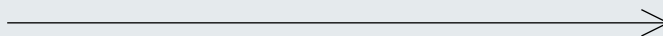


Recruiting

3 spôsoby ako získavať nové registrácie
+ 16 spôsobov ako hľadať ľudí



Čo si objasniť

predtým ako sa pustíš do práce

5 pohárov viery

1. Viera v seba
2. Viera v MLM ako systém, ktorý funguje
3. Viera v produkt / službu
4. Viera vo firmu
5. Viera v tím, ktorý ma vedie a tím, ktorý viediem ja

Ak niektorý pohár nie je plný — najprv ho doplň. Potom začni oslovovať.

Najväčšie brzdy pred recruitingom

Najväčšie brzdy pred RECRUITINGOM:

- Ešte neviem všetko
- Čo na to povedia ľudia
- Mne to nejde — oni sú rodení spíkri a lídri
- Očakávanie rýchlych výsledkov
- Ešte nemám zárobky, ktorými by som sa mohla pochváliť
- Strach z odmietnutia
- Pocit, že som príliš dotieravá alebo otravujem ľudí

Riešenie: Každá z týchto brzd je len príbeh v hlave. Začni — perfekcia príde cestou.

Čo zastaví tvoje MLM podnikanie

„Nie je možné,, a „toto je umretie tvojho MLM podnikania,, ak:

1. Nechcem sa ukazovať na sociálnych sieťach a robiť kvalitný obsah
2. Nechcem oslovovať ľudí, ktorých poznám, a dohadovať si s nimi cally a hovory
3. Nechcem oslovovať cudzích ľudí

Bez týchto troch krokov sa MLM podnikanie nedá dlhodobo budovať.

ÚLOHA :

Čo ten človek prežíva aby ho toto zaujímalo

Čo iné podobné na trhu nájde

V čom sa to čo ja mám líši?

Aká je pridaná hodnota ?

Prečo práve teraz je najlepší čas ?

Čo klientovi ušetrím, získa, skrátim, zlepším, pomôžem ...

V akých situáciach sa nachádza ?

Nebud' lovec — bud' farmár!

LOVEC

- Hovorí viac ako počúva
- Nepýta sa — len oznamuje
- Chváli a prechvaľuje
- Je cítiť, že potrebuje výsledok
- Berie ľudí ako čísla
- Presviedča napriek odmietnutiu
- Nemá empatiu ani nadhľad

FARMAR

- Počúva a pýta sa viac ako hovorí
- Zdieľa nadšenie a vlastný príbeh
- Ľudia sa ho sami pýtajú, ako sa mu darí
- Ušije ponuku na mieru potrieb
- Buduje vzťahy aj mimo predaja
- Ozýva sa aj bez dôvodu predaja
- Udržiava vzťahy aktívne roky

Farmár stavia záhradu. Lovec striehne na korisť. Záhrada nesie plody dlhodobo.

Ako sa stať farmárom na sociálnych sieťach

1. Oslov človeka na príležitosť až vtedy, keď o ňom a jeho potrebách už niečo vieš.
2. Zapisuj si komunikácie a ľudí, aby si sa k nim vedel(-a) vrátiť.
3. Interaguj s ich životom a fotkami — úprimne im želajte to najlepšie.
4. Pred oslovením úprimne vyzdvihni človeka — povedz, prečo si si vybral(-a) práve jeho.
5. Blahoželaj k narodeninám a novinkám v živote.
6. Neposielaj reťazové správy, spam ani linky na Zoom bez žiadosti.
7. Posielaj viac hlasových správ ako suchopárne texty.
8. Pri každej pozvánke vysvetli: prečo ho pozývaš, na čo apeluješ, prečo ti to napadlo.

Predtým ako budeš predávať — presvedč sa, že sú na tvojej strane.

Kontext —

4 otázky pred každým oslovením

Prečo práve táto téma?

Prečo sa ja vyjadrujem k tejto téme?

Aká osobná skúsenosť alebo situácia ma nakopla?

Prečo práve ja?

Čím sa líšim od konkurencie? Čo o mne hovoria klienti?

Prečo by si vybral práve mňa?

Prečo práve naša príležitosť?

Čím je unikátna? Aký proces človeka prevedie?

Aké sú benefity a čo je možné dosiahnuť?

Prečo práve teraz?

Je správna sezóna?

Čo sa stane, ak bude pokračovať v tom, čo robí doteraz?

Podmienky pre úspešné oslovenie

1. Musíš o oslovenej osobe niečo vedieť.
2. Vážiš si ju za nejakú jej vlastnosť, charakter alebo úspechy.
3. Úprimne si vieš predstaviť spoluprácu, ktorá by ťa tešila.
4. **Urob oslovenie!**

Príklady správ pri oslovení:

Teplý kontakt:

Ahoj Janka, už dlhšie sa máme medzi priateľmi, rada sledujem na tvojom profile, neviem či si si všimla čomu sa venujem, nedá mi neopýtať sa ťa: Nikdy si nepremýšľala, že by si tiež začala zarábať online? alebo Preorientovala sa viac na EKO PRODUKTY? Bez chémie v domácnosti? Už si mala niekedy možnosť si od niekoho vyskúšaťtento produkt?

Obchodný kontakt:

Ahoj Jožko, poznáme sa už nie jeden rok a ja som ťa stále považoval za pretože To je dôvod prečo idem za tebou s novou príležitosťou. Medzi časom, čo sme sa nevideli, som vystriedal ...takéto pozície a zistil som, že to nie je pre mňa, lebo V tejto príležitosti sa mi páči ..

16 spôsobov vyhľadávania

kandidátov ONLINE — časť 1 (1–8)

1. Nájsi a pridaj si na sieťach všetky teplé a poloteplé kontakty z minulosti — BEZ VYHODNOCOVANIA.
2. Vojdi do priateľov tvojich priateľov a pridaj si sympatické tváre — máte prepojenie, Facebook ťa neblokuje.
3. Pridaj sa do FB skupín ako zdroj kontaktov a networkingu — nie na uverejňovanie ponúk práce.
4. Označuj v príspevkoch a stories ľudí, ktorých stretávaš — buduj profil, aby ho chceli sledovať.
5. Aktívne vyhľadávaj skvelých ľudí (fitness tréneri, manažéri, lídri) a kontaktuj ich.
6. Požiadaj zákazníkov, aby zdieľali recenzie a príspevky o spokojnosti a označili ťa.
7. Dohodni sa so známym s vplyvom na sieťach, aby ťa označil alebo pre-zdieľal.
8. Dávaj hodnotu zdarma (e-book, checklist) — pozvi ľudí, aby ti napísali do správy.

16 spôsobov vyhľadávania

kandidátov ONLINE — časť 2 (9–16)

9.Cielené stretávanie s lídrami, podnikateľmi a osobnosťami

— BNI, Business Raňajky.

10.Organizuj offline podujatia pre tím a zákazníkov — zbieraj kontakty a nadväzuj vzťahy.

11.Postni príspevok v skupinách, ktoré miluješ — kontaktuj tých, čo reagovali na príspevok.

12.Vytváraj virálny obsah a kontaktuj ľudí, čo komentujú, like-kujú alebo reagujú v ankete v stories. Odporúčam kontaktovať hlavne ľudí, ktorí reagovali v ANKETE v stories, komentujú, likujú. A tiež vytvárať REELSKA s výzvou k akcii. Tým, už sledujúcich ľudí, keď vytváraš kvalitný obsah, ZAKTIVUJEŠ k akcii: Výzva k akcii

DEALINE Končiaca zvýhodnená cena Koniec možnosti nakúpiť

13.Prijímaj pozvanie na rozhovory a propagáciu — kontaktuj pribúdajúcich sledujúcich.

14.Pýtaj si odporúčania od ľudí, ktorých si nadchol(-a), a od tých, čo majú publikum.

15.Súťaže na sieťach a v skupinách — výborný spôsob na získanie nových kontaktov.

16.Platená reklama: promo magnetu, promo profilu, presmerovanie na skupinu / formulár / newsletter.

3 spôsoby, ako získať nové registrácie

1. Aktívne hľadanie ľudí

Ty si hľadáš kontakty sám(-a).

- Oslovovanie známych
- Odporúčania od zákazníkov
- Sociálne siete a networking
- Podujatia a skupiny

Výhoda: Okamžite môže začať každý.

Nevýhoda: Vyžaduje čas a osobnú aktivitu.

"Ja hľadám ľudí."

2. Tvorba publika a selekcia

Nehľadáš jednotlivcov — buduješ si publikum.

- Pravidelné videá a príspevky
- Budovanie osobnej značky
- FB skupina, telegram, Newsletter

Výhoda: Vyššia dôvera a kvalitnejšie kontakty.

Nevýhoda: Výsledky neprídu za týždeň.

"Ľudia začínajú nachádzať mňa."

3. Automatizované získavanie

System pracuje za teba.

- Facebook / Instagram reklama
- Landing page + lead magnet
- Email marketing, funnel, follow-up

Výhoda: Veľký objem kontaktov.

Nevýhoda: Vyžaduje systém, vedomosti a rozpočet.

"Systém privádza ľudí ku mne."

Jednoduchý predajný systém

1.

Dozvie sa o tebe

2.

Vznikne prepojenie

3.

Dostane niečo
hodnotné

4.

Zaujme ho ponuka

5.

Vidí výsledky

6.

Neodolateľná
ponuka-Follow-up

7.

Nakupuje
/ registruje sa

8.

Lojalita
a odporúčania

Reklama -> formulár -> kontakt -> automatická komunikácia -> prezentácia
-> registrácia

„Najväčšou prekážkou
recruitingu nie je nedostatok
ľudí.

Najväčšou prekážkou sú príbehy,
ktoré si rozprávame v hlave o
tom, prečo by to nemalo
fungovať.“

S koľkými ľuďmi by si bol(-a) ochotný(-á) rozprávať,
aby si dosiahol(-a) svoj cieľ?

Koľko si ochotný(-á) budovať seba, aby si mal(-a) v tíme ľudí,
akých si predstavuješ?

Recruiting nie je o presvedčaní.

Je o budovaní vzťahov,

autentickej komunikácii

a ponúkaní správnej veci

správnemu človeku v správny čas.
