

SCRIPTS



SCRIPTS D'INVITATION

SYSTÈME ATM

Et si vous pouviez tirer parti de ce système sur Facebook pour créer un élan massif dans votre activité ? Les groupes Facebook créent une preuve sociale et des ventes ! Ils vous permettent de tirer parti de l'excitation des autres. Vos prospects rejoindront votre équipe plus rapidement s'ils comprennent ce qu'ils auront à faire plus tard. Votre équipe existante aura plus de succès si elle dispose d'un soutien 24/7 !

ÉTAPES DU SUCCÈS ATM

1. **Prospecter/Attirer** (assurez-vous de suivre les stratégies d'attraction en téléchargeant la "Liste de vérification de profil Facebook" et les « Le modèle de publications FB pour générer des prospects »)
2. **Connecter les prospects** (soyez avant tout humain, marqueteur ensuite)
3. **Suivez ce document et sa méthode ATM** (Ajout - Tag - Message) pour prospecter.

Groupes
Facebook

Limitless Français

Entrepreneurs Modernes

Bénéfices produits (marque)

SCRIPT D'INVITATION POUR PROSPECT CLIENTS

INVITATION PRODUITS

SCRIPT POUR CLIENTS POTENTIELS-

Voici un script de message privé que vous pouvez personnaliser et envoyer à vos amis sur FB. Ce message est conçu pour créer de la curiosité. N'envoyez pas ce message à des gens au hasard. Ne publiez pas votre lien ou n'essayez pas de "vendre" les avantages des produits ARIIX dans ce message initial. Votre but est simplement de créer de la curiosité et de créer de la valeur dans les groupes produits. Ajoutez-les à un ou plusieurs groupes produits, taguez-les dans la publication épinglée et peut-être quelques publications ou infos produits.

Pour de meilleures réponses :
Jetez un coup d'œil à leur profil pour voir ce qu'il se passe dans leur vie ces temps-ci, laissez quelques 'J'aime' et commentaires. Chattez un peu. Réactivez cette relation.

SCRIPT - UTILISEZ LA MESSAGERIE VOCALE

"Hey, (nom) ! Comment ça va ?

(commencez à parler d'un sujet récent que vous avez vu chez le prospect)

J'ai pensé à t'inviter... On a créé un groupe secret Facebook très intéressant qui se concentre sur la santé, la forme physique et la perte de poids. C'est un groupe "sur invitation seulement". Je pensais que certains de mes amis pourraient en bénéficier aussi. Personnellement, j'ai une tonne d'énergie et j'ai perdu 8 livres jusqu'à date avec certains des produits suggérés (Ou, partager un témoignage d'un ami, "j'ai hâte de commencer à utiliser certains des produits. Mon ami a déjà perdu 10 cm). Dis-moi si c'est correcte si je t'ajoutes pour que tu puisses voir. Sinon, pas de soucis. Content de te suivre ici sur Facebook. "

Lorsque votre ami répond : "quels sont ces produits" ou "quelle est la communauté" ou "oui, ajoutes-moi!" Il suffit de les ajouter au(x) groupe(s) produits approprié(s). Tagguez-les dans le post épinglé et envoyez-leur le message privé ci-dessous. N'essayez pas de commencer à répondre à chacune de leurs questions. Ajoutez-les au groupe et taguez-les dans des messages qui les aideront à obtenir les informations qu'ils recherchent.

"Je viens de te connecter en tant qu'invité dans le groupe (nom du groupe). Tu vas pouvoir en apprendre plus, obtenir des réponses à tes questions et voir les résultats que les gens ont. J'en ai fait une activité commerciale donc si tu aimes ce que tu vois, ça me fera plaisir de passer ta commande pour toi. Tu me diras...

Et si tu souhaites gagner un revenu en partageant tes résultats, fais-le moi savoir et je pourrai t'obtenir cette information également."

SCRIPT D'INVITATION POUR LE BUSINESS

INVITATION BUSINESS

SCRIPT POUR LE BUSINESS -

Voici un script de message privé que vous pouvez personnaliser et envoyer à vos amis sur FB. Ce message est conçu pour créer de la curiosité. N'envoyez pas ce message à des gens au hasard. Ne publiez pas votre lien ou n'essayez pas de "vendre" les avantages de travailler avec ARIIX dans ce message initial. Votre but est simplement de créer de la curiosité, puis de les ajouter au groupe Entrepreneurs Modernes et de les taguer dans le post épinglé.

Pour de meilleures réponses :

Jetez un coup d'œil à leur profil pour voir ce qu'il se passe dans leur vie ces temps-ci, laissez quelques 'J'aime' et commentaires. Communiquez un peu. Réactivez cette relation.

SCRIPT - UTILISEZ LA MESSAGERIE VOCALE

Hey, (nom)! Comment ça va?

As-tu entendu parler de ma nouvelle entreprise?

(Partagez vos résultats et / ou votre raison POURQUOI.
Ex: Tu sais comment je suis tout le temps sur la route et je ne passes pas le temps que je veux avec ma famille?)
Donc j'ai commencé à travailler avec un groupe de personnes qui travaillent de n'importe où avec leur portable en utilisant Facebook. C'est vraiment simple. Je me demandais si ce serait correcte si je t'ajoutais à notre groupe secret pour que tu vois comment ça fonctionne?

Quand votre ami vous répond, "quel est le business" ou "de quoi parle le groupe FB" ou "bien sûr, ajoutes-moi !" Il suffit d'utiliser le script ATM décrit dans les pages précédentes.

MARCHÉ FROID

SCRIPT D'INVITATION

POUR LE BUSINESS OU LES PRODUITS

INVITATION BUSINESS

SCRIPT POUR LE BUSINESS -

Si quelqu'un vous envoie un message par hasard pour vous vendre leur opportunité, quelle est votre réaction? Pas fantastique n'est-ce pas?

Ils n'ont pas pris le temps de vous connaître et de savoir si vous avez un besoin ou pas.

Voici quelques idées qui peuvent aider :

ÉTAPE 1: Regardez leur profil pour voir ce qu'il se passe dans leur vie et sur quoi vous pouvez les complimenter, aimez et commentez sur certaines publications avec le temps. Discutez par messenger. Bâissez la relation.

ÉTAPE 2: Commencez la conversation (Messenger)

ÉTAPE 3: Complimentez en étant spécifique..

ÉTAPE 4: Essayez de trouver comment connecter avec quelque chose en commun. Comment pouvez-vous vous identifier avec eux?

ÉTAPE 5: Terminez avec une question.

SCRIPT -

Pour ceux qui ont commenté ou aimé votre publication

Salut, (nom)! Merci pour (avoir aimé ou ton commentaire) sur mon post (insérez un commentaire à propos de leur page FB, introduisez une connection que vous avez en commun, terminez avec une question)

Exemple: Salut Marie! Merci pour ton commentaire sur mon post! Je vois que tu as trois enfants comme moi! Ils te ressemblent, c'est fou! Notre plus jeune a 15 ans déjà et elle est tellement disciplinée, c'est incroyable! LOL Ça me force à servir de bon exemple dans mon entreprise à la maison! Quels âges ont les tiens?

Vous voyez ce que j'ai fait? J'ai commencé la conversation, je savais qu'elle avait des enfants, j'ai connecté parce que j'ai des enfants, lui a mentionné mon entreprise à la maison, et j'ai terminé par une question.

Vous pensez qu'elle risque de me demander ce que je fais éventuellement? OUI! La porte s'ouvre! Mais avant tout, je dois trouver son point de douleur! Qu'est-ce qui est difficile dans sa vie? Ce qu'elle aimerait améliorer.

Scripts pour demande d'amis:

Bonjour (nom) Merci pour la demande d'ami! Dites-moi, comment m'avez-vous trouvé sur Facebook? Êtes-vous dans la même industrie que moi? (attendez une réponse et utilisez les 5 étapes)

Amis que vous ne connaissez pas sur Facebook:

Bonjour (nom) J'ai pensé vous contacter parce que je réalise qu'on ne se connaît pas! AHHHHH LOL Êtes-vous dans la même industrie que moi?

Message d'anniversaire:

Vous pouvez envoyer une vidéo ou une photo écrivez "J'espère que vous vous gatez aujourd'hui! Faites-vous quelque chose de spécial pour votre anniversaire?"

PRÉPARATIF AVANT L'ATM

QUOI DIRE ET FAIRE...

QU'EST CE QUE C'EST?

Le but des préparatifs avant l'ATM est de s'assurer que les gens savent QUOI et QUAND faire la prochaine étape. Cela vous aidera à faire avancer les gens bien plus rapidement grâce au processus ATM afin que plus de personnes rejoignent votre équipe !

SI VOUS SAUTEZ CETTE ÉTAPE, IL VOUS SERA BIEN PLUS DIFFICILE DE FAIRE LE SUIVI AVEC VOS PROSPECTS

NE FAITES PAS LES ÉTAPES ATM AVANT QUE VOTRE PROSPECT VOUS CONFIRME QUAND IL AURA VISIONNÉ LES VIDÉOS DU GROUPE DANS LEQUEL VOUS ALLEZ L'AJOUTER ET LE TAGUER.

Assurez-vous de modifier ce script pour qu'il corresponde à votre personnalité.

Votre prospect :

"Oui, je suis curieux, j'aimerais voir plus d'informations ..."

ou

"C'est quoi le business?"

VOUS (juste avant l'ATM)

Je vais te connecter en tant qu'invité dans le groupe secret Entrepreneurs Modernes. Je vais te taguer dans quelques vidéos qui expliquent plus comment ça fonctionne.

J'aimerais bien savoir ce que tu trouves d'intéressant... Quand peux-tu regarder ça ? "

Votre prospect :

"Je peux probablement les voir ce soir après que les enfants se soient endormis"

VOUS (Dites-leur à quoi s'attendre ensuite) :

Ok, parfait... Je vais t'ajouter au groupe et te taguer dans le post qui contient les vidéos dont je te parles pour que tu puisses jeter un coup d'œil regardes ça ce soir et je te contacte demain, pour avoir ton feedback, répondre à tes questions et voir qui pourrait en bénéficier selon toi. C'est bon ?

Maintenant, ajoutez-les au groupe. Taguez-les dans le post épinglé et envoyez-leur le message privé. Ne pas entrer dans les questions et réponses avant qu'ils aient regardé les vidéos.

Maintenant vous pouvez avancer dans le processus ATM

MESSAGE UNE FOIS LE PROSPECT AJOUTÉ AU GROUPE

APRÈS AJOUTÉ AU GROUPE

QU'EST CE QUE C'EST?

Il s'agit du script que vous utilisez une fois que vous avez Ajouté et Tagué la personne dans le groupe Facebook

CECI AIDE LE PROSPECT À ÊTRE GUIDÉ VERS LES INFORMATIONS DONT IL A BESOIN

VOTRE PROSPECT NE SERA PAS PERDU ET IL SAIT CE QUE VOUS ATTENDEZ DE LUI

Le but de ce script est de s'assurer que votre prospect dispose d'instructions claires sur la marche à suivre, au lieu de compter sur lui pour savoir comment se retrouver dans un groupe Facebook.

Après l'avoir ajouté vous devez lui donner des instructions claires.

Voici ce que j'envoie comme message :

(S'il-vous-plait, réécrivez un message vous ressemblant, suivez celui-ci comme ligne directrice)

"Je viens de t'ajouter à notre groupe secret qui s'appelle Entrepreneurs Modernes (insérez le lien du groupe) et je t'ai tagué dans le post épinglé. Tu devrais voir ça dans tes notifications.

Fais juste regarder les vidéos dans le post épinglé ... en particulier les 2 dernières ... ce sont mes préférées.

C'est comme ça qu'on partage l'information sur notre entreprise. C'est assez simple... On appelle ça: ATM pour 'Ajouter, Taguer et envoyer un Message'

Je te contacte, à moins que j'aie des nouvelles de toi avant, pour répondre à tes questions et voir si tu vois une opportunité pour toi et /ou des gens que tu connais.

On en reparle plus tard !!"

Évidemment, modifiez en fonction du groupe et des informations que vous voulez qu'il/elle voit.

SCRIPT POUR UNE CONVO À TROIS

QUOI DIRE ...

QU'EST CE QUE C'EST?

C'est le script que vous pouvez utiliser pour présenter votre leader et le soutien grâce à un message à trois afin de répondre au mieux aux questions de votre prospect

CELA MONTRE LE SOUTIEN ET L'ÉQUIPE. C'EST INDISPENSABLE SURTOUT POUR LES 10 PREMIERS ATM AFIN D'APPRENDRE COMMENT RÉPONDRE AUX QUESTIONS

CECI MONTRE À VOS PROSPECTS QU'ILS N'ONT PAS BESOIN DE TOUT SAVOIR ET QU'ILS POURRONT FAIRE LA MÊME CHOSE AVEC LEURS PROSPECTS

Le but de ce script est de vous assurer que vous avez organisé un échange à trois avec votre prospect via un chat Messenger sur Facebook.

Voici comment j'ai mis en place un chat à trois personnes : (réécrivez le texte pour le personnaliser, mais suivez-le comme une ligne directrice)

Message à votre prospect avant de créer le chat :

"Hey, (nom). Bien content de savoir que tu aimes ce que tu as vu ! Je travaille avec des gens assez incroyables. Je souhaite t'en présenter quelques-uns afin que tu puisses entendre leur histoire et ils peuvent aider à répondre à certaines de tes questions du fait que je suis un nouveau venu . Je vais mettre en place un chat de groupe =)"

Message dans le groupe avec votre prospect et votre parrain :

"Bonjour, Samantha (nom du parrain)! Voici Mary (le nom de votre prospect). C'est une grande amie à moi. À l'heure actuelle, elle dirige une entreprise de garderie et cherche à démarrer une entreprise en tirant profit de Facebook mais se demande comment faire avec le temps limité dont elle dispose..

Bonjour, Mary ! Samantha (nom de votre parrain/marraine) et moi travaillons très étroitement. Elle connaît très bien ARIIX et c'est une personne parfaite pour répondre à tes questions. En fait, elle a construit une organisation de plusieurs millions de dollars ici avec ARIIX. Elle a commencé à temps partiel pour éventuellement avoir plus de temps avec ses enfants. Elle est super terre à terre, comme nous.

Nous avons donc vraiment un soutien et un leadership incroyables ici.

Fais-nous savoir si tu as des questions. Nous serions ravis de travailler avec toi."

Évidemment, ajustez en fonction de celui/celle que vous présentez.

Astuce: Demandez à vos leaders de vous donner quelques conseils sur eux-mêmes afin de créer une intro séduisante pour vos prospects !

Ne faites jamais joindre votre leadership dans un message de groupe sans une présentation professionnelle !

SUIVI

LA FORTUNE EST DANS LE SUIVI...

NOMBRE DE 'TOUCHES' POUR AVOIR UN ACHAT

Il faut 1 à 3 touches pour réengager un client inactif.

Il faut 1-5 touches pour engager un prospect qui est dans le processus d'achat s'il vous connaît bien, vous et votre marque.

Il faut 3 à 10 touches pour engager un prospect qui a un haut degré de familiarité avec vous ou votre marque, mais n'est pas dans le processus d'achat.

Il faut 5 à 12 touches pour engager un contact chaud.

Il faut 5 à 20 touches pour engager un prospect qui a une certaine connaissance de vous et votre marque.

Et il faut 20-50 touches pour engager un prospect froid qui ne vous connaît pas, ni votre marque

Ces chiffres devraient vous aider à comprendre l'énorme importance du suivi.

FAIRE PASSER LES GENS À L'ACTION

> Continuez de faire l'ATM jusqu'à la signature du représentant

> Envoyez un message à tous ceux à qui vous aviez présenté l'entreprise ces dernières semaines ou mois et dites, "Hey, (nom) ! Bonne nouvelle ! Je vais faire signer... (édifier la personne qui va signer) Je t'avais montré l'opportunité avant lui/elle. Si tu es sérieusement intéressé avant ce soir, je pourrais le mettre dans tes équipes

> Vous devez donner une date butoir, "C'est juste que j'ai besoin de la réponse avant ce soir car je dois l'inscrire quelque part !"

> Les gens sont plus motivés par la peur de perdre que la possibilité de gagner.

Souvenez-vous : Vous avez moins de 10 jours pour déplacer une personne une fois qu'elle a signé (à condition qu'elle n'ait personne en dessous d'elle).

NOTE: Faites ceci avec ceux que vous sentez prêts mais qui n'ont pas eu le déclic pour se lancer. Ne faites pas ceci avec ceux qui ne sont pas prêts. Autrement, ils peuvent se sentir forcés de bouger immédiatement alors qu'ils n'étaient pas rendus à un stade décisionnel.

SUIVI

LA FORTUNE EST DANS LE SUIVI...

FAIRE UN SUIVI EFFICACE

Faites ce que vous avez dit. Si vous vous êtes entendu pour un suivi à un moment précis, assurez-vous de le faire. Les gens apprécient cela.

Faites le suivi de votre activité avec un agenda ou un calendrier numérique ou un agenda papier. Soyez organisé. Il est incroyable de voir le nombre de personnes gérant leur entreprise comme un passe-temps en espérant obtenir des millions. Soyez méthodique. Devenez obsédé par la documentation de vos suivis et de vos présentations.

Connectez-vous à cet impressionnant potentiel sur les réseaux sociaux. Cultivez ces relations. N'ayez pas peur de téléphoner, de téléphoner par Skype ou même de vous rencontrer en personne.

Suivi à 24h/48h: Hey, Bob ! Qu'est-ce que tu aimes jusqu'ici avec ARIIX ? Qu'est-ce qui a attiré ton attention ?

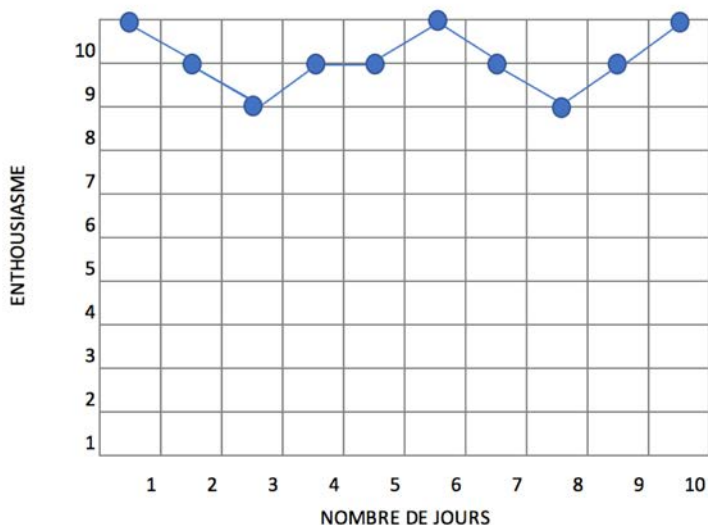
Si vous n'avez aucune réponse après quelques jours, continuez avec : "Tout va bien j'espère ?"

Si vous n'avez toujours pas de réponse, "Hey, Bob ! Tu dois être occupé et je ne veux pas continuer à te relancer... Je vais te retirer de ma liste pour l'instant. Fais-moi savoir si tu veux que je te contacte dans un mois, six mois ou un an."

Suivi périodique des mises à jour : Gardez vos meilleurs prospects à jour en les mettant au courant des promotions spéciales, des grands événements, des appels à venir, des promotions de nouveaux produits, etc. La plupart des gens commenceront après de nombreuses conversations. Soyez patient. Restez cohérent.

ENTRENEZ LEUR ENVIE

Vos prospects ont d'autres choses dans leur vie. Leur niveau d'intérêt peut facilement diminuer à mesure que les jours passent si ils ne sont pas exposés à de l'information. Une semaine sans exposition à ARIIX est trop long. Alors, taguez-les dans une publication et envoyez-leur un message pour les informer que vous les avez tagué. Vous pouvez les taguer sur un témoignage, un conseil, une histoire de réussite. Vous pouvez également faire un message de groupe avec votre parrain dans Messenger.



GÉRER LES QUESTIONS/OBJECTIONS

QUELQUES PISTES

ANTICIPER -

Si une question ou une objection arrive toujours à un moment précis dans le processus, faites attention à ce que vous avez dit juste avant. Parfois nous la provoquons.

La meilleure chose à faire est de l'empêcher en utilisant les bons mots. Certains mots ou la façon dont nous disons quelque chose créent une image mentale dans l'esprit du prospect.

C'est pourquoi nous essayons d'utiliser des outils comme des vidéos et les posts de présentation. Ces outils ont été conçus avec ces idées en tête.

Vous constaterez également que les nouvelles personnes se sentent plus à l'aise pour faire des présentations à l'aide d'outils plutôt que par eux-mêmes.

Mais nous savons que vous devez également interagir avec votre prospect à un moment ou à un autre. Dans ce cas, si une question ou une objection surgit toujours après que vous ayez dit quelque chose, c'est une alerte pour que vous fassiez attention à ce que vous avez dit.

ÉVITER D'IDÉALIER- PARLEZ HONNÊTEMENT, SOYEZ RÉALISTE

- > Lorsque vous passez 100% de votre temps à communiquer tous les avantages impressionnants, vous augmentez le niveau de scepticisme de votre prospect.
- > Passez 80% de votre temps à créer de la valeur, à raconter des histoires, à présenter les avantages, etc.
- > Passez 20% du temps en soulignant la «réalité» de l'entreprise ou du produit.
- > Vous pouvez leur dire : "Chez nous c'est comme partout, il y a des gens qui gagnent beaucoup d'argent, d'autres très peu. Mais par contre chez nous, pas de hiérarchie, personne pour décider nos augmentations, donc pas de blocage, nous avons tous la même chance de gagner peu ou beaucoup. C'est à vous de décider si vous êtes réellement prêt à mettre les efforts soutenus, sur une base à temps partiel, jusqu'à l'objectif souhaité."
- > Vous pouvez raconter l'histoire de quelques personnes qui ont perdu 10, 15, 30 livres avec votre programme et enchaîner avec, "Il y a aussi des gens qui n'ont pas suivi le programme et n'ont pas perdu de poids."

Trop souvent, les gens essaient d'embellir la réalité et cela paraît trop beau pour être vrai. Si vous vous montrez réaliste, les gens vous croiront.



GÉRER QUESTIONS/OBJECTIONS

TIM SALES

PARTIE 1

1. Écoutez jusqu'au bout la question ou objection

Plus précisément, écoutez chaque mot dit sans penser à une réponse.

N'interrompez pas votre prospect pendant qu'il vous énonce sa question ou son objection.

La raison pour laquelle vous faites ceci est d'être sûr d'avoir la bonne objection et de respecter le droit du prospect à communiquer une pensée complète sans qu'il sente que votre pensée est plus importante.

Autre chose à écouter complètement : parfois, quand vous écoutez jusqu'au bout une objection, il va en arriver une deuxième, une troisième et une quatrième. Ce sont toutes des objections que vous n'avez pas à essayer de deviner car la personne vient de les exprimer. Alors apprenez à faire une pause d'une bonne seconde ou deux après qu'il se soit exprimé pour voir s'il en donne une autre.

2. Confirmer votre compréhension

Posez des questions si nécessaire.

Vous faites cela pour confirmer que votre compréhension de la question ou de l'objection est bien celle du prospect, et non votre interprétation. Sinon, vous pourriez essayer de gérer une objection sous un mauvais angle ! Cela pourrait s'avérer désastreux parce que vous donnez un autre point à regarder !!

SCRIPTS

Prospect : "Est-ce que c'est de la vente ?"

Vous : « Je veux m'assurer de répondre à la bonne question - pourriez-vous préciser ce que vous entendez par « ventes » ?

Prospect : "Devrais-je sortir et vendre des produits porte-à-porte ?"

Vous : "Oh, maintenant je comprends. Merci d'avoir clarifié cela. Vous vous demandez, est-ce que c'est de la vente de porte-à-porte. Avez-vous déjà fait ce genre de ventes ?"

Prospect : "Absolument pas"

Maintenant, vous comprenez parfaitement ce que cette personne veut dire..

3. Rendre la question et l'objection valables, gardez l'importance en diminuant l'intensité

Mais ne soyez pas d'accord avec l'objection. Cela montre au prospect que vous voyez que c'est important. Vous voulez que l'objection soit importante parce que c'est important pour le prospect.

La rendre importante ne signifie pas que vous êtes également d'accord avec l'objection ; vous risqueriez de lui donner plus de force. Ce n'est pas l'effet désiré. Vous voulez que le prospect sache que vous l'avez entendu et que vous comprenez son inquiétude.

La deuxième partie a trait à l'intensité que vous utilisez pour rendre cette objection importante. L'intensité est le volume et l'attitude que vous utilisez. Utiliser la même intensité que votre prospect vous aide à mieux communiquer avec lui. Si votre prospect est très animé à propos de quelque chose et que vous restez impassible, votre niveau de communication diminuera. Inversement, si vous êtes très animé et que votre prospect est modéré, le même effet non optimal se produira. Faites correspondre l'intensité de votre prospect à son objection, ou utilisez un peu moins d'intensité.

SCRIPTS

La bonne façon : "Je comprends parfaitement votre préoccupation." (Ce qui valide l'objection sans être d'accord.)

Mauvaise façon de le dire : "Je ressens (ou ressentais) la même chose ..." (Ceci est incorrect parce que vous seriez d'accord avec l'objection.)

Mauvaise façon : "Oh, je suis totalement d'accord ! Je ne ferais jamais de porte à porte, vous plaisantez ? C'est tellement dégradant !" (Ceci est incorrect parce que vous êtes d'accord avec l'objection et vous utilisez trop d'intensité.)



GÉRER QUESTIONS/OBJECTIONS

TIM SALES

PARTIE 2

4. Gérer ou faciliter le traitement des questions et/ou objections

MÉMORISEZ CELA !

La déclaration suivante est la magie derrière la gestion des objections :

Le moyen le plus efficace pour traiter une objection est d'amener le prospect à créer sa propre solution à son objection.

Pourquoi ? Parce que avant tout, c'est le prospect lui-même qui s'est créé le problème ! Il focalise son attention sur le problème ! Par conséquent, la seule personne qui peut le supprimer, c'est lui.

Vous apporterez une réponse rapide qui va rarement remédier à l'objection. Le moyen le plus efficace de la remédier est de le faire la résoudre.

SCRIPT

En utilisant l'exemple de la dame qui a l'objection de faire du porte-à-porte..

Correcte : "Dans le passé, il y avait des gens qui utilisaient la méthode du porte-à-porte pour trouver des prospects, mais il y a plusieurs façons de trouver des prospects. Avec quelles méthodes de prospection vous sentez-vous à l'aise?"

Prospect : "Eh bien, cela ne me dérangerait pas d'utiliser Facebook. J'aime aussi Instagram, j'ai beaucoup de personnes qui me suivent. "

Vous ne gérez pas l'objection ; vous aidez le prospect à gérer sa propre objection. La clé est de poser des questions qui l'emmèneront à la solution.

RAPPELEZ-VOUS DE CECI : Si vous le dites - cela peut être contesté. Si le prospect le dit - c'est que c'est vrai... pour lui.

5. Retournez à l'étape précédente de la formule d'invitation

La cinquième et dernière étape met fin à la conversation au sujet de la question ou de l'objection. Elle remet l'attention du prospect sur l'étape de la formule d'invitation qui était en cours avant sa question ou son objection. Si vous étiez sur le point de l'inviter dans le groupe, vous retournez à cette étape. Si vous étiez à l'étape de prendre un rendez-vous de suivi, vous retournez à cette étape, etc.

SCRIPT

En utilisant l'exemple du porte-à-porte : «Ok, Karen, maintenant que vous avez vu qu'il existait plusieurs alternatives à la vente porte-à-porte, et que j'en sais un peu plus sur vous, il me semble que vous avez de l'expérience dans le marketing. Qu'avez-vous fait ? »

Donc, vous concluez le traitement de l'objection et revenez à l'étape où vous étiez avant l'objection - qui, dans ce cas, était l'étape de la qualification à savoir si la personne aurait un intérêt pour voir l'opportunité.

Dans les pages suivantes, nous vous donnerons des exemples de la façon de traiter les questions ou les objections les plus courantes.



QUE FAIRE S'IL PENSE QUE LE MLM NE FONCTIONNE PAS ?

TIM SALES



Faisons comme si je parlais avec un prospect et qu'il demande, « Est-ce que c'est du MLM ? ». Je réponds : « Oui ? Que sais-tu du MLM ? » et qu'il apporte une vision négative.

Pour traiter efficacement cette objection, je vais utiliser la formule de traitement des questions/objections décrite ci-dessous afin que vous puissiez voir comment gérer cette objection.

1. **Écoutez l'objection jusqu'au bout.** Plus vous pouvez l'amener à parler de son expérience MLM, mieux ce sera. Écoutez attentivement, car il va probablement mentionner LE problème qui le dérange vraiment. Vous l'entendrez probablement parler du sujet ou de la tâche qu'il ne pouvait pas faire.
2. **Confirmez votre compréhension de ce qu'est l'objection RÉELLE.** Souvent, les gens ne parviennent pas à traiter les objections parce qu'ils ne traitent pas la bonne - donc le prospect reste avec son objection. L'objection « pyramidale » n'est pas la même que l'objection « le MLM ne fonctionne pas ». Ce sont deux objections sur le MLM, mais vous devez vous assurer que vous comprenez l'objection exacte de ce prospect. Donc, si quelqu'un me dit à quel point le MLM est horrible (point 1), et que je ne comprends pas vraiment son objection, et que je demande : « Alors, quelle a été ta mauvaise expérience, précisément ? » il répondra : « Ça ne marche pas ! »
3. **Rendez la question ou l'objection valide pour le prospect.** « Je comprends ton inquiétude à ce sujet. C'est compréhensible que tu ne voudrais pas faire quelque chose qui ne fonctionne pas. »
4. Traitez ou aidez à traiter. Parfois si vous posez la question trop tôt dans le processus, « Croyez-vous que le MLM par lui-même fonctionne ? », ils risquent de carrément dire non. Mais il ne s'agit pas de leur véritable réponse. Quand quelqu'un fait part de l'objection « Ça ne fonctionne pas » ce que vous devez faire en premier c'est de découvrir « Qu'est-ce qui ne fonctionne à propos du MLM ? » (selon leur perception bien entendu). Ce peut être quelque chose dont ils ont lu ou ils ont essayé et ils n'ont pas réussi à le faire fonctionner. Il y a une grande différence entre ces deux réponses, et comment vous répondez. Alors vous pouvez demander, « Est-ce que vous parlez par expérience personnelle, ou de l'expérience de quelqu'un d'autre ? »

De l'expérience de quelqu'un d'autre : Si c'est quelque chose qu'il a lu ou l'expérience de quelqu'un d'autre, il est un observateur et n'a pas de connaissance pratique. Par conséquent, vous devez lui donner des faits. Les faits sont, qu'il y a 103 millions de personnes dans les ventes directes qui vendent pour 183,7 milliards de dollars. Il y a 57 000 nouveaux distributeurs qui se joignent chaque semaine. Puis doucement, sans sarcasme demandez, « Quelle partie du MLM as-tu l'impression qui ne fonctionne pas ? ».

Comprenez que si c'est l'expérience de quelqu'un d'autre ou quelque chose qu'il a lu, vous ne pouvez pas lui demander « Est-ce que cette industrie fonctionne ? » avant de lui donner des faits parce qu'il va juste répéter ce qu'il a lu ou entendu !! Alors il dira : « Non, ça ne marche pas ».

De sa propre expérience : Si en l'aidant avec son objection il dit qu'il a eu, lui-même, une mauvaise expérience - demandez-lui de vous en parler. « Qu'est-il arrivé ? » Écoutez, dans ce qu'il dit, les indices d'un manque de formation. Vous pouvez même demander, « Qu'est-ce que tu n'as pas pu faire ? » ou, « qu'est-ce qu'ils ont échoué à t'apprendre à faire ? » Lorsque vous pouvez enfin l'amener à vous révéler cela - alors et alors seulement - pouvez-vous lui poser la question « Est-ce que le MLM, en tant qu'industrie fonctionne ? » puis, « Que penses-tu qu'une personne doit faire pour que cela fonctionne ? ». S'il vous donne un « style » de personne pour qui le MLM fonctionne, demandez-lui : « En quoi cette personne est-elle différente de toi ? » Ce qu'il vous dit est ce que vous devrez lui apprendre à faire !

S'il vous dit « Non, ça ne marche pas » après leur avoir donné les faits, alors concluez la conversation et passez à autre chose.

Quelqu'un qui n'arrive pas à voir 183 milliards de dollars de produits vendus aux consommateurs ... ne veut pas le voir. Il ne veut pas que ce soit vrai, même si c'est le cas. Pourquoi ne veut-il pas que ce soit vrai ? Parce qu'il ne veut pas échouer ou échouer à nouveau. Il préférerait blâmer l'industrie plutôt que sur le fait qu'il y a simplement quelque chose qu'il n'a pas appris à faire. Lorsque le premier super microscope a été introduit, les scientifiques ont regardé à travers un morceau d'acier et ont vu que l'acier bougeait réellement ! Beaucoup de scientifiques ne pouvaient pas accepter que cela soit vrai - même si c'était vrai et qu'ils le regardaient. La même chose s'est produite quand un télescope a révélé qu'il y avait plus de planètes ... beaucoup plus ... que les scientifiques ne le pensaient auparavant. Ce n'est pas nouveau pour les gens de ne pas voir ce qu'il y a devant eux. Vous ne pouvez pas créer une entreprise à partir de gens qui ne peuvent pas voir ce qui se trouve devant eux



LES GENS QUI SONT TOUT EN HAUT GAGNENT TOUT L'ARGENT

TIM SALES

1. Écoutez jusqu'au bout la question / objection.
2. Confirmez votre compréhension.
3. Rendez la question ou l'objection valide pour le prospect.
4. Gérer ou faciliter le traitement de la question et/ou objection.
5. Terminez le traitement de la question / objection et revenez à l'étape où vous étiez rendu avec le prospect.

À l'étape 4 du traitement des objections, vous pouvez gérer ou faciliter le traitement de l'objection. Il est préférable de gérer l'objection en la comparant à quelque chose que la personne connaît. Engagez le prospect à contribuer à la conversation autant que possible - rappelez-vous: Si vous le dites, on peut discuter, si le prospect le dit, CELA DEVIENT VRAI.

Si je ne connais pas assez la personne, j'expliquerai l'objection « *ceux d'en haut gagnent tout l'argent* » par rapport à la bourse et au marché immobilier - mais je m'assurerais de tout expliquer en détail au cas où il ne connaîtrait pas l'une ou l'autre industrie.

Voici mon explication :

Disons que vous avez acheté une action pour 1,00 \$ il y a dix ans. Aujourd'hui, ça vaut 20 \$. Est-ce que vous gagnez plus d'argent parce que vous êtes arrivé au début ? Oui. Chaque personne qui achète l'action après vous fait monter le prix de l'action ; c'est en fait la seule manière pour que vous fassiez un profit.

Lorsque vous vendez vos actions, à qui les vendez-vous ? Vous les vendez à quelqu'un qui va l'acheter plus cher que vous l'avez acheté. Vous êtes arrivé tôt et vous gagnez de l'argent sur les gens qui arrivent dans le « système » plus tard.

Disons que vous avez acheté une maison en bord de mer il y a 20 ans pour 100.000 \$ et que cela vaut 5.000.000 \$ aujourd'hui. Est-ce que vous gagnez plus d'argent parce que vous êtes arrivé au début ? Oui, c'est le cas. Chaque personne qui a acheté des biens immobiliers dans la région fait monter le coût de votre propriété.

Lorsque vous vendez votre bien immobilier, à qui le vendez-vous ? Quelqu'un qui vient dans le « système » plus tard. Donc, le profit que vous faites provient des gens qui arrivent après.

La vérité est que : dans l'immobilier et le marché boursier ceux qui entrent plus tôt font plus d'argent parce qu'ils sont arrivés au début (si le marché des actions et de l'immobilier montent bien sûr).

C'est la même chose dans le marketing de réseau : les gens qui arrivent plus tôt **peuvent** gagner plus d'argent. (notez la différence entre « pouvoir » ici et « faire » au paragraphe précédent).

Il y a beaucoup de gens qui joignent le marketing de réseau et qui font plus d'argent que les personnes au-dessus d'eux. C'est le cas de mes filleuls. Il y a 3 personnes dans ma lignée qui gagnent plus d'argent que moi. Donc, pour répondre directement à votre question - toutes les entreprises dans le monde fonctionnent comme le dit cette objection ... sauf le marketing de réseau ! Pour qu'un investissement soit un investissement, il faut que quelqu'un vienne plus tard et paye plus pour celui-ci ; sinon ce n'est pas un investissement.

Quand une personne achète une paire de chaussures, elle les achète à quelqu'un qui est arrivé plus tôt (le propriétaire) - ce qui fait faire de l'argent aux personnes qui possèdent la compagnie de chaussures !

Une personne qui achète une peinture l'achète à quelqu'un qui a acheté la peinture plus tôt - donc leur fait faire de l'argent !

Quand vous allez travailler pour quelqu'un, vous allez travailler pour quelqu'un qui est arrivé plus tôt et qui fait de l'argent grâce à vous !

N'est-il pas étrange que l'ensemble du monde des affaires fonctionne sous le principe d'entrer tôt et faire de l'argent sur les personnes qui arrivent plus tard (ou se trouvent hiérarchiquement au dessus) ... Alors que l'industrie du marketing de réseau est souvent évitée pour cette même raison ! Pourtant, le marketing de réseau peut faire état de milliers de personnes qui font plus d'argent que les personnes qui les ont amenées dans l'entreprise.

Le marketing de réseau ... quand il est fait correctement et éthiquement, est le commerce le plus équitable sur la planète - construisez votre entreprise avec enthousiasme !!

Tim Sales

SCRIPT D'INSCRIPTION

L'OBJECTIF ?

DE QUOI S'AGIT-IL ?-

Le but de ce script est de mettre votre prospect dans un état d'esprit positif et ensuite de l'aider à décider.

"Hey Bill, quoi de neuf ? Belle semaine !

As-tu eu la chance de regarder ces vidéos dans le groupe ou du moins certaines d'entre elles?

Attendez la réponse

Qu'est-ce que tu as aimé en particulier ?

Le prospect dit ce qu'il aime.

Excellent... Tu sembles avoir un certain intérêt pour apprendre à faire comme nous, c'est ça?

Oui

Tu veux que je t'explique ce que seraient les prochaines étapes ?

Oui

Premièrement tu es formé dans deux domaines particuliers. Le premier, tu es formé à aider les gens à obtenir des résultats avec les produits en utilisant le système ATM que tu as expérimenté avec nous jusqu'à présent, et spécifiquement avec les clients.

Et le second domaine dans lequel tu es formé est d'aider les gens à obtenir des résultats dans la construction de leur entreprise. Et une fois inscrit, je vais t'ajouter au groupe de notre équipe, te taguer dans la formation pour que tu puisses utiliser le système qu'on a utilisé avec toi pour te guider à travers les informations.

Je vais donc m'assurer que tu es formé sur ces deux sujets. Je vais te poser une question, c'est une question d'intégrité. La question est que, si j'essayais de te faire voir la valeur d'un produit qui pourrait me bénéficier à moi aussi mais sans que je ne l'ai essayé moi-même, quelle serait ton impression ?

Oui, vous devez savoir de quoi vous parlez.

Exactement. On a donc regroupé les produits principaux dans un pack pour que les gens puissent les essayer. De cette manière, quand tu vas commencer à être formé sur la façon d'aider les gens à obtenir des résultats avec les produits, tu les auras utilisés et pourras en parler. Ça a du bon sens ? ... Donc, dépendant de ton budget et des produits que tu veux bénéficier, ça peut revenir entre 399 \$ et 3,000 \$, qu'est-ce qui te conviendrait selon toi ?

(ils répondent)

C'est bon. La prochaine étape consiste à t'inscrire pour obtenir ton propre back-office où tu vas pouvoir vérifier ton volume de vente en temps réel et voir ton équipe et tes clients et tout ce qui concerne la gestion de ton entreprise. On commande tes produits et on t'ajoute à notre groupe de formation juste après. Quand pourrais-tu commencer ta formation ?

Ce soir (il vient juste de dire qu'il était prêt à s'inscrire)

Ok, je vais prendre tes informations pour te donner accès à toutes les ressources. (Prenez leurs infos)