



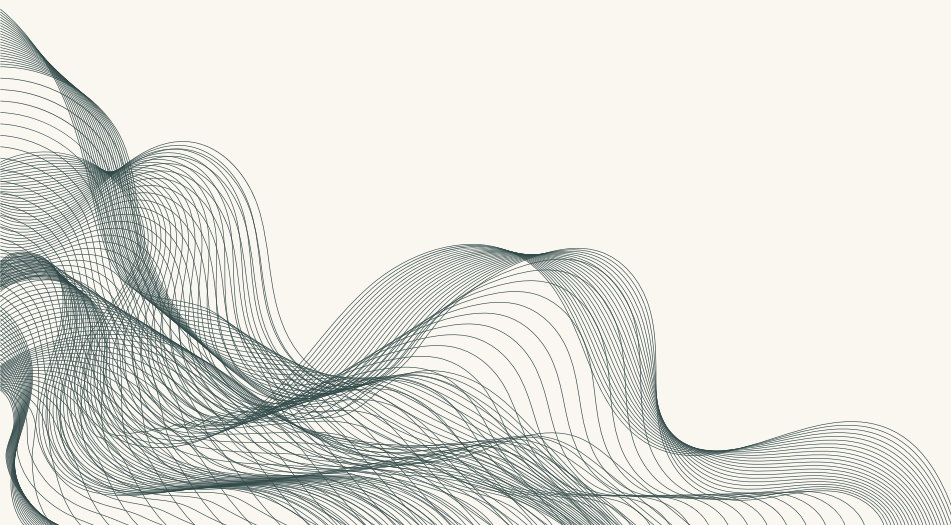
FSB

GYORS ÜZLETI INDULÁS

2024 - Magyar - HU



System7
Europe & Africa



TARTALOM- JEGYZÉK

- 01** KI AZ OTG?
- 03** BELÉPÉSI PONTOK
- 04** SYSTEM 7 MUNKAFOLYAMAT
- 05** CÉLOK
- 07** KONTAKTLISTA
- 09** MEGHÍVÁS
- 11** PREZENTÁCIÓ
- 13** UTÁNKÖVETÉS
- 14** ELINDÍTÁS
- 15** CSAPATMUNKA
- 16** SIKERSZOKÁSOK
- 17** OTG SYSTEM 7
MUNKAFOLYAMAT, RENDEZVÉNYEK, SIKERSZOKÁSOK
- 18** ELINDÍTÁS ELLENŐRZŐLISTA
- 20** VONZÁSMARKETING
- 21** TOVÁBBI FORRÁSOK
- 22** ÉRTÉKESÍTÉSI JUTALÉKTERV
- 23** MAGATARTÁSI KÓDEX
- 24** FÜGGELÉK

ÜDVÖZLÜNK AZ ÚJ VÁLLALKOZÁSODBAN!

Gratulálunk a döntésedhez, hogy a Nu Skin Brand Affiliate-je lettél! Ezt a kézikönyvet a világ különböző pontjairól származó tapasztalt és sikeres vezetők hozták létre annak érdekében, hogy segítsenek neked a Nu Skin üzletépítésed első lépéseiben. Ezek a vezetők önkéntesen ajánlják fel idejüket és tudásukat a One Team Global (OTG) nevű nonprofit szervezetnek.



KI AZ OTG?

NONPROFIT SZERVEZET - 1/2002 TÖRVÉNY
OTG NYUGAT-EURÓPAI SZERVEZET

Az OTG közösség kidolgozott egy 7 lépéses rendszert, amelyet ha követsz, megértheted azokat az alapelveket, amelyek segítségével felépítheted a Nu Skin üzletedet. Ez a rendszer lehetővé teszi vezetői készségeid fejlesztését, miközben megtanulod alkalmazni mindegyik lépést. Sajátítsd el az egyes lépésekhez kapcsolódó készségeket, oszd meg őket a jövődbeli csapattal, és ne feledd el élvezni az utat!



A NU SKIN ÉS AZ OTG KÖZÖTTI KAPCSOLAT

A Nu Skin Enterprises-től független szervezetként az OTG kizárólag Nu Skin Brand Affiliate-ekkel dolgozik együtt. Annak érdekében, hogy segítsen neked az üzleted felépítésében, az OTG létrehozta a System 7 (S7) képzési rendszert, ezt osztjuk meg Veled ebben a kézikönyvben.



NU SKIN

A Te Vállalkozásod

- termékeket fejleszt
- gondoskodik a logisztikáról
- intézi a Brand Affiliate account-odhoz kapcsolódó adminisztratív teendőket
- kifizeti a jutalékodat - többek között.



A Te Támogató Szervezeted

- megtanítja az üzleti alapelveket és mentorálást biztosít
- Brand Affiliate-ek által szponzorált eseményeket szervez
- üzleti anyagokat készít
- Magatartási Kódex (ld. 23. oldal)

BELÉPÉSI PONTOK

Több módja van annak, ahogyan el tudod kezdeni az üzletet.

Bármelyik is a számodra legjobb, az alapelvek ugyanazok minden esetben. Ez a kézikönyv áttekintést ad ahhoz, hogyan használd a rendszert az elindulás során és a jövőbeli üzletépítéshez egyaránt.



TERMÉKEK ÉS TECHNOLOGIÁK

.....
Oszd meg a terméktapasztalatot demók segítségével

SOCIAL SELLING

.....
Oszd meg a terméktapasztalatodat online

PHARMANEX

.....
Wellness program és táplálékkiegészítők

ÜZLETÉPÍTŐ

.....
Építs hálózatot hosszútávú vízió szem előtt tartásával

SYSTEM 7 MUNKAFOLYAMAT

1

CÉLOK

Állítsd fel a kezdeti céljaidat rövidtávra és hosszútávra egyaránt. Írd le őket, és rendelj hozzájuk határidőt.

2

KONTAKTOK

Írd le a kapcsolati listádat.

3

MEGHÍVÁS

A meghívás olyan, mint egy mozielőzetes - kelts kíváncsiságot!

4

PREZENTÁCIÓ

Tanuld meg, hogyan prezentáld az üzleti lehetőséget és oszd meg a termékeket.

5

UTÁNKÖVETÉS

Az üzleti lehetőség és a termékek bemutatását követően bátorítsd a jelöltet arra, hogy akcióba lendüljön.

6

ELINDÍTÁS

Segíts a jelöltnek elindulni a termékeket és a System 7 Munkafolyamatot illetően.

7

CSAPATMUNKA

Dolgozzatok együtt a siker érdekében.

Ezek a sikered lépcsőfokai és mindegyik abban segít téged, hogy előrehaladjon az üzleted.

1. CÉLOK

Mik a céljaid? Jelöld ki a fő céljaidat! Egy nem leírt cél határidő nélkül inkább csak egy kívánság, ezért azt tanácsoljuk, hogy írd le a céljaidat és rendelj hozzájuk határidőket.

- Jövedelem
- Személyiségfejlődés
- Kapcsolatok
- Vállalkozás
- Egyéb:

Mennyire van **szükségem** / mennyit **akarak** keresni a Nu Skin üzletemből havonta?

Ahhoz, hogy valaki Brand Affiliate-ként számottevő jutalékban részesüljön, jelentős mennyiségű idő, energia és elkötelezettség szükséges. A siker a hozzáértésen, képességeken és a vezetői készségeken is múlik. Ez nem egy olyan program, mely azonnali gazdagsághoz vezet, az anyagi sikerre nincs garancia, az eredmények pedig résztvevőkként nagyon eltérőek. Az Értékesítési Teljesítmény Programban foglalt szintenkénti bevételek ismertetője itt található: www.nuskin.com

1 HÓNAP

6 HÓNAP

1 ÉV

Mely tevékenységeket fogom végezni, hogy elérjem a céljaimat?

1. Termékértékesítés, 2. Ismerősök meghívása, 3. Posztolás a közösségi médiában, 4. Vevőszerzés, 5. Prezentációk/demók

1 HÓNAP

6 HÓNAP

1 ÉV

Mennyi időt akarak hetente befektetni az üzletembe, hogy elérjem a céljaimat?

1 HÓNAP

6 HÓNAP

1 ÉV

Oszd meg ezt az információt a szponzoroddal (a személy, aki bemutatta neked ezt az üzletet) és/vagy a felsővonaladdal, mivel ők fognak támogatni téged a céljaid elérésében. Egy vállalkozás felépítése **kemény munkát, elkötelezettséget és türelmet** igényel, tehát ne felejtse el, hogy a céljaid és a vállalkozásodba fektetett idő között összhangnak kell lennie.

2. KONTAKTLISTA

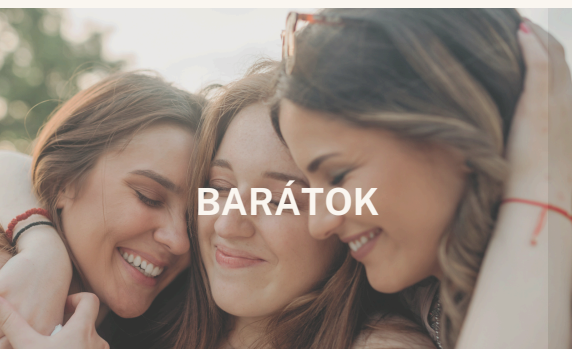
CSALÁD / BARÁTOK / MUNKA / KÖZÖSSÉGEK (CSBMK)

Ne feledd, a kontaktlista elkészítése cselekvésorientált folyamat, és azok élvezhetik a sikert, akik végrehajtják a terveiket.

Ne bocsátkozz előzetes találgatásokba, amikor megírod a kontaktlistádat, és légy tisztában azzal, hogy ez egy folyamatosan növekvő lista, amelyet üzletépítéssel, kapcsolatrendszered építése során bővíteni fogsz. Kezdd azzal, hogy leírod mindenkinek a nevét, akit csak ismersz. Javasoljuk, hogy azokat tedd a lista elejére, akik a kapcsolatrendszeredben a legdinamikusabbak, illetve akik nagy hatással vannak a környezetükre. Azért, hogy egyszerű dolgod legyen, azt javasoljuk, hogy ebbe a 4 kategóriába oszd szét az ismerőseidet.

Tedd meg még ma!

Gondold végig a közösségi medián létrejött kapcsolataidat is. Néhányan bizonyára beletartoznak ezen kategóriák egyikébe.



2. KONTAKTLISTA

ÍRD LE A LEGNAGYOBB BEFOLYÁSSAL BÍRÓ EMBEREKET A NÉGY ISMERETSÉGI KÖRÖDBEN:

Állíts össze egy 60 nevet tartalmazó listát a kapcsolatrendszeredben lévő emberekről, és válaszd ki előzetesen néhányukat, akiket az üzlet és/vagy a termékek érdekelhetnek. Válassz 10-et a barátok, 10-et a családtagok, 10-et az üzleti élet, 10-et a közösségek területéről és 20-at a közösségi médiából. Határozd meg: Ki ő? Miért gondoltam rá? Üzlet vagy termék? Mit mondott?

CSALÁD

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

BARÁTOK

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

MUNKA

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

KÖZÖSSÉGEK

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. MEGHÍVÁS

A meghívás célja, hogy felkeltsd a jelölted kíváncsiságát, és többet akarjon megtudni arról, amit ajánlani akarsz neki. Mint egy filmelőzetes, amelyet ha megnézel, látni akarsz majd a teljes filmet.

Képzeld magad annak a személynek a helyzetébe, akit szeretnél meghívni, hogy többet tudjon meg az ajánlatodról. Mi érdekelheti? Anti-aging bőrápolás, táplálékkiegészítők, szépségápolási eszközök vagy esetleg egy üzleti lehetőség, amivel plusz pénzt kereshet?

Ne feledd: Mindig a másik személy igényeire összpontosíts, és arra, hogy te és a lehetőség hogyan tud segíteni neki.

Dönts el, mire hívod meg a jelölted:

- Tudjon meg többet a termékekről?
 - Egy termékshow-ra?
 - A Facebook csoportodba?
 - Egy mérésre a Biofotonikus Szkennerrel?
 - Megmutatod a LumiSpát a konyhaasztalodnál?
- Tudjon meg többet az üzleti lehetőségről?
 - Egy üzleti prezentációra egy hotelbe?
 - Online üzleti prezentációra vagy webináriumra?
 - Egy személyes találkozóra egy kávé mellett?

Ugyanazok az elvek működnek az üzleti lehetőség illetve a termékek bemutatása során akár a közösségi média felületeken dolgozol, akár üzleti prezentációkat vagy termékshow-kat tartasz.

Tippek a meghíváshoz

1. Legyél rövid ebben a fázisban: ne menj bele a részletekbe, a cél, hogy kötelezd el őket, hogy megnézzenek egy prezentációt.
2. Csak kedves, őszinte és tettekre szembereket hívj meg!
3. Legyél lelkes (de ne áraszd el a másikat a lelkesedéssel).
4. Hallgass többet, mint amennyit beszélsz!
5. Ne félj a kérdésektől - a következő lépésnél, a prezentációnál mindenre választ kapsz.
6. Válgass szokásoddá, hogy rendszeresen meghívj új érdeklődőket a találkozókra.

A meghívás 5 C-je:

- 1. Compliment** – dicséret: mindenki szereti, ha dicséretet kap. Mondd el nekik, mi bennük a különleges!
- 2. Curiosity** – kíváncsiság felkeltése: ahogy már volt róla szó, ne mondd el mindent elsőre!
- 3. Credibility** – hitelesség: beszélj a cég hitelességéről!
- 4. Control** – kontroll: légy rövid, a jelölted mostani állapotához mérten beszélj, érdd el, hogy kíváncsi legyen továbbiakra!
- 5. Commitment** – elköteleződés: fixáld le a találkozó időpontját!

** Még több tanácsot kaphatsz a legtapasztaltabb vezetőktől a hu.otg.global oldal "Kezdj bele" részében*

3. MEGHÍVÁS

A MEGHÍVÁS 5C-JE

Az "5C" sablon használatával segíthetsz másoknak megtanulni, hogyan hozzák el ismerőseiket egy tájékoztatóra, amely majd bemutatja nekik a lehetőséget, a technológiát, vagy a terméket.

Az alábbiakban bemutatunk néhány "5C" példát. Azt javasoljuk, keresd fel üzleti mentorodat, hogy segítsen Rád szabni, a Te szavaiddal finomhangolni az eleve nagyon hatékony sablonokat. A meghíváskor fontos, hogy önmagad legyél, és úgy kommunikálj a leendő ügyféllel, ahogyan általában kommunikálsz vele.

Egy wellness és öregedésgátló szakértő

"Olyan emberekkel keresek kapcsolatot, mint Te, akik sikeresek a wellness és öregedésgátlás iparban, és akik nyitottak egy ajánló program megismerésére. A programban található termékek és technológiák számos díjat nyertek, köszönhetően a Nu Skin különböző platformokba, köztük új wellness alkalmazásunkba való befektetéseinek. A legjobb módja annak, hogy további információkat tudj meg, ha csatlakozol valamelyik online üzleti prezentációnkhoz. A kedd vagy a csütörtök felelne meg Neked a legjobban?"

Egy vállalkozó

„Köszönöm az érdeklődését! Olyan helyi üzletemberekkel szeretnék kapcsolatot építeni, akik motiváltak és fókuszáltak, akárcsak Ön. Egy wellness-re és öregedésgátlásra szakosodott cég képviselője vagyok, amelynek innovatív és kifizetődő üzleti modellje lehetővé teszi, hogy saját vállalkozást építsen fel. A kapcsolatrendszerét tekintve úgy hiszem, nagyszerű lehetőség lenne Önnek, hogy megismerje a termékínálatunkat. Érdekelne további információ?"

Egy barát

"Örülök, hogy érdeklődsz az új kalandom iránt! Alig várom, hogy még többet osszak meg Veled az új üzleti vállalkozásomról, amely lehetővé teszi, hogy más partnerekkel együtt dolgozzunk és fejlődjünk! Most állítom össze a partneri csapatomat, és, mivel ismerem a másokon való segítség iránti szenvedélyedet (vagy bármilyen okból is választottad ezt a személyt), szerettem volna beszélni Veled erről az üzletről és ezekről a termékekről. A cég 40 éves sikerét ünnepli, és számos országban befutott, így velem dolgozva Neked is globális üzleted lehet. A legjobb módja annak, hogy a megfelelő információkat megosszam Veled, ha meghallgatod az egyik online üzleti prezentációmat, ami ma este lesz. Küldhetem a részleteket?"

4. PREZENTÁCIÓ

Az üzlet és a termékek prezentálását meg kell tanulnod. Azt javasoljuk, hogy az első pár alkalommal a szponzoroddal együtt beszélj a kontaktjaiddal. A munkafüzet hátulján találsz olyan OTG anyagokat, amelyek segítenek abban, hogy be tudd mutatni az üzletet.

Az OTG hivatalos prezentációit használjuk, melyekhez hozzáférhetsz az otg.global weboldalon. A prezentációk mindegyike 5 kulcsfontosságú pontot tartalmaz:

TRENDEK

CÉG

TERMÉKEK

ÉRTÉKESÍTÉSI
TELJESÍTMÉNY PROGRAM

IDŐZÍTÉS

Tanuld meg, hogy hogyan tudod mindezt egy percben elmondani, és sajátítsd el a bővített változatot is. Dolgozz együtt ezen a szponzoroddal.

A prezentálás különböző módjai a következők:

1. Személyes találkozó az érdeklődővel, egyedül vagy a szponzoroddal.
2. Az érdeklődő meghívása egy nyílt OTG találkozóra (üzleti prezentáció).
3. Posztok a közösségi médián.
4. Termék demó / Beauty party / Expo.
5. Az érdeklődő meghívása egy online prezentációra, melyet az általatok kommunikált nyelven rögzítettek. Fontos! A prezentációt/bemutatót követő 48 órán belülre mindig egyeztess egy új időpontot - lehetőleg a szponzoroddal/üzleti partnerreddel együtt.

Fontos! A prezentációt/bemutatót követő 48 órán belülre mindig egyeztess egy új időpontot - lehetőleg a szponzoroddal/üzleti partnerreddel együtt.



4. PREZENTÁCIÓ

Íme néhány példa az 5 pontos prezentáció egy percben történő bemutatására:

1 "Egyetértesz azzal, hogy egyre többen igénylik a rugalmas munkaidőt és az otthoni munkavégzés lehetőségét? Ez egy növekvő trend, és a mi vállalkozásunk lehetővé teszi az embereknek, hogy részesei legyenek mindennek. A vállalat 40 éves sikerét ünnepli, és megtalálhatod a céget a New York-i értéktőzsdén is. Számos öregedésgátló termékből álló portfóliónk van, amelyek látványos eredményeket hoznak, beleértve az ageLOC nevű márkát, amely egy 10 milliárd dolláros brand. Ez az üzlet lehetővé teszi számunkra, hogy ne csak a termékeket osszuk meg másokkal, hanem az üzleti lehetőséget is, amennyiben plusz jövedelemre vágnak. Mi egy nagyon innovatív vállalat vagyunk, hatalmas vízióval az öregedésgátló termékek és technológiák terén, ezért most van itt az ideje, hogy részt vegyél egy üzleti prezentáción és többet megtudhass minderről."

2 "Biztos vagyok benne, hogy Te is egyetértesz azzal, hogy egyre többen szeretnének otthonról, online munkával egy kis plusz pénzt keresni. A cégünk lehetőséget ad neked arra, hogy saját vállalkozásod legyen, online munkavégzéssel, rugalmas munkaidővel. A cég olyan termékek széles választékával rendelkezik, amelyeknek jól bemutatható a hatása a közösségi médián előtte-utána képek formájában. Több mint 250 termék közül választhatod ki azokat, amelyek a legalkalmasabbak az online promócióra, ezeket megosztva elkezdesz pénzt keresni a vásárlások után. Javaslom továbbá, hogy oszd meg ezt az affiliate programot olyanokkal, akik érdeklődnek az iránt, hogy egy vállalkozást építsenek fel ezen kiváló termékekkel. Ahogy egyre több ember keresi az online munkalehetőséget és a rugalmas időbeosztást, fontos olyan partnercéget választani, amely rendelkezik egy jövőbeli növekedési tervvel – és ez szintén igaz ránk."

3 Példa a szépség-, öregedésgátló és wellness-iparban már dolgozó szakemberek számára:

"Mindig fontos figyelembe venni a piaci trendeket, amikor üzleti partnerségre kívánunk lépni egy céggel. A mi vállalatunk innovatív öregedésgátló termékeket kínál, és hat egymást követő évben, 2017-től 2022-ig a világ első számú márkája lett a Szépségápolási Eszközrendszerek terén. Ez egy gyorsan növekvő trend, amely lehetővé teszi, hogy megoszd olyan emberekkel az ismerettségi körödben, akik már elkötelezettek a szépség és a wellness iránt. A cég rendkívül innovatív, olyan technológiákat és termékeket fejlesztett ki, amelyek tudományos alapokon nyugszanak. Vállalatként tudományosan vezérelt öregedésgátló termékeket kínálunk, amelyek a öregedés látható jeleinek csökkentésére szolgálnak. Meg tudom mutatni, hogy hogyan végezd ezeknek a termékeknek a marketingjét, hogy kiegészítő jövedelmet szerezz a jelenlegi üzleti tevékenységeiden kívül és extra szolgáltatásokat nyújthass ügyfeleidnek. Az öregedésgátlás, a technológia, az IoT és mesterséges intelligencia piaci trendjeinek köszönhetően tökéletes az időzítés arra, hogy belenézz ebbe a lehetőségbe."

5. UTÁNKÖVETÉS

Az utánkövetés legjobb módja, hogy megkérdezed a jelöltet, hogy mikor és hogyan akar továbblépni. Készülj fel rá, hogy a jelöltednek lesznek kérdései. Ha nincs meg azonnal a megfelelő válaszod egy kérdésre, mondd meg neki, hogy utána nézel, vagy hívd be a hívásba a szponzorod.

Mindig maradj vele kapcsolatban és gondoskodj arról, hogy le legyen vele egyeztetve az időpont a következő lépéshez (legyen az személyes találkozó, telefonos beszélgetés, Skype). Akár kettő vagy több utánkövető találkozás is szükséges lehet a jelölttel, mire csatlakozik az üzlethez, úgyhogy legyél türelmes. Ha a jelölt nyitott, de még nem áll készen, mindenképpen kérdezd meg tőle, hogy rendben van-e részéről, ha újra megkeresed majd és további infót küldesz neki. ("Rendben van részéről, ha továbbra is tájékoztatlak...")

Az is fontos, hogy hagyd abba az utánkövetést, ha a jelölt nem érdeklődő. Kérdezd meg, hogy rendben van-e ha, később újra felveszed vele a kapcsolatot, hogy megbeszéljétek, hogy azóta jobb-e az időzítése. Te egy kiváló lehetőséget ajánlasz, de a te sikered nem egyetlen személyen múlik.

Egy "nem" egyébként jobb, mint egy "talán" (és időt spórol neked), úgyhogy ne félj konkrét választ kérni.

TÖLTSD LE A NU SKIN CONNECT ALKALMAZÁST

Intelligens kapcsolatépítés, kapcsolatkezelés, egyéni listák, tervezés és szervezés, trendek és tevékenységkövetés



Fontos, hogy nyomonkövess mindenkit, akivel akár az üzletről, akár a termékekről beszéltél, hogy ne felejtss el őket utánkövetni, és hogy emlékezz, hogy az egyes személyekkel milyen információkat osztottál meg. A Nu Skin létrehozott egy alkalmazást, amely lehetővé teszi ezt számunkra, így ha letöltöd a Nu Skin Connect alkalmazást és bejelentkezel a Nu Skin azonosítóddal, elkezdheted hozzáadni a kapcsolataidat az alkalmazáshoz.

6. ELINDÍTÁS

Ha még nem tetted meg, akkor nézd meg a "BB II - Elindítás" tréninganyagot.

Amikor beregisztrálsz egy új üzleti partnert, tedd a következőket:

1. A fogyasztóknak segíts az első rendelést elkészíteni és adj számukra hozzáférést, hogy a termékkel kapcsolatos információkhoz és segédanyagokhoz hozzájuthassanak.
2. Tájékoztasd őket az ADR programról, és amennyiben igénylik, segíts nekik elkészíteni az ADR rendelésüket.
3. A Brand Affiliate-eknek tanítsd meg, hogyan tudják ezeket a prémium minőségű termékeket értékesíteni a végfelhasználóknak a social medián keresztül vagy személyes találkozón.
4. Győződj meg róla, hogy az új üzlettársadnak van egy példánya a FSB-ből.
5. Mutasd meg nekik, hogyan tudja letölteni a 3 alkalmazást - Nu Skin Stela, Vera, Nu Skin Connect.
6. Mutasd meg nekik az OTG weboldalát, segítsd az új affiliate partnereket beregisztrálni az OTG levelezőrendszerébe, és hívd meg őket az OTG helyi Facebook csoportjába.
7. Mindenképpen egyeztessetek időpontot egy üzleti prezentációra, ahova az új Brand Affiliate meg tudja hívni a jelöltjeit, és írjátok be a következő helyi OTG S7 Workshop időpontját, ahol kap egy alapképzést és találkozni tud a csapattagokkal. Mutasd meg neki az otg.global oldalt és a rendezvénykeresőt.
8. Segíts az új partnerednek, hogy EGYSZERŰEN és KÖNNYEN tudja elkezdni az üzletet.

7. CSAPATMUNKA

Mindannyian nyerünk, ha csapatban dolgozunk by following the OTG Code of Conduct and the four principles of being an OTG Team Player.

Építs mélységet az üzletedben azáltal, hogy mélyre mégy az ismeretségi körödben.

Tartsd tiszteletben a testvérvonalakat, a többi Brand Affiliate-et a találkozókön, tréningeken és minden más alkalommal.

Betartjuk a Magatartási Kódexet és az OTG csapatjátékos négy alapelvét.

Duplikáció: Tanuld meg, alkalmazd és tanítsd meg azokat az elveket, amelyekkel sikeresen lehet vásárlókat szerezni és üzletet építeni. Légy tanítható, folyamatosan cselekedj, és légy olyan példa, akiktől tanulni tudnak mások. Jusson eszedbe, hogy a valódi vezetés nem csak a saját sikeredet jelent, hanem a csapatod sikerét is.

Felépítés: Sajátítsd el azt a képességet, hogy mindig pozitívan beszélsz, hogy ezzel is kiemeld, mennyire értékeled azokat a különböző tényezőket, amelyek a személyes sikeredhez segítenek téged. A felépítési folyamatnak nagy ereje van az üzletépítés során, különösen, amikor új csapattagot mutatsz be a mentorodnak vagy a csapatodnak. A felépítés folyamata lényegében az, hogy méltatunk valakit vagy valamit. Kérd meg a felsővonaladat, hogy magyarázza ezt el részletesebben neked, és gyakoroldj, hogy szakértőjévé válj.

Tiszteld a testvérvonalakat: Mind ugyanahhoz a "családhoz" tartozunk, ezért tiszteljük és bátorítsuk egymást! Beszélj pozitívan a testvérvonalaiddal, és építsd fel a felsővonalaidat.

A testvérvonalad olyasvalaki, aki nem felsővonalad és nincs az alsóvonal szervezetedben sem. Fogod hallani a keresztvonal szót, vagy azt, hogy ne keresztvonalazz. A keresztvonalazás egy cselekvés; például nem a testvérvonaladat kéred meg, hogy tanítsa meg neked az üzletet, mert ez keresztvonalazásnak minősülne. Amikor van egy problémád vagy kihívásod, emlékezz, hogy a felsővonalad vagy a cég felé jelezd azt.

Konzultáció: Nyújts útmutatást a Brand Affiliate-jeidnek üzletépítésük során. Ez magában foglalja a célok meghatározását és az akciólépések nyomonkövetését.

Így prosperálunk együtt a Nu Skin-nel!



Duplikáció

Felépítés

Tiszteld a
testvérvonalakat

Konzultáció

A SIKER 7 ALAPVETŐ SZOKÁSA

Ahhoz, hogy vezetővé válj, először neked kell vezetőként viselkedned és cselekedned. Ezek az alapvető szokások elengedhetetlenek az üzleted sikeréhez, ezért azt javasoljuk, hogy legalább havonta egyszer nézd át ezt a listát és értékeld magad, hogy gyakorlod-e őket. Ha 1-től 10-ig értékeled magadat (1-gyenge, 10 legjobb) minden egyes szokás tekintetében, az segít tudatosítani, hogy melyek azok a területek, amelyeken még dolgoznod kell, hogy olyan szokásaid alakuljanak ki, amelyek elengedhetetlenek a sikeres vezetővé váláshoz.

01

Légy a termék terméke.

02

Legyenek rendszeresen új vásárlóid.

03

Minden hónapban mutasd be az üzletet és a termékeket új embereknek.

04

Törekedj legalább 2 blokk teljesítésére minden héten.

05

Tápláld az elméd, képezd magad minden nap.

06

Maradj az áramlásban, és vegyél részt az OTG rendezvényeken.

07

**Légy csapatjátékos:
duplikáció, felépítés, tiszteld a
testvonalakat: ne keresztvonalazz,
konzultáció**



MUNKAFOLYAMAT

1. Célok kitűzése
2. Kontaktlista elkészítése
3. Meghívás
4. Mutasd be a lehetőséget / a termékeket
5. Utánkövetés
6. Elindítás
7. Csapatmunka

RENDEZVÉNYEK

1:1 személyes prezentáció 

Business Briefing

BB[®]

Helyi rendezvények 

System 7 WorkShop



Success Summit



Termék-prezentáció



Nu Skin Convention 

SIKERSZOKÁSOK

1. Légy a termék terméke.
2. Legyenek rendszeresen új vásárlóid.
3. Minden hónapban mutasd be az üzletet és a termékeket új embereknek.
4. Törekedj legalább 2 blokk teljesítésére minden héten.
5. Tápláld az elméd, képezd magad minden nap.
6. Maradj az áramlásban, és vegyél részt az OTG rendezvényeken.
7. Légy csapatjátékos.

DUPLIKÁCIÓ

FELÉPÍTÉS

TISZTELD A TESTVÉRVONALAKAT
NE KERESZTVONALAZZ

KONZULTÁCIÓ

ELINDÍTÁS ELLENŐRZŐLISTA

KEZDJ EL CSELEKEDNI MOST!

Most, hogy ismered a System 7 Munkafolyamatot és a Sikerszokásokat, emlékezz rájuk a mindennapokban és tanítsd őket az új csapattagjaidnak is.

Bizonyára hasznodra válik majd egy ellenőrzőlista az új Brand Affiliate-jeid elindításához.

1

Regisztrálj be mint Brand Affiliate és tanuld meg, hogyan kell rendelést leadni.

Ahhoz, hogy promótálni illetve ajánlani tudd őket, érdemes kipróbálni termékeket, így rátalálhatsz a kedvenceidre.

2

Töltsd le a Vera alkalmazást és végezd el a bőrelemzési konzultációt.

Ez a konzultáció termékeket fog javasolni számodra. Lehet, hogy ezekből fog állni az első rendelésed, de az is lehet, hogy a szponzorod más termékeket javasolt az induláshoz.

3

Töltsd le a Nu Skin Stela alkalmazást.

Ez a Brand Affiliate-eknek szóló alkalmazás, amelyben nyomon tudod követni a haladásodat, valamint termékajánlatot tartalmazó linkeket tudsz generálni a vevőid számára.

4

Egyeztess le egy megbeszélést/találkozót a szponzoroddal.

Mindezt 24 órán (de legfeljebb 48 órán) belül bonyolítsátok le, hogy tudjon segíteni az első prezentációddal (akár online, akár offline), termékdemóddal és/vagy közösségi média posztoddal.

5

Ismerd meg a System 7 Munkafolyamatot.

Vegyétek végig ezt a füzetet a szponzoroddal.

ELINDÍTÁS ELLENŐRZŐLISTA

6

Kapcsolódj be.

Csatlakozz az OTG Európa és Afrika, valamint a helyi OTG csoportokhoz a Facebook-on.

7

Ellenőrizd az eseménynaptárt.

Ellenőrizd az eseménynaptárt az <http://otg.global> oldalon, hogy hol és mikor lesznek a következő találkozók/rendezvények/üzleti prezentációk a közeledben.

8

Töltsd le a Nu Skin Connect alkalmazást.

A Nu Skin Connect alkalmazás segítségével innovatív, könnyen használható funkciókat tudsz elérni, amelyekkel időt is spórolhatsz üzleted építése során.

9

Hozz létre ADR-t (Automatikus Szállítási Hűségprogram).

A Nu Skin hűségprogramját nagyon érdemes igénybe venni. Egy ADR létrehozásával a termékeket havi vagy kéthavi rendszerességgel szállítják ki neked, és az ADR rendelés SV értékének 20 vagy 30%-át kapod meg termékpontként, amelyeket azután termékekre válthatsz. Bármikor meg tudod változtatni az ADR tartalmát.

10

Beszélg emberekkel.

Kezdj el beszélni a kontaktlistádon szereplő emberekkel a termékekről és az üzleti lehetőségről.

Ne feledd, hogy a Nu Skin Account Managered mindenben támogat téged, és bármilyen kérdéssel fordulhatsz hozzá.

ISMERD MEG A VONZÁSMARKETINGET

Vonzásmarketing

„A vonzásmarketing olyan marketingtechnikák alkalmazása, amelyek kifejezetten arra szolgálnak, hogy az ügyfél megtudja, hogy mivel foglalkozol, és hogy már megvásárlása előtt tudja, hogy egy szolgáltatás vagy termék milyen jótékony hatással lesz rá.” - Facebook

A vonzásmarketing lényege, hogy inkább te vonzd a jelölteket magadhoz, mintsem te fuss utánuk.

A vonzásmarketingnek átgondoltnak kell lennie, nem automatizálnak. Ismerd meg a Nu Skin Közösségi Média Irányelveit és az egyéb vonatkozó irányelveket a nuskin.com oldalon.

Az emberek sokszor tévesen azt gondolják, hogy a termékeket vagy a Nu Skin-t kell ajánlani a közösségi médiában, pedig a tény az, hogy MAGADAT kell promótálni mivel az igazi termék TE vagy.

Ahhoz, hogy az emberek "megvegyenek" téged, először meg kell ismerjenek, kedvelniük kell, és meg kell bízniuk benned. Kezdj el kiépíteni egy közönséget olyanokból, akik hasonló érdeklődési körűek (ne csak a barátaidból vagy Nu Skin Brand Affiliate-ekből).

Kell, hogy legyen egy stratégiád, és ahhoz tartanod kell magad, amikor kommunikálsz és érdekes tartalmat hozol létre. Legyél hiteles és építsd fel a saját márkádat: inspirálódj másoktól, de ne másold őket. Legyél önmagad legjobb verziója, és ne másvalakinek a második legjobb verziója!

Különböző fajta posztokat váltogass a közösségi médián: személyes jellegű posztok (rólad, a társasági életedről, az életstílusodról), üzleti célú poszt, ismeretterjesztő poszt, poszt a termékeink hatásairól, vicces posztok (ahol te és a csapatod jól érzitek magatokat) .

Olyan embereket fogsz bevonni, akik tudnak azonosulni veled és ahogyan dolgozol: azokat vonzza majd az életstílusod és az, AKI VAGY, akik hasonlóan gondolkodnak hozzád!

TOVÁBBI FORRÁSOK

<http://otg.global>

Az üzleti támogató weboldalad (login: az adott hónap neve angolul, első betű nagybetű)

Nu Skin források

learningcenter.nuskin.com

A Learning Center-ben sok képzési anyagot találsz. Ne feledd, hogy az alapvető irányelvekkel kapcsolatos tréninget 30 napon belül el kell végezned ahhoz, hogy jutalékkifizetést kapj. Minden más képzést a saját időbeosztásod szerint végezhetesz majd el.

Kérd meg a szponzorod, hogy tegyen be a helyi Facebook csoportotokba.



AJÁNLOTT KÖNYVEK /HANGANYAGOK LISTÁJA

Könyvek

- Chris Taylor: A siker formulája
- Napoleon Hill: Gondolkodj és gazdagodj!
- Og Mandino: A világ legnagyobb üzletkötője
- Robert Kiyosaki: Gazdag papa, szegény papa
- Stephen Covey: A kiemelkedően eredményes emberek 7 szokása
- Kevin Hall: Aspire
- Anthony Robbins: Ébreszd fel a benned szunnyadó óriást!
- Jeff Olson: The slight edge
- James Allen: As a Man Thinketh
- Spencer Johnson: Peaks and valleys
- Bob Proctor: Nem a pénz boldogít
- Robin Sharma: Rangnélküli vezető
- T. Harv Eker: A milliomos elme titkai
- Dale Carnegie: Hogyan szerezzünk barátokat és befolyásoljuk az embereket
- Robin Sharma: A szerzetes, aki eladta a Ferrariját
- Joe Calloway: Magnetic: The Art of Attracting Business
- Frazer Brookes: I Dare You
- Frazer Brookes: I Double Dare You
- Hal Elrod: The Miracle Morning
- Dan Sullivan: 10x is Easier than 2x



OTG MAGATARTÁSI KÓDEX

1. Az OTG Jövőképpel és Küldetéssel* összhangban folytatom üzletvitelemet.

2. Mindenkor tisztelettel bánok minden csapattaggal és ismerőseikkel.

3. Törekszem rá, hogy a termék terméké váljak.

4. Pozitív és bátorító attitűdöt tartok fenn, amely tükrözi az OTG értékrendjét. Tisztelettel közelítek másokhoz, kerülöm a leépítő (negatív) kommunikációt és tetteket.

5. Felépítem a többi Brand Affiliate és más csoportok szponzorait és vezetőit. Arra bátorítok mindenkit, hogy a növekedés és siker érdekében dolgozzanak együtt vezetőikkel. Felelősen cselekszem, példamutatással tanítok és vezetek. Támogatok és bátorítok minden Brand Affiliate-et, aki elkötelezettséget mutat az üzlet iránt.

6. Folyamatosan tanulok és fejlesztem magam a <http://otg.global> oldalon megtalálható OTG System 7 képzési anyagaiban foglalt alapelveket követve. A Nu Skin által jóváhagyott hivatalos OTG anyagokat használom.

7. Termékek értékesítése illetve vásárlása esetén a Nu Skin által lefektetett irányelveket tartom szem előtt.

8. Csak olyanokat toborzok, akik jelenleg nem aktívak a Nu Skin-ben. Soha nem bíztatok aktív Brand Affiliate-eket illetve jelölteket arra, hogy regisztráljanak másik csoportba. Egyetértek azzal, hogy ez semmilyen körülmények között nem elfogadható.

9. Egyetértek abban, hogy a felmerülő kérdéseket és konfliktusokat a céggel és a felsővonallammal rendezem.

10. A megjelenésem és öltözetem mindenkor tiszta, rendezett és profizmust sugall.

11. Igyekszem részt venni minden OTG által ajánlott S7 rendezvényen, beleértve az üzleti prezentációkat, System 7 Workshopokat, a helyi rendezvényeket, a Success Summit-okat / Sikerolimpiákat és a Nu Skin rendezvényeket.

Ezúton tanúsítom, hogy megkaptam az OTG Magatartási Kódexet, azt elolvastam, megértettem és magamra nézve kötelezőnek ismerem el. Kérdés esetén az OTG Magatartási Kódexet tekintem irányadónak.

Dátum:

Aláírás:

***Jövőkép:** Az OTG víziója egy olyan egyedi, globális szervezet létrehozása csapatmunka, mentorálás, támogatás által, mely lehetővé teszi az egyének számára egy profitábilis, nemzetközi Nu Skin vállalkozás felépítését.

***Küldetés:** Az OTG küldetése vezetők támogatása egy olyan globális rendszer létrehozása által, amely a kölcsönös hozzájáruláson, az őszinteségen, az elszámoltathatóságon, becsületességen és tiszteleten alapul. (az angol változat rövidítve: CHAIR)

FÜGGELÉK

ÉRTÉKESÍTÉSI TELJESÍTMÉNY PROGRAM SZÓJEGYZÉK

BRAND AFFILIATE (BA) – Bármely személy, aki Brand Affiliate-ként regisztrál a Nu Skinnél, és Tagoknak szóló áron vásárolhat termékeket, termékeket értékesíthet vásárlók számára, Regisztrált Vásárlókat regisztrálhat, és nem áll Kvalifikáció alatt. A Brand Affiliate általános hivatkozásként is szolgál minden Brand Affiliate és Brand Representative számára. Nevezhetünk például egy Brand Partnert vagy egy Brand Directort is Brand Affiliate-nek, amikor az összes Brand Affiliate-ről általánosságban beszélünk.

BRAND REPRESENTATIVE – Olyan Brand Affiliate-ek, akik sikeresen teljesítették a Kvalifikációt, és nem veszítették el Brand Representative státuszukat. A Brand Representative mint általános kifejezés a Brand Representative és minden afeletti címre is utal. Nevezhetünk például egy Ruby Partnert vagy egy Diamond Directort is Brand Representative-nak, amikor az összes Brand Representative-ről általánosságban beszélünk.

SZÁNDÉKNYILATKOZAT – Egy dokumentum vagy online formanyomtatvány, amit egy Brand Affiliate nyújt be, hogy ezzel jelezze szándékát a Nu Skin felé, hogy el szeretné kezdeni Kvalifikációját, és Kvalifikáló Brand Representative-vá kíván válni.

KVALIFIKÁLÓ BRAND REPRESENTATIVE – Egy Brand Affiliate, aki (1) benyújtotta a Szándéknnyilatkozatot, és teljesített két Building Blockot (egy Brand Affiliate hivatalosan a következő heti bónuszszámítás után minősül Kvalifikáló Brand Representative-nak), és (2) folyamatban van nála a Kvalifikációs feltételek teljesítése.

ÉRTÉKESÍTÉSI FORGALOM (SV) – Egy pontokon alapuló rendszer, amelyet a Nu Skin a termékek relatív értékének a különböző valutákon és piacokon keresztül való összehasonlítására alkalmaz. Ezáltal mérhetővé válik a különböző teljesítménymutatókra – Sharing Block, Building Block és Vezetői Csoportforgalom – való kvalifikáció, valamint számszerűsíthető Fogyasztói csoportja és Csapata termékértékesítései. A Társaság belátása szerint az Értékesítési forgalom időről időre változhat. Az Értékesítési forgalom nem ugyanaz, mint a Jutalékalapot Képző Érték. A különböző termékekre vonatkozó Értékesítési forgalommal és egyéb, az értékesítési kompenzációval kapcsolatos információkat a helyi piac Brand Affiliate honlapján tekintheti meg.

BUILDING BLOCK – Az Értékesítési forgalom mértékegysége. Egy Building Block csak akkor minősül befejezettnek, amikor 500 pontnyi értékesítési forgalom áll mögötte. Egy 500 pontnyi értékesítési forgalomnál kevesebbet tartalmazó Building Block befejezetlennek minősül.

KISKERESKEDELMI VÁSÁRLÓ – Bármely Regisztrált vásárló, aki kereskedelmi áron vásárol termékeket. A Kiskereskedelmi termékvásárlás után járó bónusz annak a Brand Affiliate-nek jár, aki az adott termék megrendelésekor eladónak minősül. A jelen Program céljából a Kiskereskedelmi vásárló meghatározása nem foglalja magába a nem regisztrált vásárlókat. A Kiskereskedelmi vásárlók nem vesznek részt a Velocity-ben, és nem értékesíthetik újra a termékeket, valamint más vásárlókat sem regisztrálhatnak.

CÍM – A Brand Representative-ként elért kitzűzői címek az Ön G1 Brand Representative-jai és Vezetői Csapatai száma alapján vannak meghatározva. Kitzűzői címe meghatározza generációinak számát, amelyek után Leading bonus-ban (Vezetői bónusz) részesül.

VEZETŐI CSOPORT – Egy olyan G1 Brand Representative aki egy hónapban eléri egy bizonyos mennyiségű Vezetői Csoportforgalmat.

VEZETŐI CSOPORTFORGALOM – A Vezetői Csoportforgalom egy adott G1 Brand Representative G1-G6 fogyasztói csoportforgalmának összege.

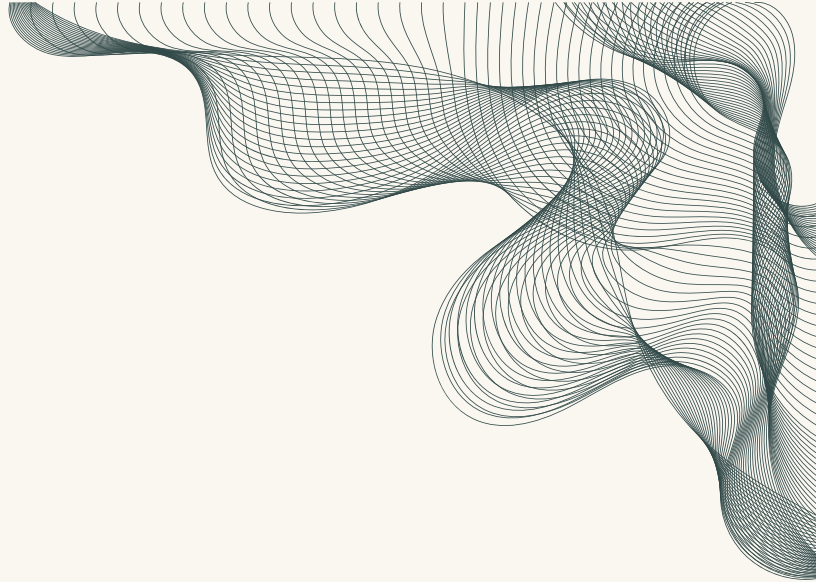
JEGYZETEK

A series of 20 horizontal dashed lines for writing notes.

JEGYZETEK

A series of horizontal dashed lines for writing notes.

GYORS ÜZLETI INDULÁS



<http://otg.global>

Ezt az anyagot egy független Brand Affiliate-ekből álló csoport készítette.
Egyedi regisztrációs szám: 23-12-UK009N035