

LES PIÈGES DU DÉBUTANT ET DES ANCIENS EN MARKETING DE RÉSEAU



Les pièges du débutant et des anciens en Marketing relationnel

Dans le domaine de la santé :

Piège 1: Je dois apprendre en détail tous les produits avant de me sentir confortable d'en parler

Simple et duplicable : Utiliser «Ask the scientists» qui donne une explication détaillée de chaque produit et plus. En cliquant sur le produit dans la section des achats de votre HUB, vous trouverez la liste des ingrédients pour ceux qui en ont besoin. Un conseil aussi est de retenir et souligner 3 des aspects les plus importants pour chaque produit. En savoir trop peut nuire à votre prospection car CELA DOIT ÊTRE SIMPLE ET DUPLICABLE

Piège 2: Jouer au spécialiste ou professionnel en santé et faire des prescriptions

Simple et duplicable : Utiliser « Ask the scientists» pour donner les bienfaits des produits et garder un vocabulaire simple avec des mots comme «favorise la santé articulaire», «soutient le système hormonal pour un meilleur équilibre», «aide à l'élimination intestinale», «protège la santé oculaire ».

Donner des suggestions ou recommandations plus que des prescriptions. Éviter d'utiliser les termes de maladie pour donner de la valeur à votre produit . Certains voudront utiliser le site de Sanoviv comme outil plus scientifique ou bien l'abonnement au Dr Ladd McManara ce qui devient une source médicale de recommandations. Les gens auront peur de jouer un rôle médical sur la santé des gens CELA DOIT RESTER SIMPLE ET DUPLICABLE

Piège 3: Trop conseiller un grand nombre de produits lors de la première rencontre

Simple et duplicable : Cela pourrait faire peur au budget ou à la consommation de plusieurs comprimés aux repas. Déterminer quelques petits packs de 2 ou 3 produits qui seraient intéressants et plus faciles pour commencer à créer des effets sur leur santé. Offrir un suivi dans les 3 à 6 prochains mois pour voir à ajuster ce qui leur convient et s'il y a lieu ajouter d'autres produits .

Piège 4 : Ne pas faire un suivi assidu et régulier sur le long terme avec nos clients.

Une fiche client ou un système de suivi dans notre agenda électronique nous permet de vérifier si notre client va de mieux en mieux. Il a peut-être des nouveaux besoins quelques années plus tard et si vous restez connecté avec lui pour prendre de ses nouvelles, une relation de confiance s'installe. Aussi garder contact avec nos clients nous permet de leur parler des nouveautés qu'USANA nous offre pour notre santé

Piège 5 : Préjuger la capacité et le pouvoir d'achat de mon client....

Avoir peur de proposer les produits pensant qu'ils sont chers... Faire attention à ne pas faire de projection sur mon client et l'influencer négativement...



Les pièges du débutant et des anciens en Marketing relationnel

Dans le domaine affaires-business :

Piège 1: Vouloir signer tout le monde comme associé.

Simple et duplicable : Un client fidèle qui consomme fidèlement ses produits est un plus dans votre entreprise .Vaut mieux commencer une personne comme client fidèle qui aime le produit et l'inviter à devenir associé lorsqu'il commencera à parler qu' il aimerait partager les bienfaits des produits. Lui expliquer les bénéfices de différentes façons d'être récompensés pour le partage des produits (Partagez ce que vous aimez, Partenaire affilié ou devenir associé)

Piège 2: Faire une approche ou Partager l'opportunité Usana et ne pas faire un suivi dans les jours qui suivent

Simple et duplicable : Soyez audacieux et recontactez la personne afin de vérifier si elle avance dans ses réflexions ou si elle a des questions . RAPPELEZ-VOUS que 90 % de votre réussite se trouve dans le ou les suivis.

Piège 3: Ne pas offrir les différentes options à celui à qui vous présentez à cause de votre perception.

Simple et duplicable : Ne pas décider pour une personne et lui présenter seulement une option est la représentation de vos limites à vous. On ne connaît pas les désirs cachés des prospects, ne pas décider pour eux. Présenter à tous de façon générale l'opportunité sans insister et laisser la personne choisir.

Piège 4 : Fonctionner seul et ne pas participer aux formations ou rencontres (temps, budget, priorités).

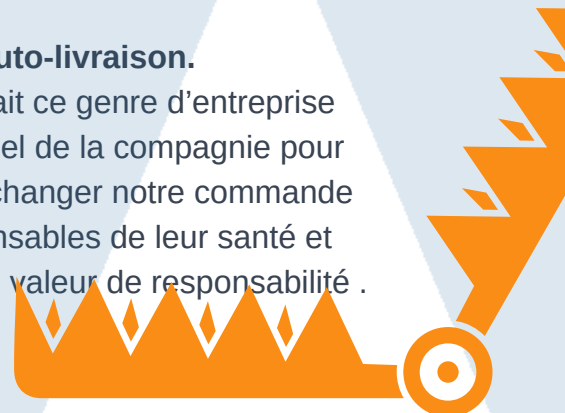
La force de la communauté et la constance sont reliées presque directement à la réussite d'une entreprise en MLM. Les encouragements reçus, les conseils appris, la formation variée et l'effet d'inspiration et de motivation renforcent l'excitation et le passage en action des nouvelles connaissances.

Piège 5 : Ne pas se préparer un budget pour aller à des rencontres, des formations, des ralliements

Simple et duplicable : Développer une discipline financière pour mettre de côté une enveloppe de budget pour formation, coaching, congrès, etc. C'est une dépense entrepreneuriale pour le genre d'entreprise qu'est le MLM donc déductible pour nos impôts .

Piège 6: S'occuper des commandes des gens, changer leur auto-livraison.

Simple et duplicable: Un stress inutile dans notre entreprise. On fait ce genre d'entreprise pour la liberté. Le système de client privilégié, la structure de rappel de la compagnie pour nous prévenir de la future livraison automatique, la possibilité d'échanger notre commande par téléphone ou internet, tout est fait pour rendre les gens responsables de leur santé et de leurs achats de produits. Prendre soin de sa santé devient une valeur de responsabilité .



Les pièges du débutant et des anciens en Marketing relationnel

Dans le domaine affaires-business :

Piège 7: Ne pas vendre les produits au prix de détail aux clients occasionnels

Simple et duplicable : Cela ne les incitera pas à devenir client privilégié et à avoir les rabais du client privilégié et les possibilités d'avoir des crédits sur leurs achats en partageant la santé autour d'eux. Leur partager les différents avantages à devenir client privilégié

Piège 8: Vouloir refaire du matériel à notre façon

Simple et duplicable : Cela peut s'avérer une perte de temps et d'énergie et même d'argent. Apprendre à bien connaître le matériel offert par Usana et choisir celui qui nous convient le mieux dans le Centre média de partage USANA. On a beaucoup de choix dans la gestion et il ne faut pas oublier qu'USANA a conçu du matériel avec l'expertise des clients, anciens et nouveaux associés, leaders, spécialistes en marketing.

Piège 9: Rester dans l'idée de mon ancienne manière de voir ou de faire et donc manquer les extraordinaires opportunités qui sont présentes autour de nous...

Piège 10 : Manquer de discipline et de rigueur dans la vie et le développement de l'entreprise.

Piège 11 : Traiter et voir USANA comme un hobby ou moins sérieux qu'un travail ou entreprise traditionnelle et donc ne pas y mettre l'effort et le sacrifice approprié pour réussir et produire le résultat.

Piège 12: Gestion versus Développement et Soutien

