

Module CREATION de la CONVERSATION

Objectifs → vérifier l'intérêt envers Nikken
& développer une relation

LA CLE DE VOTRE AVENIR

S'il y avait une chose simple à faire pour bâtir une fondation sur laquelle construire votre organisation, ce serait d'apprendre à créer des conversations et vérifier l'intérêt des gens. Si vous n'êtes pas capable de parler aux gens, votre progrès sera lent.

Une des questions les plus fréquentes que l'on me pose est : ***qu'est -ce que je dis et comment je le dis ?***

Voici ma définition préférée de ce que nous faisons :

- Nous créons des Conversations
- Pour construire des Relations
- Qui mènent à des Associations

La tendance pour les nouveaux distributeurs est d'en dire trop, trop souvent. Nous devons nous calmer, formuler un plan, choisir finalement où nous voulons aller et comment nous voulons y arriver. C'est l'objectif de ce module : Devenir familier avec les suggestions. Laisser les formules de mots devenir une partie de votre routine quotidienne.

Il y a trois modèles d'affaires que vous pouvez choisir :

- ✚ **Le Modèle au détail.** Dans ce modèle, vous cherchez des gens qui souffrent, sont dans l'inconfort, cherchent des solutions pour être dans le bien-être au quotidien. Votre approche consiste en ce que vous avez les produits qui peuvent les aider. Grâce à cette approche, vous pourriez produire un flot de revenus supplémentaires.
- ✚ **Le Modèle de Franchise.** Dans ce modèle, vous cherchez des gens pour vendre des produits. Votre approche consiste en ce que vous avez : des produits qui aident les gens. Grâce à cette approche, vous pourriez produire un revenu

résiduel.

- ✚ **Le Modèle de Réseau.** Dans ce modèle, vous cherchez des gens qui sont des entrepreneurs ou des bâtisseurs d'affaires. Votre approche consiste en ce que vous pourriez leur offrir : la liberté sous la forme de Temps, Argent, Plaisir, ou la capacité de faire une différence. Grâce à cette approche, vous pourriez produire un revenu résiduel reproductif. Le modèle de réseau contient aussi les éléments des deux autres modèles.

Le but de ce module part du principe que vous voulez bâtir une grande affaire couronnée de succès et de revenus résiduels reproductibles.

Ce que nous devons apprendre et enseigner ensuite aux gens que nous parrainons est : comment vérifier l'intérêt, comment construire la croyance chez les gens intéressés et comment faire passer à l'action les croyants.

Si votre entreprise dépérit, examinez un de ces trois éléments et apportez les corrections. Le fondement de tout le programme est de vérifier l'intérêt des gens.

Point CLEF à se souvenir : Connaitre la différence entre la **PROSPECTION** et le **RECRUTEMENT**. La prospection vérifie ou crée l'intérêt alors que le recrutement construit la croyance.

La raison primordiale pour laquelle les gens abandonnent le Marketing de Réseau est qu'ils parlent successivement aux mauvaises personnes. Une des habiletés les plus importantes que vous pouvez apprendre et celle qui aidera vraiment votre affaire à grandir est : d'apprendre comment disqualifier les prospects non qualifiés.

Nous avons supposé, au commencement de ce module de formation, que nous allions traiter notre projet selon le modèle de réseau. Une clef pour le succès est de générer un profit. Il doit y avoir un retour sur votre investissement. Sans un retour sur l'investissement, votre projet disparaît. Puisque vous voulez construire une entreprise couronnée de succès, vous devez reconnaître que ce retour doit être plus que juste le temps initial et l'investissement d'argent que vous faites. Vous devez avoir un retour attendu de chaque activité que vous exécutez.

Quand je travaille, je reconnais que mon temps a de la valeur. Je reconnais aussi que je dois avoir un retour sur cet investissement de temps si je dois rester en affaire. J'ai décidé que mon temps valait 300€ de l'heure. Mon taux attendu de retour est 4 fois mon investissement. Donc, si j'investis 1 heure (300 €) dans n'importe quelle activité, j'en

attends quatre fois la valeur, soit un retour de 1200€.

Avec cette attente de retour, je peux maintenant regarder mon affaire plus objectivement. Je m'assure que les prospects avec lesquelles je passe du temps sont correctement qualifiés avant de passer beaucoup de temps avec eux. Avant de faire une présentation, je pose des questions de qualification afin de découvrir si mon prospect vaut (d'une perspective d'affaires) les dépenses de temps avec lui.

Malheureusement la plupart des distributeurs ne qualifient pas leurs prospects, ils sautent directement dans la présentation d'affaire sans s'assurer d'avoir un prospect valable.

Notre travail est de trouver les bonnes personnes pour qui ceci (notre affaire) soit la chose juste à faire tout de suite.

C'est une réalisation clef que j'ai apprise très tôt. Quand j'ai discuté de cette idée avec des distributeurs dans mon organisation, plusieurs m'ont dit : c'est correct pour vous de disqualifier des prospects, vous avez déjà du succès. « Je veux que vous compreniez clairement que je suis couronné de succès précisément parce que j'ai appris à disqualifier et à ne pas laisser les gens gaspiller mon temps. Vous devez apprendre à identifier, à cibler et qualifier la sorte de gens avec qui vous voulez travailler ».

Dans le processus de qualification, écrivez et pratiquez votre formulation pour vos questions de qualification. Vous voudrez des questions de qualification pour :

1. Un prospect générique, c'est un prospect dont vous ne connaissez pas les motivations spécifiques.
2. Un prospect spécifique, ou celui dont vous avez déjà découvert la motivation.

Le mieux est la conversation durant laquelle vous avez établi une relation et avez trouvé deux secteurs d'insatisfaction dans leurs vies. Une conversation personnalisée est alors employée autour des motivations spécifiques de votre prospect.

Les questions de qualification sont les questions les plus importantes que vous pouvez poser dans une situation de prospection, avec l'avantage le plus important de séparer les bons prospects des autres. Donc vous ne gaspillez pas votre temps avec des prospects non motivés et non qualifiés.

Le défi est de répondre à la question : comment m'approcher de quelqu'un que je veux recruter ?

Si vous regardez au sommet de l'Organigramme du Cycle de Parrainage (voir image ci-dessous), sur le côté gauche, vous voyez le cercle « vérifier l'intérêt ». À gauche du cercle, il y a deux rectangles connectés. Nous voyons que le contact et l'approche sont deux étapes séparées. Le risque est grand de ne pas faire ces deux étapes dans le bon ordre. Si vous faites le contact initial et construisez la relation correctement, vous saurez comment approcher les gens et ce qu'il faut leur dire car ils vous diront exactement ce qui est nécessaire. Vous répondez simplement par la solution spécifique au problème qu'ils ont décrit. Autrement dit, votre approche est la solution à leur problème.

Les 5 Piliers de la Santé fournissent la solution. La solution au Défi des 5 Piliers est ou bien le Temps ou bien l'Argent et la solution dans les deux cas sont un flot de revenus supplémentaires. Autrement dit, le prospect vous mènera directement à l'occasion d'affaires, ceci étant la solution à son problème. De plus, tous les besoins de produits seront traités durant le processus de découverte.

Donc vous déplacerez plus de produits que jamais auparavant tout en ne perdant pas les gens intéressés par le concept d'affaires.

Avant que nous n'entrions dans les détails du processus, laissez-moi vous donner un exemple.

Supposons que je suis dans un avion au début d'un voyage. Je me présente à la personne assise à côté de moi. Nous échangeons des plaisanteries et doucement je guide la conversation en posant des questions. Mes questions nous amènent dans la direction où je veux aller. Nous discuterons des questions spécifiques un peu plus tard dans ce module.

À un moment donné, ou bien mon prospect me demandera ce que je fais ou bien je guiderai la conversation au point où j'en parlerai. Ma réponse met la table pour tout ce qui s'en suivra. Je dirai quelque chose dans le genre de :

« Savez-vous à quel point les gens se débattent aujourd'hui pour équilibrer leur vie de travail avec leur vie de famille et avoir en plus du temps pour faire des choses personnelles importantes pour eux ? »

J'attends que le prospect reconnaisse cela dans sa vie. Alors je dis : « ce que je fais, c'est créer des plans pour les gens afin d'équilibrer ces secteurs de leurs vies ».

Note : les deux premiers critères de disqualification :

- ils n'ont pas d'intérêt personnel envers la première question

- ils ne me demandent pas comment je développe ces plans

Parfois j'emploie une déclaration forte comme : « *je suis associé avec une société appelée Nikken. Comme entrepreneur indépendant, je les aide à développer des marchés et à créer des réseaux de distribution pour leur Concept de la Maison du Mieux-être actif* ».

Après une ou l'autre déclaration, j'attends que mon prospect me demande de l'information complémentaire sur ma manière de faire cela ou sur le Concept de la Maison du Mieux Être actif. De nouveau, c'est un autre moment de disqualification.

Je réponds : « *la chose la plus importante est le développement d'un mode de vie de Mieux Être. Un mode de vie de Mieux Être, c'est avoir le temps et l'argent pour faire ce que vous voulez et la santé et la longévité pour profiter de la vie. J'emploie une philosophie qui s'appelle « l'équilibre dans les 5 Piliers de la santé » pour faire cela. Les 5 Piliers de la santé sont : un corps sain, un esprit sain, une famille saine, une société saine et des finances saines. Ce que je crée, c'est des plans qui aident mes clients à équilibrer ces 5 secteurs dans leur vie* ». Cela peut être un autre moment pour le disqualifier s'il n'exprime pas d'intérêt personnel envers cela.

Quand il demande comment je fais cela, j'ai gagné son intérêt et sa permission de présenter le concept de Nikken. Je n'ai pas mentionné de produits, ni parlé encore de Nikken en détail ou de marketing de réseau. Je réponds :

« *Si nous regardons ces 5 secteurs : le Corps Sain, l'Esprit Sain, la Famille Saine, la Société Saine et les Finances Saines, quels sont les deux plus importants pour vous ?* »

Après l'identification de ces deux secteurs, je pose les questions suivantes sur chacun des piliers qu'il a choisis :

. Pourquoi c'est important, suivi de questions complémentaires pour développer ce secteur :

. Comment est sa vie quand ces deux secteurs fonctionnent bien. Comment est-elle quand ils ne fonctionnent pas bien. Comment se sent-il quand ils fonctionnent bien.

Je demande *des questions complémentaires* dans chacune de ces catégories pour vraiment comprendre.

Je demande ensuite dans lequel de ces deux Piliers il y a le plus grand déséquilibre en ce moment dans sa vie ? Je poursuis avec les mêmes 4 questions ci-dessus.

. Pourquoi est-il hors d'équilibre, suivi de questions complémentaires pour développer ce

secteur

- . Que serait sa vie si ces deux secteurs étaient en équilibre?
- . Quelle est sa vie quand ces deux secteurs ne fonctionnent pas bien?
- . Comment se sentirait-il si ces deux secteurs fonctionnaient très bien?

Les deux questions suivantes constituent le moment critique de cette conversation :

« Qu'est-ce que ça coûterait pour amener ces deux secteurs en équilibre avec le reste de votre vie? » La réponse est toujours : le Temps ou l'Argent.

Je pose alors la question suivante : « si je pouvais vous montrer une façon de mettre plus d'Équilibre par rapport à cela dans votre vie, seriez-vous intéressé ? »

Qu'avons-nous fait jusqu'à maintenant ?

1. Commencé une conversation.
2. Guidé la conversation avec des questions
3. Écouté les réponses
4. Fait une approche basée sur ses besoins et employé les 5 piliers de la santé pour développer le besoin.
5. Demandé la permission de présenter une solution à son problème spécifique.

J'ai fait tout cela sans parler de produits, de Nikken ni de Marketing de Réseau.

J'ai divisé ce module en deux parties : **CREER** des **CONVERSATIONS** avec le marché chaud et **CREER** des **CONVERSATIONS** avec le marché froid. Nous commencerons par le marché chaud et, plus loin, nous le diviserons en marché chaud avec lequel vous avez une relation telle que vous pourriez immédiatement proposer le concept d'affaires, et en marché chaud avec lequel vous devrez rétablir une relation et la construire.

Conversations avec le marché chaud - Aucune relation d'affaires

Avant de prendre contact avec quelqu'un, décidez d'avance où vous voulez aller. Autrement dit, quel est votre but pour l'appel ? Voulez-vous un rendez-vous ? Voulez-vous faire un appel ABC ? Voulez-vous les envoyer à un site Web ou écouter un audio ou un vidéo ? Sachez au moment de faire l'appel ce que vous voulez que votre prospect fasse.

Si vous avez une relation avec votre contact qui vous permettra de sauter directement à

leur qualification, sautez à la section... Marché chaud avec Relation.

Parlez avec votre prospect pour établir une relation avec lui, afin de découvrir ce qui lui arrive dans la vie. Nous faisons cela naturellement tout le temps. Ou bien appelez-le au téléphone ou bien passez le voir. Soyez naturel et sincère. Ne faites pas d'écran de fumée et ne soyez pas condescendant. Employez la formule suivante pour vous aider : **FORM.**

F - Famille

O - Occupation

R - Récréation

M - Motivation

Pendant cette conversation, résistez à la forte envie de parler de vous. Ne parlez pas non plus de Nikken, ce serait prématuré.

Parlez simplement à votre prospect comme vous si vous l'aviez rencontré par hasard.

Exemple : « *Bonjour Robert, comment vas-tu ? Je ne t'ai pas vu depuis longtemps. Comment va Marie ? Et les enfants ?* »

Prenez le temps pour vraiment découvrir ce qui arrive avec sa famille. Demandez des questions complémentaires qui reflètent votre intérêt. Soyez sincère. Lorsqu'approprié, passez à l'étape Occupation. « *Es-tu toujours dans la restauration ?* » Continuez à poser des questions sur son travail ou ses affaires. Soyez vraiment intéressé par ce qu'il dit.

Continuez ensuite avec l'étape Récréation. « *Joues-tu toujours aussi souvent au golf ?* » Et arrivez finalement à la Motivation. Peut-être que vous connaissez certaines questions sociales qui sont importantes pour votre prospect. Ex : « *Es-tu toujours impliqué avec la fondation Rêves d'enfants ?* »

Pendant la conversation, écoutez pour les secteurs où sa vie est en déséquilibre, les secteurs où il a un malaise dans sa vie, où il désire du changement. Les gens sont motivés par deux choses : avoir du plaisir et éviter la douleur. Éviter la douleur est beaucoup plus motivant. Quand vous découvrez la partie de la vie de votre prospect où il y a de la douleur, montrez lui comment Nikken peut mettre le plaisir à la place de la douleur. Vous en ferez quelqu'un prêt à se joindre à vous.

Exemples de douleur ou de désirs de changement :

Pas assez de temps libre. Pas assez de temps en Famille. Pas assez d'argent.

Pas assez de satisfaction au travail.

La liste est interminable. Parlez avec votre prospect jusqu'à ce que vous ayez découvert deux secteurs où il pourrait être en déséquilibre, où il pourrait vouloir un changement. Quand vous aurez créé la relation, découvrez les deux secteurs où il désire du changement et crée une obligation envers lui, vous êtes prêt à passer à l'étape suivante. Vous pouvez le faire dès ce premier contact, ou raccrocher et le rappeler le lendemain ou le surlendemain et commencer à le qualifier.

Voici comment j'aime faire la qualification :

« Bonjour Robert, as-tu une minute ? » Laissez-le répondre ! Employez alors une formule semblable à ceci : *« Robert, je n'ai qu'une minute mais je voudrais te demander quelque chose. Quand nous avons parlé, mardi, tu as dit que tu étais malheureux au travail et que tu avais constaté que tu y passais beaucoup trop de temps, ce qui nuisait à ta vie familiale, c'est bien ça ? (Laissez-le répondre) Si je pouvais te montrer une façon d'avoir un deuxième revenu, à partir de ta maison et en travaillant dans tes temps libres et si cela pouvait potentiellement doubler ton revenu au bout d'un certain temps ... Accepterais-tu de me donner 30 minutes pour te donner une vue d'ensemble de cette solution ? »*

Laissez-le répondre.

S'il dit oui, demandez-lui : *« puis-je faire une suggestion ? »* Quand il répond oui, continuez : *« Si on fixait un moment pour se voir, je pourrais t'expliquer cela et si tu aimes ce que tu découvres, nous pourrons discuter de l'étape suivante. Si tu n'aimes pas cela, ce ne sera pas un problème pour moi. Qu'en penses-tu? »*

C'est critique que vous appreniez à employer les mots qui sont en caractères gras. Ce sont des mots clefs pour vous aider à qualifier votre prospect et lui faire commettre à un rendez-vous.

S'il dit non à la demande de 30 minutes, ou à la question puis-je faire une suggestion, dites *« puis-je demander pourquoi ? »* Ne soyez pas sur la défensive, écoutez très soigneusement sa réponse.

Elle contiendra la clef pour défaire l'objection, ou elle donnera l'information nécessaire vous permettant de le disqualifier et de passer au suivant.

Arrêtons-nous et révisons ce que nous avons fait jusqu'à maintenant :

Nous avons créé une liste de noms du marché chaud et l'avons divisé en 2 :

- ceux que nous pouvons contacter maintenant et
- ceux avec lesquels nous devons construire une relation.

2. Nous avons décidé de commencer par les noms avec lesquels nous avons besoin de créer une relation.

3. En employant **FORM**, nous sommes entrés en contact avec notre prospect, avons établi la relation, trouvé deux secteurs où il désirait du changement. Durant tout ce temps, nous n'avons pas parlé de nous ni de Nikken.

4. Nous avons fait un deuxième contact et confirmé les secteurs où il y a malaise.

5. Nous lui avons posé la question de qualification et établi un rendez-vous. Nous n'avons toujours pas mentionné ce que nous faisons.

S'il demande ce que c'est, vous pouvez répondre avec une approche douce, ou vous pouvez employer votre déclaration d'affaire de puissance.

Déclaration Douce

« Je travaille avec une société du Japon appelée Nikken. En avez-vous déjà entendu parler ? » Laissez- le répondre. Résistez à la forte envie d'en dire plus. S'il demande ce qu'est Nikken, dites *« puis-je faire une suggestion ? »* Attendez la réponse et quand il donne la permission, dites – *« Pourquoi ne pas établir un temps pour nous rencontrer et je vous expliquerai tout. Si vous aimez ce que vous voyez, nous pourrions discuter de l'étape suivante. Si vous n'aimez pas ce que vous voyez, ce ne sera pas un problème pour moi. Qu'en pensez-vous? »*

S'il insiste pour plus d'information, ne soyez pas évasif ou défensif, répondez simplement que vous n'avez pas le temps d'expliquer cela au téléphone et qu'en plus le concept est trop grand pour le lui donner par bribes. Ce serait lui rendre un mauvais service et cela nuirait aussi à Nikken de faire une présentation dans de telles conditions. S'il continue à insister, dites *« que cela ne semble pas être pour vous en ce moment. Que diriez-vous si je vous enlevais de ma liste pour le moment ? Dans six mois ou plus, quand les choses auront ralenti un peu, je vous rappellerai et on verra si le contexte est meilleur pour vous. »*

Souvenez-vous : vous les qualifiez pour travailler avec vous. Vous restez en contrôle du processus.

Déclaration d'affaires puissante #1 :

« Je représente un groupe d'entrepreneurs qui aident une société multimilliardaire et multinationale et Japonaise, dont le siège social est en Californie, à distribuer ses produits de mieux-être de haute technologie en Amérique du Nord et en Europe. J'ouvre de nouveaux marchés dans ce secteur pendant les 60 prochains jours. Je cherche des gens pour m'aider à accomplir cette expansion. Je ne sais pas si ce sera pour vous ou non, mais, basé sur ce que vous m'avez dit au téléphone, je pense que j'ai ce que vous cherchez. Rencontrons nous pendant 30 minutes et je vous donnerai un aperçu ce que je cherche. Si vous aimez ce que vous voyez, très bien ! Si non, ce ne sera pas un problème pour moi ? Qu'en dites-vous ? »

Déclaration d'affaires puissante # 2 :

« je suis associé avec une société multinationale japonaise dont le siège social est en Californie. Je l'aide à ouvrir le marché et des réseaux de distribution pour leurs Maisons du Mieux Être avec des technologies de pointe. J'ouvre de nouveaux marchés dans votre secteur durant les 60 prochains jours. Basé sur notre discussion d'hier, vous avez indiqué que vous cherchiez (partager avec lui les deux secteurs où il a indiqué vouloir un changement). Je pense que nous pouvons vous aider à obtenir ce que vous voulez et j'aimerais vraiment travailler avec vous parce que, donnez un compliment sincère. »

Poursuivez avec *« Puis-je faire une suggestion ? »*

« Rencontrons- nous pendant 30 minutes et je vous donnerai un aperçu de ce que je cherche. Si vous aimez ce que vous voyez, très bien!! Si non, ce ne sera pas un problème pour moi ? Qu'en dites- vous ? »

S'il insiste pour plus d'information, retournez aux suggestions à six paragraphes auparavant.

Arrêtons et révisons ce que nous avons fait jusqu'ici.

1. Nous avons créé une liste de noms du marché chaud et l'avons divisé en 2 : ceux que nous pouvons contacter maintenant et ceux avec lesquels nous devons construire une relation.
2. Nous avons décidé de commencer par les noms avec lesquels nous avons besoin de créer une relation.
3. En employant **FORM**, nous sommes entrés en contact avec notre prospect, avons établi la relation, trouvé deux secteurs où il désirait du changement. Durant tout ce

temps, nous n'avons pas parlé de nous ni de Nikken.

4. Nous avons fait un deuxième contact et confirmé les secteurs où il y a malaise.

5. Nous lui avons posé la question de qualification et établi un rendez-vous. Nous n'avons toujours pas mentionné ce que nous faisons.

6. Nous avons répondu à la question initiale « qu'est-ce que c'est ? »

7. Nous avons gardé le contact et avons contrôlé la communication.

Maintenant allons au Marché Chaud - Avec relation.

Cette section suppose que vous avez une déjà bonne relation avec votre prospect. Vous connaissez probablement déjà les secteurs de sa vie où il désire du changement. Votre relation est telle que vous pourriez l'appeler et aller droit aux questions de qualification.

Exemple :

« Salut John, c'est Denis. J'appelle pour te poser une question rapide As-tu une minute ? » Laissez-le répondre. Continuez avec : *« je travaille sur un projet d'affaires très intéressant que tu pourrais aussi trouver attirant. Ma question est ... Serais-tu ouvert à regarder une occasion d'affaires à l'extérieur de ce que tu fais maintenant ? »* Laissez-le répondre. S'il dit non, remerciez-le pour son temps et raccrochez. S'il dit oui, aller à : *« Puis-je faire une suggestion ... ? »* Continuez comme suggéré plus haut.

Un autre exemple pourrait être : *« Salut John, c'est Denis. As-tu une minute ? Je travaille sur un projet d'affaires. Je suis associé avec une société du Japon. Je les aide à établir un marché et des Réseaux de distribution pour l'Amérique du Nord. J'ouvre un marché dans ton secteur et j'ai pensé à toi. Basé sur les discussions passées, tu avais indiqué que tu cherchais (rappelez lui les deux secteurs où il avait indiqué vouloir un changement). Je pense que nous pouvons t'aider à obtenir ce que tu veux et j'aimerais vraiment travailler avec toi parce que, donnez un compliment sincère. »*

Laissez-le répondre et poursuivez avec *« Puis-je faire une suggestion ? »*

Points importants :

1. Ne dites rien avant d'avoir passé en revue votre liste de noms avec votre parrain ou upline.
2. Développez votre stratégie de liste, c'est-à-dire qui appeler maintenant et avec qui construire une relation.

3. Établissez la relation en restant naturel. Utilisez **FORM** pour vous aider si vous en avez besoin.

4. Une fois que vous aurez identifié les secteurs où vos prospects aimeraient un changement, terminez le contact initial.

5. Un ou deux jours plus tard, rétablissez le contact et employez la Déclaration d'affaires douce ou la Déclaration d'affaires de puissance. N'oubliez pas d'employer les mots de qualification. Créez votre propre si je pouvais...Pourriez vous.... formules.

6. Rappelez-vous votre objectif. Qu'essayez-vous d'obtenir avec votre appel / contact :

- Un rendez-vous pour présentation 1 sur 1.
- Un rendez-vous pour l'amener à une présentation d'un tiers, sur un site Web, un appel ABC, un vidéo, une conférence téléphonique, etc.
- Demandez des références

L'APPROCHE DU MARCHÉ FROID OU DE TIERCE PARTIE :

L'approche de tierce partie

« Salut Chris, c'est Denis. Je t'appelle pour te demander une petite faveur. As-tu une minute ? »

« Je travaille sur un projet d'affaires et j'ai besoin de quelques personnes avec des qualifications spéciales.

Connais-tu quelqu'un qui a, soit ...de l'expérience d'affaires, des qualités de leadership ou qui a besoin de revenus importants et qui pourrait être ouvert à une occasion d'affaires attrayante ? »

S'il n'en connaît pas ou ne peut pas penser à quelqu'un, ou ne se désigne pas lui-même :

« Connais-tu quelqu'un qui..., d'après toi, n'est pas payé à sa juste valeur,...ou qui n'a pas assez de temps libre pour être avec sa famille...ou peut-être quelqu'un qui n'est pas complètement heureux à son travail ? »

S'il manifeste un intérêt pour lui-même, dites :

« Je croyais que tu étais heureux où tu es. Pourquoi serais-tu intéressé par cela ? »

Il vous dira tout ce que vous devez savoir pour que vous puissiez lui montrer comment Nikken pourrait l'aider à réaliser ce qu'il veut.

Ensuite l'étape suivante : « *Puis-je faire une suggestion ... ?* »

« *Et si nous nous fixions un rendez-vous pour que je t'explique tout ça ? Si tu aimes ce que tu vois, nous pourrions discuter de l'étape suivante. Si tu n'aimes pas ce que tu vois, ce ne sera pas un problème pour moi. Qu'en penses-tu ?* »

Passons maintenant au MARCHÉ FROID.

Contacts du Marché Froid

Selon les statistiques de l'industrie, seulement 1 personne sur 250 des contacts froids se joindra à vous. Il n'y a aucune garantie que cette personne, une fois distributeur, sera un de vos leaders. Si nous regardons la règle de un sur trois, nous avons besoin de 12 nouveaux distributeurs pour obtenir nos 4 leaders. Si nous choisissons le Marché froid vous devez faire 3000 contacts pour parrainer 12 distributeurs pour obtenir 4 leaders. C'est en effet une façon froide de construire votre entreprise.

Il nous faut transformer un contact du marché froid en un contact du marché chaud. Nous pouvons faire cela en employant la règle de trois pieds, en créant des conversations et en posant des questions de qualification.

La première étape en travaillant le marché froid est d'être capable de répondre à la question : que faites-vous ? Vous pouvez passer beaucoup de temps en établissant une conversation pour qu'à un moment donné, la personne vous demande ce que vous faites. La porte est alors ouverte. Si vous répondez bien, vous pouvez obtenir le rendez-vous. Si vous n'êtes pas confortable dans votre réponse, vous n'obtenez pas le rendez-vous.

Dans les 17 Secrets des Maîtres prospecteurs, John Kalench a consacré un chapitre entier pour discuter des bénéfices d'avoir un très bref "commercial" sur ce que vous faites (secret #9). Cette seule idée peut faire une différence énorme dans l'efficacité de votre prospection.

Nous attendons tous nerveusement que quelqu'un nous demande ce que nous faisons et nous trébuchons ensuite en répondant. Cela est dû en partie à notre système de croyances dans le Marketing de Réseau et en partie au fait de ne pas savoir à coup sûr, ce qu'il faut dire. John a appelé cela une DA, ou une Déclaration d'avantages. Un autre mot pourrait être un crochet. C'est quelque chose que vous dites qui amène le contact à

vous poser plus de questions.

La position et la posture sont extrêmement importantes. C'est ce que vous dites dans les moments initiaux de la rencontre et comment vous le dites qui déterminent votre position et votre posture. Vous voulez être confiant sans être imposant.

Imaginez que vous avez 10 secondes pour répondre à la question et créer assez d'intérêt pour qu'il vous demande plus d'information.

Voici quelques exemples pour employer une DA.

L'approche Douce

Denis, que faites-vous ? « *J'enseigne aux gens comment développer un style de vie de Mieux Être personnel.* » Qu'est-ce que c'est un style de vie de Mieux Être personnel ? « *Connaissez-vous des gens qui se débattent aujourd'hui en essayant d'avoir du temps pour leur famille, du temps pour leur travail et en même temps un peu de temps personnel ?* » Laissez-les répondre. « *Bien, ce que je fais, c'est apprendre aux gens comment balancer ces secteurs de leur vie.* »

Denis, que faites-vous ? « *Savez-vous comment la plupart des personnes semblent aujourd'hui être trop occupées pour apprécier leur famille, ou passer du temps de qualité avec elle ?* » Laissez-les répondre. « *Bien, ce que je fais, c'est aider les gens à générer des revenus supplémentaires pour prendre le contrôle de leur vie.* »

L'approche Puissante

Denis, que faites-vous ? « *Je suis associé avec une compagnie du Japon. Je l'aide à développer un marché et à créer des réseaux de distribution pour ses technologies de la Maison du Mieux Être. Je trouve des gens qui veulent plus de du temps dans leur vie et je les aide à bâtir un plan pour l'obtenir.* »

Denis, que faites-vous ? « *Je représente un groupe d'entrepreneurs qui aident une société géante multimilliardaire, multinationale, japonaise et qui a son siège social en Californie, à établir un marché pour leurs technologies de la Maison du Mieux Être en Europe.*

Je cherche des gens brillants qui cherchent à avoir plus de temps libre dans leur vie pour faire ce qu'ils aiment. »

Je préfère l'approche plus douce pour les contacts de règle de trois pieds. Les déclarations de puissance peuvent alors être employées pendant votre premier rendez-

vous avec votre nouveau contact.

À ce point, vous pouvez aller directement à puis-je faire une suggestion ? Pourquoi ne pas établir un rendez-vous ... Déclaration ? Autrement vous voudrez poser les questions de qualification.

Pour poser les questions de qualification, vous devrez créer un échange d'informations. Après avoir obtenu l'attention du contact avec « Savez-vous comment ... ? » « Ce que je fais ...? » retournez-lui les questions. Utilisez **FORM** à cette fin.

Voici un exemple :

J'ai rencontré quelqu'un dans un garage. Nous avons échangé et il m'a appris qu'il travaillait dans un magasin de détail et il m'a demandé ce que je faisais. Je lui ai répondu comme décrit plus haut et maintenant je veux le qualifier. Je lui pose des questions comme celles qui suivent.

Depuis combien de temps travaillez-vous pour le magasin XYZ ? Comment avez-vous commencé ? Je parierais que votre travail est vraiment intéressant. Ce travail vous permet-il de passer du temps avec votre famille comme vous voudriez ? Qu'est-ce que votre femme pense de ce que vous faites ?

Posez ces questions d'une façon facile et détendue. Écoutez la réponse avant de poser la question suivante.

En employant la méthode de **FORM**, parlez avec lui jusqu'à ce que vous l'entendiez parler de deux secteurs d'insatisfactions dans sa vie. Une fois que vous avez les secteurs d'insatisfaction, récapitulez-les lui et employez les questions de qualification.

« Eric, pendant que nous parlions, je vous ai entendu dire que votre travail ne vous apportait pas beaucoup de satisfaction et vous voudriez vraiment passer plus de temps avec votre famille. Est-ce que c'est vrai ? Eric si je pouvais vous montrer une façon d'aimer ce que vous faites et d'avoir en même temps le temps et l'argent à passer avec votre famille, me donneriez-vous 30 minutes pour vous donner une vue d'ensemble ? » Laissez-le répondre. S'il dit oui, alors continuez avec ...Puis-je faire une suggestion ? Pourquoi ne pas faire un rendez-vous...

Arrêtons et révisons ce que nous avons fait jusqu'ici :

1. Si nous sommes dans une situation de marché froid, nous devons capturer l'attention du nouveau contact et lui faire nous demander ce que nous faisons.

2. Nous devons créer une conversation pour découvrir les insatisfactions
3. Récapitulez ses insatisfactions à votre contact et offrez une solution avec les questions de qualification.

En travaillant le marché froid vous devez avoir à l'esprit de vous attirer des gens. Il y a certaines choses clefs à se rappeler qui vous attireront des contacts.

1. Soyez un solutionneur de problèmes
2. Posez des questions et écoutez !

En fin de compte cela revient à poser des questions pour générer une conversation, écouter pour identifier des problèmes et leur montrer comment notre concept d'affaires peut résoudre ces problèmes.

Complétons cette section avec « Comment créer des conversations dans le marché froid quand vous devez amorcer le contact ».

Le contact froid occasionnel

Quand vous rencontrez quelqu'un avec qui vous voudriez entrer en contact pour le concept d'affaires, cherchez quelque chose avec lequel vous pourrez sincèrement leur faire un compliment.

Faites-leur un compliment. Dites ce que vous avez aimé de lui puis posez une question. . Ensuite, écoutez pour découvrir les secteurs d'insatisfactions.

Créez une conversation en employant **FORM**.

S'il demande ce que vous faites, employez les formules discutées ci-dessus, ensuite posez les questions de qualification. S'il ne le demande pas, posez les questions de qualification basées sur leurs secteurs d'insatisfactions.

Exemple :

« Bonjour, mon nom est Denis, quel est le vôtre ? Vous avez une très belle chemise. J'aime vraiment comment les couleurs changent quand vous vous déplacez. Où l'avez-vous obtenue? Ont-ils d'autres couleurs disponibles ? Vous avez un bon goût dans les vêtements. Que faites- vous ? Depuis combien de temps faites-vous cela ... ? Je parierais que c'est vraiment passionnant. Avez-vous déjà pensé à faire autre chose? Avez-vous une famille ? »

De nouveau, demandez ces questions d'une façon confortable, détendue. Écoutez la réponse avant de poser la question suivante.

Ne soyez pas envahissant, mais soyez sincèrement intéressé par la personne. Quand vous avez entendu deux secteurs d'insatisfaction, passez aux questions de qualification. S'il n'est pas approprié de poser les questions de qualification, obtenez sa carte et faites un suivi plus tard.

Le contact de Produit Froid

Cela semble être le secteur présentant le plus grand défi pour les gens dans notre entreprise. Comment entrer en contact avec une personne avec un défi physique évident et arriver au point de la question de qualification pour notre concept d'affaires ?

Exemple :

Vous êtes debout dans la file à la banque. La personne devant vous a un malaise évident.

« Vous vous semblez vraiment avoir mal. » Laissez-le répondre. « Vous êtes-vous blessé au dos ? » Laissez-le répondre. « Comment vous êtes-vous blessé au dos ? » Laissez-le répondre. Comment cela affecte-t-il votre travail ? Laissez-le répondre. « Avez-vous déjà pensé à faire quelque chose d'autre ? »

Laissez-le répondre. Maintenant, dites votre témoignage de produits d'une minute et passez aux questions de qualification. *« Je sais comment vous vous sentez. Je me suis déjà fait mal au dos. Cela a eu un impact sur tout ce que je faisais. J'en étais au point que je ne pouvais rien faire du tout. J'ai même été hospitalisé pendant 6 semaines avec mon problème de dos. Vous savez, je pourrais être capable de vous aider. J'ai trouvé quelque chose qui a vraiment aidé mon malaise de dos. Je me suis associé avec la compagnie et je travaille maintenant à partir de ma maison. Laissez-moi vous poser une question : si je pouvais vous montrer une façon de réduire ou éliminer ce malaise et vous montrer aussi que vous pourriez créer un revenu significatif à temps partiel en même temps, me donneriez-vous 30 minutes pour vous le montrer ? »*

Laissez-le répondre. *« Puis-je faire une suggestion ? Fixons-nous un rendez-vous .. »*

La clef ici est de développer des conversations avec tous ceux que vous rencontrez. Ne montrez ou n'ayez aucun intérêt évident sur la conclusion de la conversation. Jasez jusqu'à ce que vous entendiez deux secteurs d'insatisfaction, alors commencez la transition à Nikken. Trop souvent, les nouveaux consultants font la transition trop tôt et doivent alors faire face aux objections. Devenez un expert dans la transition et son

'Timing' et vous recruterez beaucoup plus d'associés.

Maintenant vous avez plusieurs exemples sur « **comment créer la conversation** ». Pratiquez-les et créez vos propres scénarios. Rappelez-vous les mots clefs, gardez-les courts et amusez-vous.



