



RAGGIUNGI
IL TUO SUCCESSO COL
NETWORK MARKETING

di John Kalench

capitolo 9





CAPITOLO NOVE: L'esposizione dell'opportunità



Andiamo ad una manifestazione, una GRANDE manifestazione; ecco cos'è una "Esposizione dell'Opportunità" e ciò che fa è super caricare il motore della tua attività commerciale. L'esposizione dell'opportunità funge da trasformatore che fa aumentare enormemente l'energia del successo per tutti quelli che vi partecipano: tu, i tuoi candidaci, i tuoi nuovi incaricati e pure le vecchie volpi, Ecco che cos'è veramente una "Esposizione dell'Opportunità".

Sei mai stato su un aereo e hai mai notato che i passeggeri della classe turistica cercano di buttare un occhio a cosa succede lassù nella prima classe? Mi entusiasma molto vedere che la gente lo fa. L'erba lassù è più verde. La prima classe è speciale.

Andare in prima classe

La prima classe nella tua attività di Network Marketing è la tua "**Esposizione dell'Opportunità**". E' una grande riunione, settimanale, mensile o trimestrale, in cui ognuno partecipa tirato a lustro, di umore ancora migliore, per condividere il proprio successo con gli altri.

L'esposizione dell'opportunità può raggruppare tutti gli incaricati della tua società presenti nella zone limitrofe. Non importa se ci saranno incaricati di diverse linee e



diversi livelli. Più si è, meglio è. Cinquanta persone sono abbastanza; cento o più è una meraviglia! La sinergia* crea e mantiene lo slancio e parlerò ulteriormente del tema sinergia prima della fine del capitolo (v. pag. 147).

Essere presenti ad una esposizione dell'opportunità è come far parte di un **club esclusivo**; è qualcosa di speciale. E' come essere in prima classe. Dopo aver avuto la tua presentazione a tu per tu, a casa del tuo candidato o in un bar, sono certo che lui avrà già cominciato a provare i prodotti o il servizio. E sono egualmente sicuro che gli mostri quanto sia importante per te, con le tue telefonate di sostegno. Ora, poiché sta godendo i benefici offerti dai prodotti o dal servizio, potrebbe pure diventare un po' curioso nei riguardi dell'attività. Quindi è ora di ampliare la sua immagine limitata e mostrargli un quadro più ampio. La tua opportunità "di prima classe": ecco cos'è una "**esposizione dell'opportunità**".

Perché una esposizione dell'opportunità?

Vorrei farti subito una domanda: le esposizioni dell'opportunità sono necessarie? Io dico di sì. Perché? Perché funzionano! Ma è il modo speciale in cui funzionano, e ciò che riescono a compiere, che le rende così efficaci.

Ho visto società che usano il concetto di "esposizione dell'opportunità" ed altre che non lo fanno. Quelle che lo fanno sembrano avere molto più successo e crescere di gran lunga più in fretta. Una grande esposizione dell'opportunità aggiunge una dimensione geniale e di forza alla tua attività e l'aggiunge quando è proprio più necessaria: all'inizio.

Benché questo capitolo tratti della forma concreta dell'esposizione dell'opportunità in maniera molto tradizionale (hotel, personale, registrazione, i lavori) non restare incollato in quella forma. Per esempio, ci sono nuove tecnologie oggi che permettono alle società ed agli incaricati di Network Marketing di considerare tutti gli elementi di una grande esposizione dell'opportunità e svolgerli per telefono.

Indire una tele-conferenza è un esempio eccellente! Una telefonata che ho sentito di recente mi ha letteralmente sconvolto!

Un amico mi ha dato un numero di telefono e mi ha detto di chiamarlo. All'ora fissata, l'ho fatto. Un centralinista mi ha salutato e mi ha detto: "si rilassi, ed ascolti la musica con piacere: la chiamata avrà luogo, al massimo, entro due minuti".

Ora, sinceramente, quella musica non mi piaceva proprio: il resto della telefonata era interessantissimo ed entusiasmante, ma quella musica doveva smettere!

* (cooperazione di più elementi per ottenere un risultato più soddisfacente di quello che otterrebbero separatamente)



Avrei preferito sentire informazioni sulla ditta o, ancor meglio un bel discorso generale su quel sistema commerciale così eccitante, ma quella musica da quattro soldi...

Ad ogni modo, un paio di minuti più tardi, proprio come l'uomo aveva promesso, ho sentito quanto segue:

“Buongiorno, benvenuti alla rassegna dell'opportunità XYZ. Sono veramente entusiasta di questo prodotto e della fantastica opportunità che esso ci si offre. E' fantastico che vogliate investire qualche minuto assieme a noi per scoprire di cosa consista questa super-opportunità. In tutti i miei anni di attività nel Network Marketing non ho mai visto niente di simile!”

“Ehi, sapete quante persone hanno chiamato stasera? Più di mille, da ogni parte degli USA e dal Canada! Non è fantastico? Bene, cominciamo!”

“Bob, a San Diego, ci sei?” “Salve, John, sono qua e non vedo l'ora di cominciare”

“Sally in Florida, sei in linea?” “Certo che ci sono, John, sono felice di risentirti”

“David a New York - sei dei nostri?” “Ehi John, come va stasera?”

E così avanti...

C'erano cinque persone in interazione al telefono, più il presidente della società. Ognuno di loro era un nuovo incaricato, nell'attività solo da un paio di mesi. E conducevano la telefonata quasi esattamente secondo lo schema della mostra delle opportunità che ti mostrerò in questo capitolo. Era sorprendente!

Hanno trattato tutta la base del problema e risposto a tutte le domande fondamentali. Essi trasmettevano un'immagine di crescita esplosiva, di entusiasmo verso i prodotti, la società e tutto il sistema. Le persone raccontavano le loro storie ed era tutt'un'emozione, un'informazione e ispirazione: era fantastico! Ero veramente ben impressionato!

L'apprezzamento e l'efficacia delle conferenze telefoniche, particolarmente in questo campo, hanno spianato la strada alle trasmissioni televisive via satellite. Ci sono imprese e leaders che producono spettacoli propri con uno strepitoso successo. Alcuni di questi spettacoli vengono mandati in onda dal vivo: in questo modo gli spettatori possono telefonare e porre eventuali domande.

John Naisbitt aveva ragione; alta tecnologia e tocco di qualità - il futuro è qui presente, oggi.



Quello che intendo e che la struttura di una esposizione dell'opportunità può raffigurarsi in una varietà di modi. Te la spiegherò, partendo dal presupposto che sia un incontro tradizionale in un hotel; ma per tutto il corso della mia spiegazione ti prego di tenere a mente che puoi usare questi principi ed applicare queste regole in qualsiasi modo preferisci.

Ora vediamo un po' di scendere nei dettagli su cosa può fare una esposizione dell'opportunità.

Entusiasmo e dubbio

Che cos'ha in comune la persona che ha appena cominciato ad usare i prodotti o i servizi ed a trarne beneficio con un incaricato nuovo di zecca?

- 1) l'entusiasmo spontaneo e
- 2) la "dose di dubbio" che ci vuole e che tutti noi nutriamo quando cominciamo a fare qualcosa. E naturale.

Bill mi dice: "John, sono così entusiasta di questi prodotti e di quest'attività".

Ed io dico: "Bill, farai le cose in modo perfetto". Bill pensa: "Ma... E se... Potrò...?" ecc. ecc.

Una esposizione dell'opportunità può far scoppiare tutti quei dubbi iniziali come una bolla di sapone.

Ci so fare veramente con i programmi "partenza sicura", e non ho mai trovato un modo migliore per un inizio solido ed efficace per i nuovi incaricati che una "esposizione" fatta bene. E per il candidato in possesso di una "mentalità da classe turistica" riguardo all'attività, l'esposizione può ampliare quell'immagine fino a renderla di "prima classe".

A chi si rivolge un'esposizione dell'opportunità ?

L'esposizione è a beneficio dei candidati di ognuno, ma anche dei nuovi incaricati! E va bene anche che l'esposizione sia il primissimo contatto di un candidato con il prodotto e con l'attività.

Benché tutti traggano beneficio dall'essere presenti, lo scopo è di offrire ai tuoi ospiti (candidati e nuovi incaricati) una grandiosa prima panoramica di questa fantastica attività commerciale. L'esposizione è la loro presentazione formale alla società ed alla struttura.



Incontreranno altre persone nuove, proprio come loro, che stanno cominciando l'attività. Incontreranno "vecchie volpi", cioè incaricati di successo, impareranno di più sulla società e su ciò che essa offre. La cosa sostanziale, però, e che potranno fare esperienza di prima mano, direttamente, con un'organizzazione professionale, entusiasmante e potente, di cui potrebbero decidere di farne parte.

Le esposizioni dell'opportunità offrono un contesto

Ecco perché sono così perfette per i tuoi candidati - cercatori d'oro. Esse "mostrano e dicono" alle tue persone che tutte quelle possibilità di cui hai parlato loro nella tua presentazione esistono veramente nella realtà.

La società è reale, i prodotti ed i servizi sono reali e funzionano veramente. E ci sono dozzine, centinaia e persino migliaia di persone reali, proprio come loro, impegnate con successo nell'attività. Si rendono conto che è vero perché incontrano tanti di loro alla esposizione dell'opportunità.

E l'esposizione rende reale un'altra cosa: la consapevolezza che non dovranno fare tutto da soli! E, credimi, quello è uno dei dubbi maggiori che ha ogni candidato e ogni nuovo incaricato, Quando si guardano intorno nella sala e vedono tutte quelle persone di successo, e tutti i nuovi che stanno cominciando, essi non solo si rendono conto che è possibile avere successo in quest'attività, ma non vedono l'ora di cominciare!

E interessante notare che le persone che si avvicinano al Network Marketing, hanno due desideri contrastanti. Vogliono entrarci subito - sai cosa voglio dire "*chi tardi arriva male alloggia*"; tuttavia vogliono una "cosa sicura", una cosa già dimostrata valida da altri. Una buona esposizione dell'opportunità contiene tutto l'entusiasmo di un'attività elettrizzante "per cominciare" ed anche la sicurezza di partecipare a qualcosa che un mucchio di persone hanno già sperimentato con successo.

Gli elementi per una buona esposizione

Una esposizione dell'opportunità è una vera opera d'arte. Ognuna è qualcosa di unico per te, per i tuoi prodotti/servizi e per la società.

Le esposizioni dell'opportunità sono veri e propri sforzi di costruire una "rete". Tutti gli incaricati ed i leaders si riuniscono in un certo posto per metterli in pratica. Poiché ne traggono beneficio tutti i collaboratori dell'intera "rete", essi formano



una specie di cooperativa, non una competizione. Non ci sono preoccupazioni circa chi e in quale organizzazione o linea. E' un affare in famiglia.

I vari lavori dietro le quinte, che il mettere in piedi una esposizione richiede, vengono suddivisi fra tutti gli incaricati delle "reti" di zona. Io suggerisco che queste responsabilità siano delegate dai leaders alla base... In quel modo, ogni gruppo ha la possibilità di partecipare e contribuire ai diversi aspetti dell'esposizione dell'opportunità. Ciò aiuta anche ognuno ad allenare meglio i propri collaboratori. Spiegherò cosa sono, una per una, queste varie funzioni, nel corso del capitolo.

Ecco alcuni ingredienti di base che ogni esposizione dell'opportunità dovrebbe contenere.

Una sede ottimale

L'esposizione deve avere luogo in una sala d'hotel o in un'altra sala di disponibilità adatta e decorosa per una funzione "commerciale". Le esposizioni dell'opportunità NON devono essere tenute in case private, né in luoghi tipo garage o varie stanze libere di alcun genere.

Il punto di basilare importanza qui è che la dislocazione deve **"assolutamente"** trasmettere un'impressione di prosperità e successo.

Ricordati che, qui, stiamo viaggiando in "prima classe"! Raccomando vivamente il luogo venga scelto con molta cura, con un parcheggio ben illuminato, in una bella zona sicura.

Se l'hotel è grande, fa che ci sia una persona nella hall che riceva gli ospiti e mostri loro come raggiungere la sala riunioni. Non fidarti dei cartelli o delle frecce indicatrici dell'hotel. Sono certo che esistono cose peggiori che andare in giro in un hotel, avendo perso l'orientamento, alla ricerca di una sala riunioni; ma queste cose non devono succedere. Se è necessario, poni qualcuno che indichi la strada lungo il percorso che porta alla sala, fallo!

Lista presenze

Altra cosa da farsi è fissare un posto, con un tavolo, dove poter raccogliere le presenze: la cosa migliore sarebbe fuori dalla sala stessa, Ma talvolta non è possibile, anche se, secondo me, sarebbe la soluzione migliore.



La raccolta delle presenze è il luogo e il momento in cui i tuoi ospiti vengono salutati in modo formale: di conseguenza assegna il tavolo e l'incombenza della raccolta delle presenze alle persone più cordiali e simpatiche della tua struttura. Scegli le persone con il sorriso più smagliante e il carattere più piacevole. Ricordati la potenza della prima impressione: metti dunque le persone che desideri che i tuoi ospiti incontrino per prime.

Cartellini col nome: una assoluta necessità

Molte persone hanno difficoltà a ricordarsi i nomi. Portare un cartellino col nome aiuta la memoria di ogni ospite e lo mette in grado di rilassarsi.

Suggerisco di usare cartellini bordati da colori diversi. Così i tuoi ospiti possono averne uno dello stesso colore, mentre le "vecchie volpi" ne avranno un altro.

Fai sapere alle persone il significato dei colori nel momento in cui scrivi il loro nome sul loro cartellino. In quel modo possono sentirsi a proprio agio quando avvicinano le persone per fare una domanda o per dire qualcosa: sanno di rivolgersi alle persone giuste.

Un sistema di cartellini di colori diversi aiuta anche gli incaricati esperti a presentarsi ai tuoi ospiti. E se ci saranno cinque o sei persone che ti vengono incontro e ti dicono "Salve, mi chiamo Tizio, sono felice di averla qui", tu ti sentirai benvenuto, rilassato e ben disposto.

Fa la conoscenza di tutti quelli che puoi

Fanne un'abitudine, alle esposizioni, di parlare con ogni ospite. Cerca di scoprire come mai ciascuno è arrivato lì. Fatti dire i prodotti o i servizi che ha provato e se gli sono piaciuti. Fa che ti racconti ciò che spera di ottenere dall'attività. Questo non solo riscalda gli ospiti, ma è anche un'occasione fantastica per te di imparare, e di regola contribuisce anche al tuo schedario delle storie.

Luci e suoni

Io credo nell'uso della musica alle esposizioni dell'opportunità, e persino ai meetings e alle riunioni di formazione. Essa dà tono - non voglio fare un gioco di parole - e dà veramente una spinta alle tue riunioni.



Scegli qualcosa di vivace ed allegro. Non usare niente di esotico o di strano. Scegli musica grintosa che possa piacere alle persone e che le spinga a voler entrare nella sala; quella musica che tira su, positiva, che dà speranza e voglia di fare. Non deve essere troppo forte, ma va bene se induce la gente a dover alzare un pochino il volume per farsi sentire.

Ero a Toronto, in Canada, e stavo tenendo un seminario: un gruppetto di leaders mi volle portare in quel famoso ristorante che offre un bellissimo panorama della città a 360°. Eravamo a metà pomeriggio e, benché ci fossero diverse persone nel ristorante, tuttavia c'era un silenzio quasi spettrale.

Non ci feci caso in quel momento, ma anche noi eravamo sotto tono: si sussurrava, rilassati, e il livello dell'energia era basso.

All'improvviso notai della gente che si alzava, si muoveva, le voci aumentavano di volume. Anche il nostro gruppo era più animato; tutta l'energia presente nella sala si era trasformata. Stavo cominciando a pensare che avessero messo qualcosa di strano nel vino, quando arrivò la cameriera ed io le chiesi cosa stesse succedendo.

Rispose: "Oh, hanno messo in onda della musica: questo succede tutte le volte che c'è musica".

Metti in buona mostra i prodotti

Organizza una gran mostra di prodotti ad un capo della sala.

Scegli un paio dei tuoi incaricati dotati di particolare creatività e fagliela allestire. Non ti sto parlando di un paio di bottiglie messe lì su un tavolo: sto parlando di una bella mostra! Come una natura morta.

Esistono un mucchio di cose, piccole e poco costose, che puoi fare per realizzare una mostra dei prodotti veramente splendida.

Prendi blocchi di legno o cartoni ricoperti di tessuto per permetterti di sistemare i prodotti sul tavolo ad altezze diverse; puoi comprare cornici a buon prezzo o piccoli cavalletti da tavolo per sistemarci sopra le diverse pubblicazioni della società, le citazioni prese da clienti soddisfatti, carte o grafici interessanti, ecc.

Puoi anche usare accessori. Per un prodotto alimentare potresti metterci anche alcuni ingredienti in esso contenuti, ad esempio spighe di grano, frutta fresca, ecc. Per un prodotto dietetico, foto di "prima" e "dopo" la cura, un metro, una bilancia.



Usa la tua fantasia e fa che la mostra abbia un aspetto veramente speciale. L'attenzione che porrai nella tua mostra, ti ripagherà in molti modi. Un valore del prodotto messo in evidenza ed un gruppo di persone che tengono i prodotti in gran stima sono solo due di questi modi.

Sedie – meno è meglio

Per prima cosa, fa del tuo meglio per ottenere una conferma da tutti quelli che intervengono e fatti dire anche quante persone porteranno con sé. Disponi nella sala meno sedie di quelle di cui pensi di aver bisogno. Impilane delle altre in maniera ben ordinata in fondo alla sala e nomina un responsabile che si occupi di aggiungerne, man mano che la gente arriva.

Le sedie vuote fanno subito pensare che la riunione sia mal frequentata - a prescindere dal numero di persone presenti in realtà. L'aggiunta continua di sedie induce la gente a pensare: "Accidenti, che pienone!"

Inizia lo spettacolo !

Per prima cosa, comincia e finisci in orario: farlo è una questione di professionalità. Aiuta i tuoi collaboratori a mantenere i propri impegni ed è un indice di rispetto verso tutti gli ospiti che si sono dati da fare per arrivare puntuali. Suggestivo di calcolare la parte formale della esposizione in 45 minuti: sarà una durata ottimale. La mente può assorbire solo ciò che il didietro sopporta! Quindi non farla durare più di un'ora al massimo!

Comunque si può fare molto lavoro anche prima e dopo la parte formale della tua esposizione dell'opportunità. Ti ricordi quando ti dissi di parlare al maggior numero di persone possibile prima dell'inizio dell'esposizione? Facendolo, riscaldi i tuoi ospiti e crei un'atmosfera di attesa positiva nei riguardi delle persone che prenderanno la parola e dell'incontro di per sé.

Dopo l'esposizione, fai sapere agli ospiti che ci saranno delle persone disponibili per rispondere ad eventuali domande e per condividere le proprie esperienze nell'attività, Questa è anche un'ottima occasione per le persone per conoscersi meglio, e per i tuoi candidati per completare la loro domanda d'incarico, per acquistare i prodotti/servizi o iscriversi ad un seminario di formazione.



Il primo oratore

Scegli con cura questa persona: hai bisogno di qualcuno che abbia una gran energia spontanea ed un gran entusiasmo. Qualcuno che piaccia proprio alla gente fin dall'inizio. Non importa che sia l'incaricato più brillante e di maggior successo dell'organizzazione. E' anzi meglio se si tratta di una persona abbastanza nuova: ciò aiuta i tuoi ospiti a stabilire più facilmente il contatto. Alcuni tendono a presentare subito le loro "superstar": io penso che ciò intimidisca le persone, piuttosto che ispirarle.

Il primo oratore si presenterà e porgerà il saluto a tutti gli intervenuti. Passerà quindi ad una vera e propria presentazione entusiasmante del sistema di Network Marketing: farà sapere a tutti i presenti quanto sia fantastica l'attività; dirà loro che si tratta dell'onda del futuro, dell'attività "prima" del 21° secolo e di come fare per entrare a farne parte già da oggi!

La sezione dell'e-book "**La tua introduzione**" contiene molte informazioni valide sul nostro sistema commerciale che potrai usare qui. Io sarei felicissimo di avere un libro a portata di mano che spiegasse il nostro sistema commerciale, i suoi concetti, i suoi principi, e facesse conoscere alle persone tutte le possibilità straordinarie che le aspettano nel Network Marketing. Sarebbe una splendida fonte per tutti gli incaricati, specialmente nelle loro presentazioni e in questa fase della esposizione dell'opportunità.

Come? Ora tu sfidi me e mi dici: "Va bene, John, se pensi che sia veramente un'idea tanto fantastica, e che sia così necessario e importante, scrivilo tu!"

D'accordo, accetto, è leale. Questo sarà il tema del mio prossimo e-book: un e-book divulgativo, scritto in modo semplice, che attiri l'attenzione del mondo intero sul Network Marketing. Ottima idea! Grazie!

Ora, dopo che l'oratore avrà elettrizzato il pubblico parlando del sistema, ecco che si lancerà in un'esposizione vivace delle sue esperienze con i prodotti/servizi e l'attività: conciso, ma simpatico, racconterà una storia di successo veramente piacevole, lieta e convincente. Poi la persona continuerà con i tre punti chiave, di cui ha imparato a trattare.

La società, i prodotti/servizi e l'attività

Per prima cosa parlerà della società, fornirà una panoramica generale, soffermandosi sulla filosofia ed il successo della società. Dovrà star ben lontano dai dettagli ed inserirci una storia, ogni volta che può. Parlerà della crescita, del



numero degli incaricati aggiuntisi col tempo ecc. ecc. Dipingerà un grande quadro di un'impresa potente, di successo, ovviamente ben organizzata, e in fase di crescita.

Passerà poi ai prodotti o servizi.

Ancora una volta, non dovrà soffermarsi nei dettagli su ogni prodotto/servizio o sugli aspetti tecnici. Dovrà essere una panoramica! La storia sua personale e una o due altre che ritiene utili da far conoscere (ecco un altro momento in cui tornerà comodo lo schedario delle storie). Mostrerà il prodotto/servizio, se è possibile. Proprio come avrà già fatto con la società, tratterà questa parte in modo allegro e convincente: prodotti/servizi ottimi che portano reali vantaggi a chi li usa.

Adesso si passerà all'attività.

Ed ancora, un'ultima volta: panoramica e personale.

Fai raccontare al relatore come ha fatto a cominciare l'attività e cosa è successo fino ad oggi.

Fallo anche parlare delle sue aspettative per il futuro. Fa in modo che il pubblico veda quanto è entusiasta, come stia costruendo la sua struttura e quanto sia inevitabile che abbia fortuna: è alla grande!

Durante tutta la presentazione, fa lavorare l'oratore con una lavagna a fogli mobili - o anche due - di fronte al pubblico. Questo fatto aggiungerà una dimensione grafica a ciò che viene detto ed aiuterà il relatore stesso a concentrarsi, passando attraverso i vari punti, con entusiasmo ed energia. E' anche un modo sottile per fargli usare gli appunti che si scriverà come schizzo per la presentazione, senza dover ricorrere a foglietti promemoria.

Menziona l'acquisto dei prodotti/servizi per rimarcare sulla convinzione personale della bontà e della convenienza e per il semplice "principio di coerenza"; le circolari informative che riceveranno dalla ditta, il materiale di supporto per la vendita ed altri benefici tangibili di cui godono gli incaricati. Ancora una volta "mostra e parla". Porta il pubblico a conoscere velocemente il piano di marketing, dall'investimento iniziale fino alla qualifica diretta (breakaway). Non entrare nei dettagli: la maggior parte dei piani dei compensi è troppo complessa per essere capita in breve tempo.

Questa prima parte durerà 20 - 30 minuti.



Ci sono domande? Stanne certo!

I tuoi ospiti hanno ora un'immagine positiva della società, dei prodotti/servizi e dell'attività. Ed avranno senz'altro delle domande, anche importantissime. Per essere precisi, le domande saranno cinque. Eccole:

1. L'attività è facile?
2. Mi divertirò, facendola?
3. Faro i soldi, facendola?
4. Mi aiuteranno a farla?
5. E' il momento ottimale per me per cominciare - adesso?

La risposta a quella domande è la chiave per sponsorizzare il tuo ospite e per dare una spinta energica ai tuoi nuovi incaricati. E' lo scopo principale della esposizione dell'opportunità.

Dunque, come fare a fornire le risposte giuste? Grazie per avermelo chiesto. Per prima vediamo la possibilità più difficile. Fai salire sul palco qualcuno che guadagna 20.000 euro al mese e che è nell'attività da cinque o dieci anni, e fagli dire: "Guardate me!" Perché questa è la possibilità difficile? Perché la maggior parte dei tuoi ospiti avranno veramente delle difficoltà ad identificarsi con questa "superstar". E' una questione di punto di riferimento.

Ventimila euro al mese è un quarto di un milione di euro all'anno. Una persona che ci impiegherebbe dieci anni per guadagnarlo cosa pensi potrebbe pensare dell'idea di poterlo guadagnare in un anno? A questo punto del suo rapporto con il Network Marketing - un bel niente!

Cosa potrebbe pensare una persona che sta cominciando a prendere in considerazione la possibilità di un guadagno extra con attività a part-time? Una persona che ha la stessa paura che tutti hanno, quella di parlare in pubblico vedendo quella "vecchia volpe" che svolge l'attività a tempo pieno ed è così un parlatore sopraffino, elegante e rilassato? Penserebbe senz'altro: "Non fa per me: io non ci riuscirei mai."

Come ho già detto, ci sono altri luoghi migliori in cui un leader delle vendite, pieno di motivazione, può svolgere un ruolo magnifico.

All'esposizione dell'opportunità io di solito li utilizzo alla fine o anche subito dopo la parte formale. Fa veramente impressione sulle persone quando le si prende da parte e gli si dice: "Vorrebbe conoscere la sig. Tizia e Caia? E' una delle migliori



dieci di tutta la società e sarà una delle sue sponsor upline. E' una delle persone più incredibili che abbia mai incontrato in vita mia. Venga che gliela presento!"

Questo fa veramente effetto!

Ora vediamo qual è secondo me il modo migliore per rispondere a quelle importanti domande.

Squilli di tromba per la persona comune

A questo punto, il relatore dirà qualcosa tipo:

"Gente, vi ho mostrato tutto della società, dei prodotti, dell'attività. Ora vorrei che qualcuno dei nostri nuovi incaricati, persone come voi, che sono nell'attività da solo un paio di settimane o mesi, ci dicesse come è stato il suo inizio. Venga su e ci racconti!"

Il primo che viene sul palco si trasforma in un vigile: le persone vengono, una alla volta, raccontano la loro storia per un paio di minuti, e si risiedono con un bel sorriso sulle labbra.

Ora, queste persone hanno imparato a farlo. In questo modo puoi star sicuro che quelle cinque domande troveranno risposta. Mescola un po' le persone: diversi tipi, diverse grandezze, diversi ambienti, diversi approcci all'attività, ecc. ecc. Il punto importante è che rispondano a quelle cinque domande chiave tramite le loro storie.

Storie vere e formazione

Ora, non sto suggerendo che le persone debbano fabbricare queste storie di successo: imbrogliare non serve a niente. Inoltre, non esiste niente che ispiri maggiormente della verità, e quest'attività è così piena di grandi storie personali di successo che non sarà necessario inventare!

Ti suggerisco invece di formare le persone che parleranno affinché rispondano alle cinque domande chiave. Questo è assolutamente necessario.

"Buona sera, sono Norma Comuni e sono veramente emozionata di trovarmi qui!"

"Ho cominciato con la XYZ due mesi fa. Ho provato i prodotti/servizi ed è successo questo e quest'altro ed io mi sento meravigliosamente. Così ho cominciato con Emma Elmi che mi ha aiutato moltissimo.



Emma mi ha fatto vedere come funziona tutto. Mi ha aiutato a spedire la domanda ed a compilare il mio primo ordine. Poi è venuta con me a fare le mie prime presentazioni ed io ho effettuato due vendite e sponsorizzato un incaricato. E' stato meraviglioso. Non posso crederci: non avevo mai venduto niente prima!

Mi sto divertendo un mondo. Lavoro otto ore la settimana e questo mese il mio bonus e le mie provvigioni sono servite a pagare la rata della macchina ed a comprarmi il cellulare che volevo avere da un anno! Tutti sono stati meravigliosi. Dovete farlo anche voi: caspita, se ce l'ho fatta io, ce la farete anche voi."

E Norma salta giù del palco in un grandioso applauso generale! Non dimenticare l'applauso. Non importa quante volte hai sentito la storia di Norma o di qualcun altro. Dà ad ognuno il riconoscimento e l'apprezzamento che merita. Fa una gran bella differenza per loro ed una ancora più grande per i tuoi ospiti. E anche se non ci sono ospiti tuoi quella settimana, apprezzando Norma, ti assicurerai il suo entusiasmo per la prossima settimana, quando di ospiti ne avrai forse cinque.

Anch'io posso farcela

Il punto è semplice - e molto profondo! Quello che vuoi che i tuoi ospiti dicano a sé stessi é: " Se lui o lei ce la fa, so che posso farcela anch'io." E se un paio degli incaricati lo dicono ad alta voce raccontando la loro storia, tanto meglio.

Guarda cosa è successo per i tuoi ospiti qui.

Hanno visto e sentito Norma ed ora sanno che l'attività è semplice e divertente. Norma ha fatto due vendite ed ha sponsorizzato il suo primo incaricato durante la sua prima settimana di attività.

Loro sanno che otterranno tutto l'aiuto di cui hanno bisogno, perché, di nuovo, Norma ha detto che ciò è quanto Emma ha fatto per lei e che è stata meravigliosa. E sanno pure che possono fare i soldi. La frase realistica di Norma "...la rata della macchina ed a comprarmi il cellulare..." chiarisce anche questo punto.

E l'ultima domanda "E' il momento ottimale per me per cominciare - adesso?": Norma ha dato una risposta buona anche a quella domanda. Il suo : "E' meraviglioso. Dovete farlo anche voi: caspita, se ce l'ho fatta io, ce la farete anche voi!" fa capire loro che ogni momento è il momento giusto, se questo è ciò che loro vogliono. E, se un buon numero di storie di successo vengono raccontate da gente che è nell'attività da solo poche settimane o pochi mesi, ciò significa dunque che è sempre il momento giusto!



Passati 45 minuti: basta. Il presentatore dice: "Bellissimo! Grazie a tutti".

"La parte formale della nostra esposizione termina qui. Saremo lieti se vorrete fermarvi ancora con noi a chiacchierare. La gente sarà disponibile per tutte le vostre domande. Abbiamo qui domande d'incarico e kit d'avvio, pronti per tutti coloro di voi che vogliono cominciare l'attività stasera".

Ora, ti prego, ricordati di annunciare quando avrà luogo la prossima esposizione. Ricorda di annunciare tutti gli incontri importanti e specialmente quando avrà luogo il prossimo seminario di formazione dei nuovi incaricati. Incoraggia le persone a parteciparvi. Fai sapere loro che è un'ottima maniera di cominciare l'attività. E se non possono farlo presto, incoraggiali ad incontrare il loro sponsor e fare una riunione di formazione a due.

Fai concludere il presentatore con:

"Grazie ancora di essere venuti: ne siamo stati lieti e, per favore, assicuratevi di avere ottenuto una risposta per tutte le vostre domande - Buona notte".

Ritorna la musica. Passa al tuo candidato una domanda d'iscrizione ed aiutalo a cominciare. Ora è l'occasione migliore per presentare il tuo nuovo incaricato a qualche leader "stagionato" e di grande successo. Questo mostra apprezzamento verso il tuo nuovo collaboratore e gli conferma che ha fatto la scelta giusta.

Date e orari

I giorni migliori per le esposizioni sono il martedì, il mercoledì o il giovedì sera, alle 20,30 in punto, con accesso al pubblico a partire dalle 20,00.

A me piace tenere i meetings di formazione per i nuovi incaricati il sabato mattina: con le esposizioni tenute il giovedì, restano solo un paio di giorni prima che i nuovi comincino la loro prima formazione. Ricordati di annunciare che terrai questo meeting per i nuovi incaricati subito dopo l'esposizione. Il meeting così ravvicinato la cui durata deve essere di circa due ore - due ore e mezzo al massimo, è un sistema che fa partire la gente in modo forte e veloce, come un aereo a reazione.

Usa la sinergia per creare delle esposizioni strepitose

Gli incontri in "grande" hanno un vantaggio rispetto a quelli più piccoli, più intimi. Questo vantaggio è chiamato sinergia. La sinergia è un termine matematico che



descrive la caratteristica unica di un "insieme" di poter essere più grande della somma dei singoli componenti. Il futurista Buckminster Fuller portò il concetto di sinergia a conoscenza del gran pubblico e creò la seguente formula per spiegarlo (per favore, seguitemi passo a passo e tieni duro. Una volta che l'avrai capito, avrai in mano lo strumento migliore nell'ambito del Network Marketing).

Prendi il numero delle persone presenti alla riunione e moltiplicalo per se stesso (ovvero il numero delle persone al quadrato).

Poi sottrai da esso il numero delle persone.

Dividi il numero finale per due ed avrai **il numero totale delle relazioni fra tutte le persone presenti.**

Per esempio: se hai una riunione in sala e sono presenti cinque persone, funziona così:

$5 \text{ (n° delle persone)} \times 5 = 25 - 5 \text{ (n° delle persone)} = 20 : 2 = 10$, che è il numero delle relazioni fra tutti i presenti.

Anche se ci sono solo cinque persone presenti, quelle cinque producono 10 diverse relazioni fra loro.

Ora mettiamo 60 persone presenti ad un incontro e vediamo quanta sinergia possiedono:

$60 \times 60 = 3600 - 60 = 3540 : 2 = 1770$.

Sono millesettecentosettanta relazioni presenti a quell'unico incontro.

Ora, se la qualità condivisa da ognuna di quelle relazioni è una di grandissimo entusiasmo verso i prodotti/servizi, impegno e fervore verso la società ed aiuto e appoggio reciproco e genuino, immagina che razza di energia ci sarà nella sala alla fine dell'incontro?

Grandiosa? Ci puoi scommettere!

La sinergia è il segreto dell'imponente forza del Network Marketing: Essa spiega come mai un'organizzazione di mille persone possa produrre risultati che richiederebbero normalmente mezzo milione di persone per essere ottenuti. Puoi sfruttare la forza della sinergia in ogni aspetto della tua attività di Network Marketing (specialmente per creare esposizioni dell'opportunità dinamiche e produttive!)

E' ora di imparare cosa ci vuole per un programma di formazione per nuovi incaricati. Sei pronto? Benissimo!



STAR BROKER SERVICES

OPTIMUN BUSINESS STRATEGIES NETWORK
Consulenza Aziendale - Marketing Strategico - Formazione Manageriale

info@starbroker-services.it - www.starbroker-services.it