja.
5. **Confirm/Sitoutuminen** – Vahvista tapaaminen.

**Lisätietoja kutsumiseen kokeneimmilta johtajilta löytyy "Näin aloitat"-osiosta osoitteessa www.otg.global.*

3. KUTSUMINEN

KUTSUMISEN 5 C:TÄ

5C on malli, jota voit käyttää ja joka auttaa sinua ja muita oppimaan saadaksenne verkostonne seuraamaan esittelyä. Esittelyssä heille esitellään mahdollisuus, teknologia ja/tai tuotteet.

Alla on joitain 5C:n esimerkkejä. Suosittelemme, että otat yhteyttä sponsoriisi, joka auttaa sinua valitsemaan oikeat sanat käyttämällä mallia, jonka he ovat todenneet erittäin tehokkaaksi. Kutsuttaessa on tärkeää olla oma itsensä ja kommunikoida prospektin kanssa samalla tavalla kuin tavallisestikin kommunikoiit hänen kanssaan.

Hyvinvointi- ja antiage- asiantuntija

"Etsin yhteyttä kaltaisiisi ihmisiin, jotka ovat menestyneet hyvinvoinnin ja ikääntymisen torjunnan alalla ja ovat avoimia kumppaniohjelmille. Sinä ja henkilökuntasi tullette pitämään tuotteita ja teknologioita vaikuttavina monien maailmanlaajuisesti voitettujen palkintojen ansiosta. Lisäksi yritys on investoinut eri alustoihin, mukaan lukien integroituun kauneus- ja hyvinvointisovellukseemme. Paras tapa saada lisätietoja on liittyä johonkin online-liiketoiminnan esittelyistämme. Sopisiko tiistai vai torstai sinulle parhaiten?"

Yrittäjä

"Kiitos yhteydenotostasi, itse asiassa haluan puhua alueesi yrittäjien kanssa, jotka ovat motivoituneita ja keskittyneitä kuten sinä. Olen kumppanina hyvinvointiin ja ikääntymisen torjuntaan erikoistuneeseen yrityksen kanssa käyttämällä liiketoimintamallia, joka on innovatiivinen ja palkitseva ja jonka avulla voit rakentaa omaa liiketoimintaasi. Uskon, että sekä sinun että verkostosi olisi hyvä juuri nyt tutustua yritykseen ja tarjoamiimme tuotteisiin. Olisiko tämä asia, josta haluaisit tietää lisää?"

Ystävä

"Hienoa, että olet osoittanut kiinnostusta uutta seikkailuani kohtaan. Olen innoissani voidessani kertoa sinulle, että olen aloittanut uuden liiketoiminnan, jonka avulla voin työskennellä muiden edustajien rinnalla ja kasvaa yhdessä. Kokoan edustajatiimiäni ja koska olet innostunut (tai mikä tahansa syy siihen, miksi valitsit juuri tämän henkilön), halusin puhua kanssasi tästä liiketoiminnasta ja näistä tuotteista. Yritys juhlii 40-vuotista menestystä ja on kasvanut useisiin maihin, joten sinulla on mahdollisuus globaaliin liiketoimintaan kanssani. Paras tapa saada oikeaa tietoa olisi kuunnella yksi online-liiketoimintaesittelyistämme, joista yksi on tänä iltana. Voinko lähettää yksityiskohdat?"

4. ESITTELY

Liiketoiminnan ja tuotteiden esittely kontakteillesi on opittava ja suositlemme, että sponsorisi on mukana ensimmäisten esittelyjesi aikana. Kirjasi takana on mainittu OTG-resursseja, jotka auttavat sinua liiketoiminnan esittelyssä.

Käytämme virallisia OTG-esittelyitä, jotka voit ladata osoitteesta www.otg.global ja jotka kattavat viisi avainkohtaamme:



Erilaisia esittelyvaihtoehtoja ovat:

1. Tapaaminen prospektin kanssa yksin tai sponsorisi kanssa.
2. Prospektin kutsuminen avoimeen OTG-kokoukseen (Business Briefing).
3. Julkaisut sosiaalisessa mediassa.
4. Tuote-esittely / Showcase / Expo.
5. Prospektin kutsuminen online-esittelyyn tai tallennetun esityksen käyttäminen omalla kielelläsi.

HUOM! Ajoita aina seurantakokous viimeistään 48 tuntia esityksen/demon jälkeen – jos mahdollista yhdessä sponsorisi kanssa.



4. ESITTELY

Tässä on joitain esimerkkiskriptejä 5 kohdan esityksen pitämiseen yhdessä minuutissa:

1

"Oletko samaa mieltä siitä, että yhä useammat etsivät joustavia työaikoja ja mahdollisuutta työskennellä kotoa käsin? Tämä on kasvava trendi, ja liiketoimintamme antaa ihmisille mahdollisuuden olla osa tätä kasvavaa trendiä. Yritys juhlii 40-vuotista menestystä, ja voit tutustua sen toimintavuosiin New Yorkin pörssissä. Heillä on valikoima monia ikääntymistä estäviä tuotteita, jotka tuottavat tuloksia, mukaan lukien tuotemerkki, joka tunnetaan nimellä ageLOC, joka on 10 miljardin dollarin tuotemerkki. Tämän liiketoiminnan ansiosta voimme paitsi myydä tuotteita, myös jakaa liiketoimintamahdollisuuden muiden kanssa, jos he ovat kiinnostuneita lisätuloista. Olemme erittäin innovatiivinen yritys, jolla on valtava visio tuotteista ja teknologioista antiageing-areenalla. Nyt olisi hyvä aika osallistua liiketoimintaesittelyyn ja saada lisätietoja."

2

"Olet varmasti samaa mieltä siitä, että yhä useammat ihmiset haluavat ansaita hieman ylimääräistä rahaa kotoa käsin työskentelemällä verkossa. Yrityksemme tarjoaa sinulle mahdollisuuden omaan liiketoimintaan verkossa joustavilla työajoilla. Yrityksellä on alusta, jossa on yli 250 tuotetta. Monet niistä antavat sinun osoittaa näkyvät edut käyttämällä ennen- ja jälkeen-kuvia, joita voit jakaa sosiaalisen median alustoillasi. Näin voit alkaa ansaita rahaa, kun ihmiset ostavat markkinointiasi tuotteita. Suosittelen myös, että suosittelet tätä kumppaniohjelmaa niille, jotka ovat kiinnostuneita rakentamaan liiketoimintaa näillä erinomaisilla tuotteilla. Yhä useammat ihmiset haluavat työskennellä verkossa joustavilla työajoilla, joten on tärkeää valita kumppaniyritys, jolla on tulevaisuuden kasvusuunnitelma, mikä on harvinaista."

3

Esimerkki kauneus-, anti-ageing- ja hyvinvointialalla jo työskenteleville asiantuntijoille:

"On aina tärkeää tarkastella markkinatrendejä, kun päätetään yhteistyöstä. Yrityksellämme on innovatiivisia anti-ageing tuotteita, ja se on nimetty Beauty Device Systemsin maailman ykkösbrändiksi 6 peräkkäisenä vuonna, vuosina 2017–2022. Tämä ja personointi ovat nopeasti kasvavia trendejä. Yritys on erittäin innovatiivinen ja se on kehittänyt tieteiden tukemia teknologioita ja tuotteita, jotka voivat auttaa ihmisiä näyttämään ja tuntemaan olonsa parhaalta ja samalla vähentämään näkyviä ikääntymisen merkkejä. Voin opettaa sinulle kuinka markkinoida näitä tuotteita yksinkertaisella järjestelmällä. Näin voit ansaita ylimääräistä rahaa täydentääksesi nykyistä toimintaasi ja tarjotaksesi lisäpalveluita asiakkaillesi. On jännittävää tarkastella tätä mahdollisuutta erityisesti ikääntymisen estämisen, teknologian, esineiden internetin (IoT) ja tekoälyn markkinatrendeillä."

5. SEURANTA

Paras tapa seurata on kysyä, milloin ja miten prospektisi haluaa edetä. Varaudu siihen, että prospektillasi on kysymyksiä sinulle. Jos sinulla ei ole vastausta, kerro hänelle, että otat asiasta selvää heidän puolestaan, tai kutsu sponsorisi puheluun.

Sinun tulee aina pitää yhteyttä ja varmistaa, että sinulla on tapaamisia seuraaviin vaiheisiin (olipa kyseessä henkilökohtainen tapaaminen, puhelintapaaminen tai Zoom-puhelu). Vähintään kaksi seurantakontaktia tai tapaamista voidaan vaatia henkilön kanssa ennen kuin hän on valmis liittymään liiketoimintaan, joten ole kärsivällinen. Jos henkilö vaikuttaa avoimelta, mutta ei ole valmis, varmista, että häneen voi kuitenkin pitää yhteyttä ("Voinko pitää sinut ajan tasalla...").

On myös tärkeää, että lopetat seurannan, jos henkilö ei ole kiinnostunut. Voit kysyä häneltä, onko ok, jos otat häneen yhteyttä myöhemmin uudelleen nähdäksesi, olisiko ajoitus silloin hänelle parempi. Tarjoat loistavan mahdollisuuden, mutta menestyksesi ei riipu siitä, liittyykö yksi henkilö tiimiisi vai ei.

"Ei" voi itse asiassa olla parempi kuin "ehkä" (ja säästää aikaasi), joten älä pelkää pyytää selkeää vastausta.

LATAA NUSKIN CONNECT -SOVELLUS

Älykäs prospektointi, kontaktien hallinta, mukautettavat listat, suunnittelu ja organisointi, trendit ja aktiivisuuden seuranta



On tärkeää pitää kirjaa kaikista ihmisistä, joille puhut liiketoiminnasta ja tuotteista. Varmistaaksesi, että muistat seurata ja tietääksesi, mitä tietoja kullekin henkilölle on annettu, Nu Skin on luonut sovelluksen, jonka avulla voimme tehdä juuri sen. Lataa Nu Skin Connect -sovellus, kirjaudu sisään Nu Skin -kirjautumistiedoillasi ja aloita kontaktiesi ja keskustelutietojen lisääminen sovellukseen.

6. NÄIN ALOITAT

Jos et ole vielä tehnyt niin, katso "BB II – Aloitus" -koulutus verkossa tai offline-tilassa.

Kun olet rekisteröinyt uuden edustajan, voit tehdä seuraavaa:

1. Auta asiakasta tekemään ensimmäinen tilaus ja varmista hänen pääsynsä kaikkiin tarvittaviin tuotteisiin liittyviin tietoihin ja materiaaleihin.
2. Opetä hänelle ADR-ohjelma ja tarvittaessa auta häntä ADR-tilauksen tekemisessä.
3. Jos kyseessä on brändikumppani (Brand Affiliate), opeta hänelle, kuinka näitä korkealaatuisia tuotteita myydään loppukuluttajille sosiaalisessa mediassa tai tapaamisissa.
4. Varmista, että hän saa kopion tästä Pikaopas -vihkosta ja lue sen hänen kanssaan.
5. Näytä hänelle, kuinka ladata 3 sovellustamme - Nu Skin Stela, Vera ja Nu Skin Connect.
6. Näytä hänelle OTG-verkkosivusto (www.otg.global) ja tapahtumakalenteri siellä. Auta uutta brändikumppaniasi rekisteröitymään OTG-postituslistalle ja kutsu hänet paikalliseen OTG-Facebook-ryhmään.
7. Varmista, että järjestät liiketoimintaesittelyn, johon uusi brändikumppanisi voi kutsua kontaktejaan. Lisäksi rekisteröi hänet seuraavaan paikalliseen OTG S7 Workshop (FST) -tapahtumaan, jotta hän saa peruskoulutuksen ja tapaa muita OTG-tiimin jäseniä.
8. Auta uutta brändikumppaniasi aloittamaan liiketoiminta SELKEÄSTI ja YKSINKERTAISESTI.

7. TIIMITYÖ

Me kaikki voitamme työskennellessämme yhdessä noudattamalla OTG:n Eettisiä sääntöjä (Code of Conduct) ja neljää OTG-tiimiläisenä olemisen periaatetta.

Rakenna liiketoimintasi syvyyttä käyttämällä koko vaikutuspiiriäsi. Kunnioita aina muita Nu Skinin edustajia jokaisessa kokouksessa ja koulutuksessa.

Noudatamme Eettisiä ohjeita (Code of Conduct) ja neljää OTG-tiimiläisen periaatetta.

Monista: Opi, sovelta ja opeta periaatteita, jotka voivat johtaa onnistuneeseen asiakashankintaan ja liiketoiminnan rakentamiseen. Ole valmis ottamaan valmennusta vastaan, toimi johdonmukaisesti ja ole esimerkki, josta muut voivat oppia. Muista, että todellista johtajuutta ei määrittele vain oma menestys, vaan myös tiimisi menestys.

Rakenna: Opi puhumaan positiivisesti korostaaksesi, kuinka paljon arvostat eri komponentteja, jotka auttavat sinua saavuttamaan henkilökohtaisen menestyksesi. Rakennusprosessi on tehokas prosessi, kun rakennat liiketoimintaasi, varsinkin kun esittelet uuden sponsorin jollekin mentoreistasi tai tiimillesi. Rakennusprosessi on käytännössä "kehumista". Pyydä ylälinjan sponsoria selittämään tämä sinulle yksityiskohtaisemmin ja harjoittele tullaksesi tässä asiantuntijaksi.

Kunnioita sivulinjoja: Olemme kaikki "yhtä perhettä", joten kunnioitamme ja rohkaisemme toisiamme. Puhu positiivisesti sivulinjalaisten kanssa ja osoita arvostusta heidän ylälinjaansa kohtaan. Sivulinja on kuka tahansa, joka ei ole ylä- tai alalinjassasi.

Saatat myös kuulla termin ristiinlinja tai älä ristiinlinjaa. Ristiinlinjaaminen on toimintaa, joten et esimerkiksi pyytäisi sivulinjaa opettamaan sinulle liiketoimintaa, tämä tunnetaan nimellä ristiinlinjaaminen. Kun sinulla on ongelma tai haaste, muista kuitenkin lähestyä omaa ylälinjaasi tai yrittystä.

Konsultoi: Opasta brändikumppaneitasi matkan varrella. Tämä edellyttää tavoitteiden asettamista ja toteutettujen toimien seuranta.

Näin menestymme yhdessä Nu Skinillä!



Monista

Rakenna

Kunnioita sivulinjoja

Konsultoi

MENESTYJÄN 7 RUTIINIA

Tullaksesi johtajaksi sinun on ensin toimittava johtajan tavoin ja tehtävä, mitä johtaja tekee. Rutiinit ovat elintärkeitä menestymisesi tässä liiketoiminnassa, ja suosittelemme, että palaat ja arvioit itsesi uudelleen näiden rutiinien suhteen vähintään kerran kuukaudessa. Arvostelemalla itseäsi 1-10 (1 on huono, 10 on paras) kustakin kohdasta saat viitteitä siitä, millä alueilla sinun on työskenneltävä parantaaksesi tapoja, joita tarvitaan menestyvänä johtajana toimimiseen.

01

Ole tuotteen tuote.

02

Hanki uusia asiakkaita säännöllisesti.

03

Esittele liiketoimintaa ja tuotteita uusille ihmisille joka kuukausi.

04

Pyri saavuttamaan vähintään 2 lohkoa joka viikko.

05

Ruoki mieltäsi päivittäin.

06

Pysy yhteydessä ja osallistu käymällä OTG-tapahtumissa

07

**Ole joukkuepelaaja:
Monistaminen, rakentaminen,
sivulinjojen kunnioittaminen: ei
ristiinlinjaamista, konsultointi**



TYÖSKENTELYTAPA

1. Aseta tavoitteet
2. Tee kontakttilista
3. Kutsu
4. Esittele liiketoiminta/tuotteita
5. Seuranta
6. Aloita
7. Tiimityö

TAPAHTUMAT

1:1
Henkilökohtainen
esittely



Business
Briefing



Alueellinen
Kick Off



System 7
WorkShop



Success
Summit



Tuotteiden
esittely



Nu Skin
Convention



RUTIINIT

1. Ole tuotteiden tuote.
2. Hanki uusia asiakkaita säännöllisesti.
3. Esitele liiketoimintaa ja tuotteita uusille ihmisille joka kuukausi.
4. Pyri saavuttamaan vähintään 2 lohkoa joka viikko.
5. Ruoki mieltäsi päivittäin.
6. Pysy yhteydessä ja osallistu käymällä OTG-tapahtumissa.
7. Ole tiimpelaja.

MONISTA

RAKENNA

KUNNIOITA SIVULINJOJA
EIRISTIINLINJAAMISTA

KONSULTOI

ALOITTAMISEN TARKISTUSLISTA

TOIMI NYT!

Nyt kun sinulla on enemmän tietoa System 7 -työskentelytavasta ja rutiineista, jatka niistä muistuttamista ja niiden opettamista tiimisi uusille jäsenille.

Aloittamisen tarkistuslista voi olla todella hyödyllinen, kun opastat uusia brändikumppaneita.

1

**Rekisteröidy
Brändikumppaniksi ja opi
tekemään tilaus.**

Jotta voit mainostaa ja suositella tuotteita, sinun kannattaa kokeilla tuotteita löytääksesi omat suosikkisi.

2

**Lataa Vera-sovellus ja tee
ihonhoitokonsultaatio**

Tämä konsultaatio suosittelee sinulle tuotteita. Tämä voi olla ensimmäinen ostoksesi tai ehkä sponsorisi on suositellut jotain muuta, jotta pääset alkuun.

3

**Lataa Nu Skin Stela -
sovellus.**

Tämä on brändikumppani-sovelluksemme, jossa voit nähdä ja seurata edistymistäsi sekä luoda tuotelinkkejä asiakkaillesi ja rekisteröitymislinkkejä uusille brändikumppaneille.

4

**Varaa tapaaminen/kokous
sponsorisi kanssa.**

Varmista, että teet tämän 24 tunnin (enintään 48 tunnin) kuluessa, jotta hän voi auttaa sinua ensimmäisessä esittelyssä (offline-tilassa tai online-tilassa), tuote-esittelyssä ja/tai ensimmäisessä sosiaalisen median postauksessasi.

5

**Tutustu System7-
työskentelytapaan**

Käy läpi tämä kirjanen sponsorisi kanssa.

ALOITTAMISEN TARKISTUSLISTA

6

Pysy yhteydessä.

Liity OTG Europe and Africa ja paikallisen markkina-alueen OTG-ryhmiin Facebookissa.

7

**Tarkista
tapahtumakalenteri.**

Tarkista tapahtumakalenterista osoitteessa www.otg.global alueellasi tulevat kokoukset/tapahtumat/liiketoimintaesittelyt.

8

**Lataa NuSkin Connect -
sovellus.**

Nu Skin Connectin avulla voit käyttää innovatiivisia, aikaa säästäviä ja helpokäyttöisiä ominaisuuksia, jotka auttavat sinua rakentamaan liiketoimintaasi.

9

**Määritä kuukausittainen
ADR-tilaus.**

Nu Skin tarjoaa erittäin palkitsevan kanta-asiakasohjelman. Tekemällä ADR-tilauksen saat tuotteesi kotiisi kuukausittain tai joka toinen kuukausi ja saat tuotepisteitä 20 % tai 30 % ADR-tilauksen SV-tilauksen arvosta, joilla voit lunastaa tuotteita!! Voit muuttaa ADR:n sisältöä milloin tahansa.

10

Puhu ihmisille.

Aloita puhuminen kontaktiluettelosi ihmisille tuotteista ja liiketoimintamahdollisuuksista.

Muista, että Nu Skin -asiakaspäällikkösi on käytettävissäsi tukemaan sinua ja vastaamaan mahdollisiin kysymyksiisi.

TUTUSTU VETOVOIMAMARKKINOINTIIN

Vetovoimamarkkinointi

"Vetovoimamarkkinointi on markkinointitekniikoiden käyttöä, jotka on erityisesti suunniteltu opettamaan asiakkaalle, mitä olet tekemässä ja kuinka palvelu tai tuote hyödyttää häntä hyvissä ajoin ennen sen ostamista." - Facebook

Vetovoimamarkkinoinnin tarkoituksena on houkutella asiakkaita ja prospekteja sosiaaliseen mediaan sen sijaan, että menisit heidän luokseen.

Vetovoimamarkkinoinnin tulee olla hyvin harkittua, ei automatisoitua. Tutustu Nu Skinin Social Selling Quideines -ohjeisiin ja muihin soveltuviin ohjeisiin osoitteessa nuskin.com

Ihmiset ajattelevat usein väärin, että meidän pitäisi mainostaa tuotteitamme tai Nu Skin -brändiämme sosiaalisissa verkostoissa, vaikka itse asiassa sinun pitäisi mainostaa ITSEÄSI: todellinen tuote olet SINÄ.

Jotta ihmiset "ostaisivat" sinua, heidän on ensin tunnettava ja arvostettava sinua sekä luotettava sinuun. Aloita luomalla yleisö ja lisäämällä ihmisiä, jotka jakavat kiinnostuksen kohteesi (ei vain ystäviäsi tai Nu Skinin brändikumppaneita).

Sinulla on oltava strategia ja noudatettava sitä, kun kommunikoit lisäämällä mielenkiintoista sisältöä. Pysy autenttisenä ja rakenna oma brändisi: inspiroidu muilta, mutta älä kopioi niitä. Ole paras versio itsestäsi, älä toiseksi paras versio jostakin toisesta!

Kun julkaiset sosiaalisessa mediassa, käytä erityyppisiä julkaisuja: henkilökohtaiset viestit (sinä, sosiaalinen piirisi, elämäntyyli), liiketoimintaan painottuvia julkaisuja, informatiivisia julkaisuja, tuotteidemme vaikutuksia kuvaavia julkaisuja ja hauskoja julkaisuja (kuva sinusta ja Brändikumppaneistasi pitämässä hauskaa).

Houkuttele ihmisiä, jotka samaistuvat siihen, kuka olet ja miten työskentelet: ihmiset jotka jakavat filosofiasi tuntevat vetovoimaa elämäntyyliä ja pohjimmiltaan siihen, KUKA SINÄ OLET!

LISÄRESURSSIT

www.otg-global

Liiketoiminnan tukisivu.

Nu Skin -resurssit

learningcenter.nuskin.com

Oppimiskeskuksessa on paljon koulutusta. Muista suorittaa **Policy Basic -koulutus 30 päivän kuluessa** saadaksesi ansaitsemasi palkkiot. Kaikki muut koulutukset voidaan suorittaa myöhemmin omaan aikaan.

Pyydä sponsoriasi lisäämään sinut paikalliseen Facebook-ryhmään.



SUOSITELTUA LUKEMISTA/KUUNTE- LEMISTA

Kirjat

- The Success Formula by Chris Taylor
- Think and Grow Rich by Napoleon Hill
- The Greatest Salesman in the World by Og Mandino
- Rich Dad Poor Dad by Robert Kiyosaki
- 7 Habits of Highly Effective People by Stephen Covey
- Aspire by Kevin Hall
- Awaken the Giant Within by Anthony Robbins
- The Slight Edge by Jeff Olson
- As a Man Thinketh by James Allen
- Peaks and Valleys by Spencer Johnson
- It's Not About the Money by Bob Proctor
- The Leader to Get Rich by T. Harv Eker
- Think Rich to Get Rich by T. Harv Eker
- How to Win Friends and Influence People in the Digital Age by Dale Carnegie
- 'The monk who sold his ferrari' by Robin Sharma
- Magnetic: The Art of Attracting Business by Joe Calloway
- Frazer Brookes: I Dare You
- Frazer Brookes: I Double Dare You
- Miracle Morning, by Hal Elrod
- 10x is Easier than 2x, by Dan Sullivan



Myyntisuunnitelma

Työskentele missä haluat - milloin haluat

VASTUUVAPAUSLAUSEKE:

Tämä on keskimääräinen ansainta EMEA-alueella v. 2022. Jotta saavutettaisiin olennainen ansiotaso, brändikumppanin on tehtävä paljon työtä, käytettävä aikaa ja sitouduttava työhön. Tämä ei ole rikastu nopeasti -ohjelma. Taloudellista menestymistä ei taata.

									
Kuukausittainen keskitulo	\$35	\$ 135	\$512	\$857	\$1.543	\$2.459	\$4.019	\$7.482	\$23.869
Aktiivisen BK:n keskimääräinen prosenttiosuus	12,67%	1,19%	2,42%	0,87%	0,62%	0,14%	0,19%	0,07%	0,08%
BK ja BE tason yläpuolella olevan keskimääräinen prosenttiosuus	n/a	n/a	55,10%	19,77%	14,25%	3,18%	4,42%	1,57%	1,72%
		REPRESENTATIVES			BRAND PARTNERS			BRAND DIRECTORS	

Lisäksi voit ansaita vähittäismyyntivoittoja, kun myyt tuotteita rekisteröitymättömille vähittäismyyntiasiakkaillesi

Tämän dokumentin tarkoitus on antaa tarkka ja avoin tieto bonuksista, joita yhtiö maksaa brändikumppaneille. Alla oleva taulukko esittää tarkkan informaation v. 2022 EMEA-alueella rekisteröityneille brändikumppaneille maksuista paikkoiista Taulukko sisältää vain brändikumppanit, jotka ovat pätevytyneet saamaan palkkioita Brändikumppanin, jotka ostavat tuotteita vain omaan käyttöönsä, eivät pätevydy saamaan palkkioita, minkä vuoksi ne eivät sisälly tähän taulukkoon. Tulojen saavuttaminen Brändikumppanina vaatii aikaa, vaivaa ja sitoutumista.
2022 EMEA alueen Brändikumppanien tulot ilmoitettu USD dollariina, joiden keskimääräinen vaihtosuhte on 1 USD = 0,945734 euras.
*Aktiiviseksi Brändikumppaniksi on määritelty kaikki Brändikumppanit, jotka ovat tehneet henkilökohtaisen tilauksen viimeisen 3 kuukauden ajanjaksoilla

OTG:N EETTISET OHJEET

1. Harjoitan liiketoimintaa OTG-vision ja -tehtävän* mukaisesti.

2. Kohtelen kaikkia tiimin jäseniä ja heidän kontaktejaan aina kunnioittavasti.

3. Pyrin olemaan uskollinen "tuotteiden tuote".

4. Ylläpidän positiivista ja kannustavaa asennetta, joka heijastaa OTG:tä. Osoitan kunnioitusta muita kohtaan noudattamalla korkeita eettisiä standardeja sanoissani ja teoissani.

5. Kunnioitan muiden Brändikumppaneiden ja ryhmien sponsoreita ja johtajia. Kannustan työtovereita työskentelemään johtajiensa kanssa kasvun ja menestyksen eteen. Toimin vastuullisesti. Opetan ja johdan näyttämällä esimerkkiä. Tuen ja rohkaisen kaikkia Brändikumppaneita, jotka osoittavat sitoutumista tähän liiketoimintaan.

6. Jatkan oppimista ja kehittymistä noudattamalla ohjeita, jotka on esitetty OTG-koulutusmateriaaleissa, jotka löytyvät osoitteesta www.otg.global. Käytän Nu Skinin hyväksymää virallista OTG-materiaalia.

7. Kun myyn tai ostan tuotteita, noudatan Nu Skinin käytäntöjä ja ohjeita.

8. Rekrytoin vain niitä, jotka eivät tällä hetkellä ole aktiivisia Nu Skinissä. En koskaan rohkaise aktiivisia Brändikumppaneita tai prospekteja vaihtamaan ryhmää. Ymmärrän, että tämä ei ole hyväksyttävää käytöstä missään olosuhteissa.

9. Olen samaa mieltä siitä, että ongelmat tai ristiriidat on parasta ratkaista ensin yllälinjani ja yhtiön kanssa.

10. Ylläpidän puhdasta, siistä ja ammattimaista ulkonäköä ja pukukoodia.

11. Pyrin osallistumaan kaikkiin OTG:n suosittelemiin System 7 -tapahtumiin, mukaan lukien liiketoimintaesittelyt, System 7 -työpajat, alueelliset tapahtumat, Success Summit- ja Nu Skin -tapahtumat.

Vakuutan täten, että olen vastaanottanut OTG:N EETTISET OHJEET ja että olen lukenut, ymmärtänyt ne ja noudatan niitä. Kun tulee kysymyksiä, nojaan OTG:N EETTISIIN OHJEISIIN.

Päivämäärä:

Allekirjoitus:

***Visio:** OTG-vision tarkoituksena on luoda ainutlaatuinen globaali organisaatio tiimityön, mentoroinnin ja tuen avulla, mikä antaa yksilöille mahdollisuuden luoda kannattavaa kansainvälistä Nu Skin -liiketoimintaa.

***Missio:** OTG-mission tehtävänä on kehittää menestyviä johtajia tarjoamalla globaali järjestelmä, joka perustuu panostamiseen, rehellisyyteen, vastuullisuuteen, korkeaan moraaliiin ja kunnioitukseen ("CHAIR" - contribution, honesty, accountability, integrity, respect).

LIITE

MYNNIN TULOSSUUNNITELMAN SANASTO

BRAND AFFILIATE /BRÄNDIKUMPPANI (BA) – Henkilö, joka rekisteröityy Nu Skinin Brändikumppaniksi ja voi ostaa Tuotteita Jäsenhintaan, myydä Tuotteita asiakkaille, rekisteröidä Rekisteröityjä asiakkaita, eikä ole Pätevöitymässä. Brändikumppania käytetään myös yleisenä viittauksena kaikille Brändikumppaneille ja Brändiedustajille. Esimerkiksi Brand Partneriin tai Brand Directoriin viitataan nimellä Brändikumppani yleisenä viittauksena, kun puhutaan kaikista Brändikumppaneista.

BRAND REPRESENTATIVE/BRÄNDIEDUSTAJA (BR) – Brändikumppani, joka on suorittanut Pätevöitymisen ja joka ei ole menettänyt Brändiedustaja -statustaan. Termiä Brändiedustaja käytetään myös yleisenä viittauksena kaikille brändiedustajan nimikkeille ja sitä korkeammalle. Esimerkiksi Ruby Partneriin tai Diamond Directoriin viitataan nimellä Brändiedustaja yleisenä referenssinä, kun puhutaan kaikista brändiedustajista.

LETTER OF INTEND/AIESOPIMUS (LOI) – Asiakirja tai online-ilmoitus, jonka Brändikumppani toimittaa Nu Skinille ilmoittaakseen aikomuksestaan aloittaa Pätevöityminen ja tulla Pätevöityväksi Brändiedustajaksi.

QUALIFYING BRAND REPRESENTATIVE,/PÄTEVÖITYVÄ BRÄNDIEDUSTAJA (QBR) – Brändikumppani, joka (1) on lähettänyt LOI:n ja saavuttanut kaksi Building-lohkoa (Brändikumppani luokitellaan virallisesti päteväksi Brändiedustajaksi seuraavan viikoittaisen Bonuslaskennan jälkeen), ja (2) on parhaillaan täyttämässä Pätevyyssvaatimuksia.

SALES VOLUME/MYNTIVOLYymi (SV) – kullekin Tuotteelle asetettu pistearvo, jota käytetään Tuotteiden suhteellisen arvon vertaamiseen eri valuutoissa ja markkinoilla, jotta voidaan mitata pätevyyttä eri suorituskyvyn vertailuarvoihin, mukaan lukien Sharing-lohkot, Building-lohkot ja Leadership Team Sales Volume (johtoryhmän myyntivolyymi), ja määritellään Tuotemyynti Kuluttajaryhmässäsi ja Tiimissäsi. Myyntivolyymiä muutetaan ajoittain, kun Yhtiö sen tarpeelliseksi katsoo. Myyntivolyymi eroaa Välityspalkkioperusteisesta Myyntivolyymista. Voit saada tietoja kunkin Tuotteen Myyntivolyymiarvosta ja muista myyntikorvauksiin liittyvistä tiedoista kirjautumalla sisään markkinasi Brändikumppani-sivustolle.

BUILDING BLOCK/BUILDING-LOHKO - Myyntivolyymien mitta. Building-lohko katsotaan valmiiksi vain, kun siinä on 500 Myyntivolyymipistettä (SV). Building-lohko , jonka myyntivolyymi on alle 500 SV-pistettä, on epätäydellinen.

RETAIL CUSTOMER/VÄHITTÄISASIAKAS - Kaikki Rekisteröityneet Asiakkaat, jotka ostavat vähittäismyyntihinnalla. Vähittäisasiakkaan Tuotteen ostopista saatu bonus maksetaan Brändikumppanille, joka on identifioitu myyjäksi kyseisen Tuotetilauksen yhteydessä. Rekisteröimätön asiakas ei sisälly tässä suunnitelmassa Vähittäisasiakkaiden määrittelyyn. Vähittäisasiakkaat eivät osallistu Velocityyn eivätkä voi jälleenmyydä Tuotteita tai rekisteröidä muita Rekisteröityjä asiakkaita.

TITLE/TITTELI – Tittelit saavutetaan Brändiedustajana G1-Brändiedustajien ja -Johtoryhmien määrän perusteella. Nimikkeesi määrittää tasojen lukumäärän, joilla voit ansaita Leading-bonusen.

LEADERSHIP TEAM/JOHTORYHMÄ – G1-brändiedustaja, joka täyttää tietyt johtoryhmän myyntimäärät kuukaudessa.

LEADERSHIP TEAM SALES VOLUME/JOHTAJATIIMIN MYNTIVOLYymi – Johtoryhmän myyntivolyymi on G1-G6-tasojen myyntivolyymien summa (Consumer Group Sales Volume) tietyille G1-brändiedustajalle.

MUISTIINPANOJA

A series of 20 horizontal dashed lines for writing.

MUISTIINPANOJA

A series of 20 horizontal dashed lines for writing.

MUISTIINPANOJA

A series of 20 horizontal dashed lines for writing.

PIKAOPAS



www.otg.global

Tämän materiaalin on tuottanut riippumattomien tuotemerkkien tytäryhtiöiden ryhmä.

Ainutlaatuinen rekisteröintikoodi: 23-12-UK009N035