




dōTERRA™

Geschäftsaufbau

— LEITFADEN —

Empowered Success
Business-Training-System



Sie müssen es nicht perfekt machen – Sie müssen einfach nur damit anfangen.

Jack Canfield

Inhalt

Willkommen	04	Einladen	31	Builder finden	79
Ihre Pipeline aufbauen	05	Mit Freude teilen	33	Geschäftspartner finden	81
5 Schritte zum Erfolg	07	Teilen Sie Ihre Geschichte	36	Ihren Einfluss ausweiten	84
Vorbereiten	09	Teilen und nachfassen	37	Einführung für Builder	87
Ihr Geschäft einrichten	11	Laden Sie ein, mehr zu erfahren	42	Skript Einführung für Builder	89
Ziele setzen	13	Einladen ohne Probe	43	Neue Builder einsetzen	91
Namensliste	15	Mehr Menschen erreichen	46	Mentor für Builder	93
Success Tracker	18	Präsentieren und einschreiben	47	Persönliche Entwicklung	95
Ihre Erfolgsplanung	19	Präsentationen halten	49	Ihre Zukunft im Blick	97
Elite-Planer	21	Kursplaner	50	Empowerment für Sie	99
Bieten Sie Lösungen an	23	Mit Selbstvertrauen präsentieren	51	Selbstvertrauensverpflichtung	102
Ihre Botschaft im Visier	25	Einführung zu Ölen	53	Anlage	103
Partnerschaft mit Ihrem Mentor	27	So führen Sie einen Kurs durch	54	Vergütungsplan	105
Strategie-Check-in	28	Erfolgreich einschreiben	60	Rollen bei dōTERRA	108
Was nötig ist, um erfolgreich zu sein	30	Platzierungsstrategie	63		
		Power of 3-Planer	66		
		Unterstützen	67		
		Kunden einarbeiten	69		
		Wellness-Beratung	71		
		Weiterbildung	73		
		Ihre Kunden wachsen lassen	75		



Wir verwenden Öle,
wir teilen Öle und
wir bringen anderen bei,
das Gleiche zu tun.

*Justin Harrison,
Master Distributor*

Willkommen!

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Entscheidung, Ihr eigenes dōTERRA-Geschäft zu gründen!

Sie sind hier, weil Sie ätherische Öle lieben. Sie verwenden sie, teilen sie und wollen andere dabei unterstützen, das Gleiche zu tun. Das ist die Grundlage für ein erfolgreiches dōTERRA-Geschäft – ein Instrument, das das Leben und die finanzielle Zukunft von unzähligen Menschen auf der ganzen Welt verändert hat. Mit Mut und Engagement können Sie auch Ihr eigenes Leben verändern.

Dieser Leitfaden enthält eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie den Rang Elite und höhere Ränge erreichen und zugleich Ihr Selbstvertrauen in Ihre Rolle als Wellness-Botschafter*in stärken.

Dabei ist es vollkommen egal, ob Sie einen beruflichen Neuanfang wagen oder einfach nur etwas dazuverdienen wollen: Sie können gewinnbringende Ergebnisse erzielen, wenn Sie klug und konsequent aktiv werden und die in diesem Leitfaden erläuterten Schritte umsetzen.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Reihe von Checklisten, Arbeitsblättern, Skripten und mehr. Das alles wird Ihnen helfen, erfolgreich zu sein und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Diese einfachen Methoden haben sich bewährt – und das Beste ist, dass sie speziell auf Sie zugeschnitten wurden. Wenn Sie Ihre Fähigkeiten ausbauen und produktive Gewohnheiten etablieren, können Sie mit dōTERRA ein florierendes Geschäft aufbauen und Ihre Träume wahr werden lassen.

Und denken Sie daran, dass Sie nicht allein sind. Dieser Leitfaden hilft Ihnen bei jedem Schritt auf Ihrer Reise. Schließen Sie sich mit Ihrer Upline zusammen, und dann unterstützen Sie Ihre Builder auf die gleiche Weise, wenn diese ihr eigenes Geschäft gründen.

Los geht's!



Aufbau Ihrer Pipeline

Dieser Leitfaden ist Ihre Rundum-Sorglos-Quelle für alle Materialien, die Sie brauchen, um ein florierendes, erfolgreiches dōTERRA-Geschäft aufzubauen. Er zeigt Ihnen bewährte Schritte zum Erfolg innerhalb eines Rahmenwerks namens „PIPES“.

PIPES steht für **Prepare (Vorbereiten), Invite (Einladen), Present (Präsentieren), Enrol (Einschreiben)** und **Support (Unterstützen)**. Dies ist das Rahmenwerk, in dem alle dōTERRA- Business-Trainings organisiert sind. Die PIPES-Aktivitäten helfen Ihnen, sich vorzubereiten, Personen einzuladen, um mehr zu erfahren, auf Öle-Abenden zu präsentieren und Einzelgespräche zu führen, Interessierte einzuschreiben und Ihr Team und Ihre Kunden-Community zu unterstützen. Während Sie Ihr Geschäft aufbauen, wiederholen Sie diese Aktivitäten und Sie werden Ergebnisse erzielen.



Vorbereiten

Sie bereiten sich auf den Erfolg vor, indem Sie die Vorteile der dōTERRA-Produkte und des bewährten Trainingssystems kennenlernen.



Einladen

Sie tauschen Erfahrungen aus und laden andere ein, die natürlichen Lösungen und Geschäftsmöglichkeiten von dōTERRA kennenzulernen.



Präsentieren

Sie präsentieren die dōTERRA-Botschaften von Wohlbefinden und potenziellem finanziellem Erfolg.

Sie

Interessierte





Glaube

- An die Produkte
- An dōTERRA
- An Ihr ‚Warum‘



Handeln

- Teilen
- Einschreiben
- Builder einsetzen



Ergebnisse

- Leben verändern
- Sich weiterentwickeln
- Prämien verdienen

E

Einschreiben

Sie schreiben andere ein, stärken sie mit natürlichen Lösungen und laden sie ein, ihr Leben zu verändern.



S

Unterstützen

Sie unterstützen Ihre Kundinnen und Kunden sowie Ihre Builder persönlich, durch Ihre Community und mit Informationen und Training.



Ihr Team & Ihre Community



5 Schritte zum Erfolg

1

Vorbereiten

Ihr Geschäft einrichten

- Füllen Sie die Setup-Checkliste aus und wenden Sie sich bei Fragen an Ihre Upline-Mentorinnen und -Mentoren (S. 11).

Treibstoff für Ihren Start

- Füllen Sie *Ziele setzen* (S. 13–14) aus.
- Erstellen Sie Ihre *Namensliste* (S. 15–16).
 - Listen, priorisieren und dann übertragen Sie berechnete Namen in Ihren *Success Tracker* (S. 18).
 - Füllen Sie *Ihre Botschaft im Visier aus*; teilen Sie Ihre Antworten dann mit Ihrer Upline-Mentorin oder Ihrem Upline-Mentor (S. 25–26).
- Halten Sie Ihre Strategiesitzung *Einführung zum Start* mit Ihrer Upline-Mentorin oder Ihrem Upline-Mentor ab.
 - Teilen Sie Ihre Hoffnungen und Träume.
 - Gehen Sie *Ziele setzen* durch.
 - Gehen Sie *Erstellen Ihrer Pipeline* (S. 5–6) und *5 Schritte zum Erfolg* (S. 7–8) durch.
 - Planen Sie Ihre ersten 4 Kurse zusammen und andere Startmonatspläne.
 - Gehen Sie den *Elite-Planer* (S. 21) durch.
 - Verwenden Sie den *Kursplaner* (S. 50).
- Gehen Sie *Partnerschaft mit Ihrer Mentorin oder Ihrem Mentor* durch, um Erwartungen festzulegen und sich mit dem *Strategie-Check-in* vertraut zu machen (S. 27–28).
- Gehen Sie in *Ihre Erfolgsplanung* und richten Sie Ihren Wochenplan ein (S. 19–20).
 - Schauen Sie nach anstehenden Events, die Sie in Ihren Kalender eintragen können (z. B. Europe Convention, Tour-Events, Leadership Retreats usw.).
- Widmen Sie etwa 20 Minuten pro Tag der Persönlichkeitsentwicklung.
 - Lernen Sie mit den Empowered You Strengths Guides online Ihre einzigartigen Stärken zu nutzen.
 - Nutzen Sie die Materialien zur *Persönlichkeitsentwicklung* (S. 96–100).
 - Füllen Sie Ihre *Selbstvertrauensverpflichtung* aus und hängen Sie sie auf (S. 102).

2

Einladen

Verbinden und teilen

- Mit Freude teilen* (S. 33).
 - Halten Sie Ihre Erfahrungen in *Teilen Sie Ihre Geschichte* fest (S. 36).
 - Nutzen Sie Ihren *Success Tracker*, um sich auf berechnete Interessenten zu konzentrieren und Ihre Herangehensweise zu entwickeln (S. 18, 37–40, 42–43, 46, 81–82, 84–85).
 - Finden Sie Wege, um *Mehr Menschen zu erreichen* und Ihre *Namensliste* zu vergrößern (S. 46).
- Tauschen Sie Erfahrungen und Proben mit Interessierten aus und fassen Sie dann nach (S. 37–41).
 - Fragen Sie nach Kundenempfehlungen (S. 46).

Zum Lernen auffordern und erinnern

- Laden Sie Interessierte, die mehr erfahren möchten, zu einem Einführungskurs über Öle oder zu einem Einzelgespräch ein und erinnern Sie sie an ihre Teilnahme (S. 42–43).
- Bereiten Sie sich darauf vor, selbst Präsentationen zu veranstalten (S. 49–50).
 - Machen Sie sich mit dem Zeitplan und Skript für den Einführungskurs über Öle vertraut (S. 53–62).

3

Präsentieren und einschreiben

Präsentieren

- Machen Sie sich bereit für eigene Präsentationen; siehe *Kursplaner* (S. 50).
 - Lernen Sie *Selbstbewusst präsentieren* (S. 51).
- Lernen Sie, den Einführungskurs über Öle zu präsentieren (S. 53–62).
 - Buchen Sie bei Öle-Abenden bereits die Folgenden (S. 61).

Einschreiben

- Schreiben Sie Teilnehmer*innen ein und planen Sie ihre Wellness-Beratung (S. 59–62, 69–70).
 - Erfahren Sie, wie man erfolgreich abschließt und einschreibt.
 - Fassen Sie innerhalb von 48 Stunden bei allen nach, die sich noch nicht eingeschrieben haben.

Strategisch platzieren

- Platzieren Sie Ihre neuen Enrollees mit der Unterstützung Ihrer Upline-Mentorin oder Ihres Upline-Mentors und der *Platzierungsstrategie* (S. 63–66).
 - Erfahren Sie mehr über den *dōTERRA-Vergütungsplan* (S. 105–107).
 - Lernen Sie, wie Sie innerhalb des 14-tägigen Follow-up-Fensters nachfassen (S. 63–65, 69–71, 91–92).
 - Machen Sie sich mit den verschiedenen Rollen – Kundin bzw. Kunde, Sharer, Builder und Leader – vertraut (S. 108).

4

Unterstützen

Kundinnen und Kunden einarbeiten

- Arbeiten Sie neue Enrollees ein und vernetzen Sie sie mit Weiterbildungs- und Social-Media-Plattformen (S. 69–74).

Kundinnen und Kunden halten

- Informieren Sie Ihre Kundinnen und Kunden regelmäßig über Promotions und andere (Weiter-) Bildungsangebote, helfen Sie beim LRP und bieten Sie bei Bedarf Unterstützung an (S. 70, 73–78).

5

Builder finden

Gastgeber*innen und Builder auffordern

- Laden Sie zum Veranstalten von Öle-Abenden ein.
 - Finden Sie mit Hilfe Ihres *Success Trackers* heraus, wer bereit wäre, einen Kurs zu veranstalten; nehmen Sie Kontakt auf und führen Sie eine Einführungssitzung für Gastgeber*innen durch (S. 18, 84).
 - Organisieren Sie mit jeder Gastgeberin und jedem Gastgeber, die oder den Sie in einem Ihrer Kurse gebucht haben, eine Einführungssitzung für Gastgeber*innen (S. 21, 84).
 - Planen Sie Kurse mit neuen Gastgeberinnen und Gastgebern ein.
 - Lesen Sie *Erweitern Sie Ihren Einfluss* (S. 84–85).
- Laden Sie potenzielle Builder, die mehr erfahren möchten, zu einem Einführungskurs für Builder oder zu einem Einzelgespräch ein.
 - Konzentrieren Sie sich auf die besten potenziellen Builder in Ihrem *Success Tracker* (S. 17–18, 81).
 - Werben Sie Geschäftspartner*innen und Builder für Ihr Team (S. 81–82, 84–85).
 - Bitten Sie um Builder-Empfehlungen (S. 85).

- Lernen Sie, den Einführungskurs für Builder und Einzelgespräche durchzuführen (S. 87–90).
 - Führen Sie die Telefonate zu dritt, zusammen mit Ihrer Upline durch (S. 82, 89–90).

Builder einsetzen

- Builder einsetzen (S. 91–92).
 - Führen Sie eine Einführungssitzung zum Start anhand der Checkliste (S. 7, Schritt 1) durch und stellen Sie 6 Wochen bis Elite vor (S. 91–92).
 - Helfen Sie Ihren Buildern bei ihren ersten Präsentationen (Einführung zu Ölen, Einführung für Builder, Wellness-Beratungen, Strategiesitzungen) (S. 91–92).
 - Helfen Sie Ihren Buildern beim Anwerben mit gemeinsamen Telefonaten zu dritt (S. 82, 89–90).

Builder unterstützen

- Bieten Sie Mentoring mit regelmäßigen Strategiesitzungen mit Hilfe des *Strategie-Check-ins* (S. 27–28, 93).
 - Empfehlen und laden Sie zu Firmen-/ Teamschulungen/-veranstaltungen ein.

Die Suche nach Buildern, also Schritt 5, erfolgt parallel zu den Schritten 2–4. Sie führen im Wesentlichen dieselben Schritte, jedoch mit einem anderen Schwerpunkt, durch, wenn Sie einen Builder vs. eine Kundin bzw. einen Kunden einschreiben.

Präsentieren

- Bereiten Sie sich darauf vor, selbst Präsentationen zu veranstalten (S. 49, 51).
 - Lernen Sie, den Einführungskurs für Builder zu präsentieren, und machen Sie sich mit dem Zeitplan (S. 87–88) und dem Skript für Einzelgespräche (S. 89–90) vertraut.





Vorbereiten

Machen Sie sich bereit für Ihren Erfolg

Am Ende des Schrittes ‚Vorbereiten‘ haben Sie sich Ziele für Ihre Zukunft gesetzt, den Grundstein gelegt, um mit dem Teilen und Einladen zu beginnen, und einen Zeitplan für Ihr Geschäft erstellt.

Erfolg ist die Summe
kleiner Bemühungen, die man
tagaus tagein wiederholt.

Robert Collier

Ihr Geschäft einrichten

Erste Schritte

Loggen Sie sich auf doterra.com ein, um:

- Sich in Ihrem Virtual Office zu registrieren und ein Passwort festzulegen.
- Eine LRP-Vorlage mit mindestens 100 PV einzurichten und *dauerhaft* aufrechtzuerhalten, um den wöchentlichen Fast Start Bonus und monatliche Provisionen zu erhalten.
 - Das *kostenlose* Produkt des Monats erhalten Sie, indem Sie eine LRP-Bestellung von mindestens 125 PV aufgeben, die vor dem oder am 15. Tag jedes Monats ausgelöst wird.
- Ihre persönliche Website einzurichten (klicken Sie auf [Meine Geschäftsseite](#) > [Meine Einstellungen](#)).

Unterstützung erhalten

Führen Sie mit Ihrer Upline oder einem Online-Video die folgenden Schritte durch (falls noch nicht geschehen):

- Erleben Sie einen Einführungskurs über Öle
- Erhalten Sie eine Wellness-Beratung
- Erleben Sie einen Einführungskurs für Builder

Planen Sie Ihre erste – und dann wöchentliche – Strategiesitzung mit Ihrer Upline-Mentorin bzw. Ihrem -Mentor:

Tag und Uhrzeit / Telefonnummer

Verbinden Sie sich mit dem Team-Support Ihrer Upline:

• Ort / Link für Team-Call:

Tag und Uhrzeit / Telefonnummer

• Team-Facebook-Gruppe:

• Team-Website / Sonstiges:

• Noch Fragen? Kontaktieren Sie Ihre Upline-Mentorin bzw. Ihren -Mentor oder Ihr Team oder erfahren Sie mehr in den dōTERRA Business Facebook-Gruppen.



Ausrüstung erhalten

- Nehmen Sie ein Class Kit in Ihre Treuebestellung auf. Auf Wunsch können Sie jedes der folgenden Produkte hinzufügen:

- Broschüre ‚Gesund kann so einfach sein‘.
- 10er-Packung *Live Guide* und *Build Guide*.
- Handout zum Kurs ‚Natürliche Lösungen‘.

- Arbeiten Sie mit Ihrer Upline zusammen, wenn Sie weitere Informationsquellen bestellen.



Sich vertraut machen

Empowered Life

Entdecken Sie Produktinformationen und Weiterbildung unter:

doterra.com > *Entdecken* > *Produktschulung*

- AromaTouch Technique™
- dōTERRA University
- Wissenschaft der ätherischen Öle

doterra.com > *Ressourcen* > *Know-how*

- Flyer
- Literatur

Empowered Success

Machen Sie sich vertraut mit den *Empowered Success*-Materialien:

- *Live Guide*
- *Share Guide*
- *Build Guide*
- *Launch Guide*
- Handout „Natürliche Lösungen“

Empowered You

Entdecken Sie das Training zur persönlichen Entwicklung und lernen Sie, wie Sie Ihr Geschäft mit dem *Empowered You Strength Guide* ausbauen können:

Weitere Informationen finden Sie auf Seite 100 in diesem Leitfaden.

Ziele setzen

Erfolgreiche Menschen setzen sich konkrete Ziele. Machen Sie sich klar, was Sie wollen und wann Sie es erreichen wollen. Wählen Sie die Höhe der Prämien, die Sie anstreben, und wie schnell Sie diese Ergebnisse erzielen wollen. Wenn Sie konkrete Verpflichtungen für Ihren Erfolg eingehen und diese auf einen bestimmten Zeitrahmen festlegen, sind Sie besser auf die daraus folgenden Aktivitäten vorbereitet.

Die Vervielfältigung des Einstiegsrangs Elite ist der Schlüssel für den Aufstieg zu Silver, Platinum, Diamond und noch höher.



1 Ihr Einkommen auswählen

Ihr Produkt bezahlen	Ihr Einkommen aufbessern	Ihr Einkommen ersetzen
250€–610€/Monat*	610€–3.920€/Monat*	3.790€ - 51.650€/Monat*
Elite — Premier Einkommensziel	Premier — Gold Einkommensziel	Gold — Presidential Einkommensziel
Wie viel Zeit muss ich investieren?*	Wie viel Zeit muss ich investieren?*	Wie viel Zeit muss ich investieren?*
<div style="text-align: center;"> <p>3–5 Stunden/Woche</p> </div>	<div style="text-align: center;"> <p>10–15 Stunden/Woche</p> </div>	<div style="text-align: center;"> <p>15–30 Stunden/Woche</p> </div>
Rangfortschritte	Rangfortschritte	Rangfortschritte
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">E Elite in 2–3 Monaten</div> <div style="text-align: center;">P Premier in 6 Monaten</div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">E Elite in 1–2 Monaten</div> <div style="text-align: center;">S Silver in 6–9 Monaten</div> <div style="text-align: center;">G Gold in 1–2 Jahren</div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">E Elite in 1 Monat</div> <div style="text-align: center;">S Silver in 6–9 Monaten</div> <div style="text-align: center;">P Platinum in 1–2 Jahren</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">D Diamond in 1–3 Jahren</div> <div style="text-align: center;">PD Presidential Diamond in 4–7 Jahren</div> </div>



Lesen Sie den *Build Guide* oder die Seiten 105–107 dieses Leitfadens, um Strategien zur Erfüllung der Rang- und Einkommensanforderungen zu entwickeln.

*Details siehe dōTERRA Vergütungsplan. Die angegebenen Zahlen sind Jahresdurchschnittswerte aus 2020. Das persönliche Einkommen kann geringer sein.
**Die benötigte Wochenstundenzahl ist eine Schätzung.

2 Ihr Tempo auswählen

Bevor Sie Ihre ersten Präsentationen veranstalten, werden Sie wahrscheinlich 1–4 Wochen mit der Vorbereitung, dem Teilen und Einladen verbringen. Wählen Sie Ihr Tempo, um den Rang Elite zu erreichen, und verwenden Sie dabei die unten stehenden Erfolgszeitpläne. Beginnen Sie sofort mit der Einschreibung durch Einzelgespräche mit Personen, die selber mit dōTERRA beginnen wollen, sogar während Ihrer Vorbereitungsphase.

Datum Kursbeginn: _____

Elite in 30 Tagen

Beispiele, wie Sie 3000 OV erzielen können:

150 PV durchschnittlich je Einschreibungsbestellung x 20 Einschreibungen

ODER *3–4 Einschreibungen und durchschnittlich 500 PV je Kurs x 6 Kurse*

ODER *5 Einschreibungen und durchschnittlich 750 PV je Kurs x 4 Kurse*

Elite in 60 Tagen

Beispiel für neue Einschreibungsbestellungen + LRP-Kundenbestellungen = 3000 OV:

- 8 von 15 Kundinnen bzw. Kunden, die in Monat 1 eingeschrieben wurden, haben eine durchschnittliche LRP-Bestellung von 100+ PV
+ 800 PV

- 4 Einschreibungen oder durchschnittlich 600 PV pro Kurs x 3 Kurse (in Monat 2)
+ 1800 PV

- 3 Einschreibungen in Einzelgesprächen (in Monat 2)
+ 450 PV

Elite in 90 Tagen

Beispiel für neue Einschreibungsbestellungen + LRP-Kundenbestellungen = 3000 OV:

- 12 von 20 Kundinnen bzw. Kunden, die in Monat 1–2 eingeschrieben wurden, haben eine durchschnittliche LRP-Bestellung von 100+ PV
+ 1200 PV

- 4 Einschreibungen oder durchschnittlich 600 PV je Kurs x 2 Kurse (in Monat 3)
+ 1200 PV

- 4 Einschreibungen in Einzelgesprächen (in Monat 3)
+ 600 PV

3 Ihre Ziele auswählen

90-Tage-Ziel

_____ €/Monat
Rang: _____

6-Monats-Ziel

_____ €/Monat
Rang: _____

1-Jahres-Ziel

_____ €/Monat
Rang: _____

4 Sich mitteilen

Teilen Sie diese Ziele Ihrer Familie und Ihrer Upline-Mentorin bzw. Ihrem -Mentor mit und hängen Sie sie dort auf, wo Sie sie täglich sehen.

• Wie engagiert sind Sie, um Ihren Elite-Rang und Ihre 90-Tage-Ziele zu erreichen (auf einer Skala von 1-10)? Elite: 90 Tage:

• Warum ist es wichtig, dass Sie Ihre Ziele in dem von Ihnen festgelegten Tempo erreichen?

• Wie wird sich Ihr Leben verändern, wenn Sie Ihr 1-Jahres-Ziel erreicht haben?

• Wie wird Ihr Leben aussehen, wenn Sie Ihr 1-Jahres-Ziel niemals erreichen?

Gewöhnen Sie sich an, regelmäßig weitere Erkenntnisse darüber festzuhalten, wie Sie diese Ziele erreichen und Ihre Träume verwirklichen können.

Namensliste

Wessen Leben möchten Sie verändern? Der Aufbau einer erfolgreichen finanziellen Pipeline beginnt damit, andere dazu einzuladen, zu entdecken, wie dōTERRA-Lösungen und die damit verbundene Geschäftsmöglichkeit ihnen helfen können.

- 1 Erstellen Sie eine Liste mit allen Personen, die Ihnen einfallen. Lassen Sie Ihren Ideen freien Lauf. Sie können nie wissen, wer nach den Lösungen sucht, die Sie anbieten. Notieren Sie ihre Namen und ordnen Sie sie auf dieser und der nächsten Seite nach Netzwerken wie Familie oder Freunde.

1	Familie: <i>Eltern, Geschwister, Verwandte</i>							
	Gesundheitsbedürfnis	€ Zeitbedarf	Zielbedarf	Einflussreich	Naturverbunden	Gesch./ Verkaufserfahrung	Support durch Ehepartn.	Ergebnis
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

1	Freundinnen und Freunde: <i>aktuell, Schule, Uni, soziale Medien</i>							
	Gesundheitsbedürfnis	€ Zeitbedarf	Zielbedarf	Einflussreich	Naturverbunden	Gesch./ Verkaufserfahrung	Support durch Ehepartn.	Ergebnis
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

2 Als Nächstes filtern Sie Ihre Liste nach jeder Person, die Sie notiert haben, um potenzielle Builder zu identifizieren. Bitte kreuzen Sie die Kriterien in den zutreffenden Spalten an, um die häufigen Eigenschaften erfolgreicher Builder zu kennzeichnen. In der letzten Spalte notieren Sie die Summe.

- Auf der Suche nach besseren Finanzen oder einer besseren Zukunft
- Braucht mehr Geld, Zeit oder ein Ziel
- Sozial einflussreich – andere folgen ihm/ihr und wollen tun, was er/sie tut
- Interessiert sich für die Natur und pflegt einen gesunden Lebensstil
- Hat Geschäfts- oder Verkaufserfahrung und Eigenmotivation
- In einer Lebensphase, die den Aufbau eines Unternehmens begünstigt
- Hat große Unterstützung durch einen (Ehe-) Partner

	Gesundheitsbedürfnis	€ Zeitbedarf	Zielbedarf	Einflussreich	Naturverbunden	Gesch./ Verkaufserfahrung	Support durch Ehepartn.	Ergebnis
1 <i>Angela König</i>	✓		✓					II
2 <i>Cousine Jana (Yoga)</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓		###I

Community: <i>Nachbarinnen und Nachbarn, Kontakte aus Kirche, Schule, Vereinen</i>	Gesundheitsbedürfnis	€ Zeitbedarf	Zielbedarf	Einflussreich	Naturverbunden	Gesch./ Verkaufserfahrung	Support durch Ehepartn.	Ergebnis
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

Sonstiges: <i>Kolleginnen und Kollegen, Produkt- oder Dienstleistungsanbieter</i>	Gesundheitsbedürfnis	€ Zeitbedarf	Zielbedarf	Einflussreich	Naturverbunden	Gesch./ Verkaufserfahrung	Support durch Ehepartn.	Ergebnis
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

Namensliste priorisieren

Potenzielle Builder identifizieren

Ihr nächster Schritt ist die **Priorisierung der Interessierten auf Ihrer Namensliste**, indem Sie zunächst die Personen hervorheben, welche die besten Ergebnisse aufweisen, was auf Qualitäten potenzieller Builder hinweist. Starke Builder können Sie aber auch überraschen und unter denjenigen zu finden sein, die eigentlich ein schlechteres Ergebnis erzielt haben. Dieses Bewertungssystem ist jedoch ein bewährtes Mittel für den Anfang.

Fragen Sie sich:

- Wenn ich mit jemandem zusammenarbeiten könnte, wer wäre es?
- Mit wem würde ich am besten zusammenarbeiten?
- Wer würde die Art von Engagement und Aktion einbringen, die zu dem Tempo, das ich mir zum Erreichen meiner Ziele gesetzt habe, passt oder es übertrifft?

Schreiben Sie die Personen auf, die Ihnen in den Sinn kommen, sei es von Ihrer Liste oder aus anderen Gründen.

Potenzielle Geschäftspartner*innen

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Top-Kandidatinnen und -Kandidaten verfolgen

- 1 Füllen Sie Ihren *Success Tracker* mit Ihren 45 Kandidatinnen und -Kandidaten aus.
- 2 Überlegen Sie sich, wie Sie am besten mit jeder Person in Kontakt kommen können, sei es über die Produkte oder das Unternehmen.
- 3 Beginnen Sie mit dem personalisierten Austausch und der Einladung und verfolgen Sie die Fortschritte jedes Einzelnen. Finden Sie mit Hilfe Ihrer Upline frühzeitig ein paar wichtige Builder.
- 4 Sie können ein neues Mitglied jederzeit registrieren und haben bis zum 10. Tag des Monats, der auf Ihre Anmeldung folgt, Zeit, um das neue Mitglied innerhalb Ihrer Geschäftsstruktur zu verschieben. Auf diese Weise können Sie eine gesunde Platzierungsstruktur schaffen und möglicherweise Ihre Bonusmöglichkeiten maximieren. Ohne Builder haben Sie nur Kunden an Ihrer Frontline, was Ihre Verdienstmöglichkeiten schmälert.

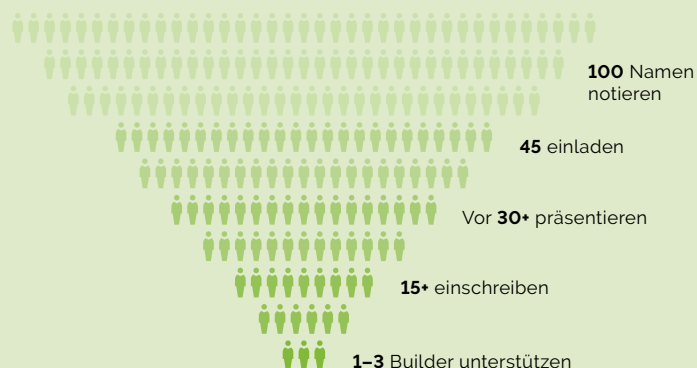


Namensliste

Success Tracker

Ihre Liste wird länger

Immer, wenn Ihnen neue Menschen in den Sinn kommen oder in Ihr Leben treten, nehmen Sie diese in Ihre *Namensliste* auf, um Ihre Pipeline am Laufen zu halten. Nehmen Sie sich vor, pro Woche 5–10 neue Namen zu notieren.



In Ihrem Geschäft geht es um Zahlen

Je mehr Menschen Sie in Ihrer Pipeline haben, desto mehr Kundinnen bzw. Kunden und Builder werden Sie wahrscheinlich finden.

Setzen Sie sich das Ziel, in den ersten 30–90 Tagen 3 Builder zu finden. Wenn Sie nicht sofort einen Builder finden, erweitern Sie Ihre Liste und schreiben Sie weiter ein. Viele Builder beginnen als Kundinnen bzw. Kunden, die irgendwann dann anfangen zu teilen.

Success Tracker

Hier verfolgen Sie die Fortschritte Ihrer 45 besten Kandidatinnen und Kandidaten. Platzieren Sie die Builder ganz oben.

Top-Builder-Kandidaten

	Name	Idee(n) für Produktproben	Kontaktaufnahme am besten:	Erster/Ansatz: Produkt (P) oder Geschäft (G)		45+		30+		15+		3+	
				P	G	Probe gegeben	Probe nachgefasst	Zum Kurs/11 eingeladen	Kurs/11 besucht	Eingeschrieben	Wellness-Beratung	LRP eingerichtet	Weiterbildung
1				P	G								
2				P	G								
3				P	G								
4				P	G								
5				P	G								
6				P	G								
7				P	G								
8				P	G								
9				P	G								
10				P	G								
11				P	G								
12				P	G								
13				P	G								
14				P	G								
15				P	G								
16				P	G								
17				P	G								
18				P	G								
19				P	G								
20				P	G								
21				P	G								
22				P	G								
23				P	G								
24				P	G								
25				P	G								
26				P	G								
27				P	G								
28				P	G								
29				P	G								
30				P	G								
31				P	G								
32				P	G								
33				P	G								
34				P	G								
35				P	G								
36				P	G								
37				P	G								
38				P	G								
39				P	G								
40				P	G								
41				P	G								
42				P	G								
43				P	G								
44				P	G								
45				P	G								

Ihre Erfolgsplanung

Erfolg ist kein Ziel – er ist eine Gewohnheit. Diese einfachen Erfolgsgewohnheiten sind die bewährten Praktiken, die alle Top-Leader von dōTERRA teilen. Wenn Sie sie in Ihr Leben integrieren, werden auch Sie die Kraft des täglichen Aktivseins erleben, die sich mit der Zeit verstärkt. Konsequente geschäfts- und einkommensfördernde Aktivitäten sind das, was zu Ergebnissen führt. Widmen Sie mindestens 70% Ihrer Zeit für Einladungen, Präsentationen und Einschreibungen. Der beste Weg, um zu wachsen, besteht darin, erfolgreich Builder zu werben und ihnen dabei zu helfen, dasselbe zu tun.

Entdecken und nutzen Sie die Informationen und die Unterstützung, die Ihre Upline in Form von wöchentlichen Kursen, Weiterbildungen und Teamgesprächen bietet. Erfinden Sie das Rad nicht neu, warten Sie stattdessen auf den richtigen Zeitpunkt, um bestimmte Aufgaben zu übernehmen.

Täglich: Vorbereiten, teilen und einladen

- Ihre Produkte verwenden
- Die eigene Persönlichkeitsentwicklung fördern
- Kontakt, Probe, Nachfassen und Einladung
- Interaktionen, Kurse und Einzelgespräche planen



Stellen Sie sich diese Fragen:

- *Mit wem kann ich eine Produkterfahrung teilen?*
Teilen Sie eine Probe und fassen Sie später nach.
- *Wer wäre bereit, mehr über ätherische Öle zu lernen?* Laden Sie zu einem Einführungskurs über Öle oder zu einem Einzelgespräch ein.
- *Wer hat eine Präsentation besucht und ist bereit, sich einzuschreiben?* Helfen Sie bei der Einschreibung mit einem Kit und vereinbaren Sie einen Termin für eine Wellness-Beratung.
- *Wer braucht eine Wellness-Beratung?*
Vereinbaren Sie einen Termin für eine Wellness-Beratung und eine Treuebestellung (LRP).
- *Wer ist bereit für eine Einführung in das Geschäft?*
Laden Sie zu einem Einführungskurs für Builder oder zu einem Einzelgespräch ein.
- *Wer liebt seine Öle und würde gerne einen Kurs veranstalten?*
Laden Sie dazu ein, Gastgeber zu werden. Vereinbaren Sie einen Termin für eine Einführung für Gastgeber.
- *Wer ist bereit, sein eigenes Geschäft zu gründen?* Stellen Sie die 5 Schritte zum Erfolg in einer Einführung zum Start vor.

Wöchentlich: Präsentieren, einschreiben und unterstützen

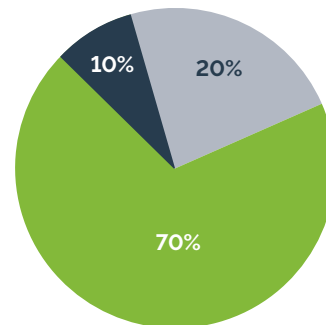
- Einführungskurse über Öle und Einzelgespräche halten
- Einführungskurse für Builder und Einzelgespräche halten
- Wellness-Beratung durchführen
- Weiterbildung besuchen und fördern
- Am Team-Call teilnehmen
- Strategiesitzungen abhalten

Monatlich

- LRP-Bestellung mit mindestens 125 PV aufgeben
- Ziele setzen, Fortschritte mit Rang-/Power of 3-Planer verfolgen
- 4+ Kundinnen und Kunden und 1+ Builder einschreiben
- Am Business-Training teilnehmen

Jährlich

- Teilnahme an und Einladung zu Veranstaltungen:
 - European Convention
 - Leadership Retreat
 - Regionale Veranstaltungen
 - Incentive Trip



- Vorbereiten
- Unterstützen
- Sie und Ihre Builder laden ein, präsentieren und schreiben ein



Fokus hier

Wochenplan

Auf der Seite *Ziele setzen* in diesem Leitfaden haben Sie Ihren persönlichen Weg zum Erfolg gewählt. Nachfolgend finden Sie die empfohlene Anzahl von Wochenstunden für jedes Tempo, das Sie für den Aufbau Ihrer finanziellen Pipeline benötigen.

Ihr Produkt bezahlen

Benötigte Zeitinvestition: **3–10 Stunden/Woche**

Ihr Einkommen aufbessern

Benötigte Zeitinvestition: **10–30 Stunden/Woche**

Ihr Einkommen ersetzen

Benötigte Zeitinvestition: **25–50 Stunden/Woche**

Notieren Sie die Anzahl der Stunden, die Sie in einer durchschnittlichen Woche täglich für Ihr Geschäft aufwenden wollen.

Montag

Dienstag

Mittwoch

Donnerstag

Freitag

Samstag

Sonntag

Planen Sie nach Ihrer eigenen Methode Zeit für Ihre wöchentlichen Aktivitäten ein. Setzen Sie an erste Stelle primäre Ereignisse wie familiäre Verpflichtungen und Ihren Job, dann folgen Ihre PIPES-Aktionen zum Geschäftsaufbau. Ergänzen Sie bei Bedarf die entsprechende Vorbereitungs- und Reisezeit.

Zeit/Zeitraum	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
9:00	Persönliche Entwicklung					
10:00	Team-Call				Kontakt / Nachverfolgung von Personen im Success Tracker	Einführung für Builder mit Jana
11:00	Strategiesitzung: - Elena @ 11:00 Einführung zum Start: - Bernd @ 11:45	Kontakt / Nachverfolgung von Personen im Success Tracker		Strategiesitzung mit Upline		
12:00						
13:00		Wellness- Beratungen: - Mama @ 13:30 - Stephan @ 14:15	1:1 mit Maria		Wellness- Beratungen: - Kim @ 13:30 - Connie @ 14:15	
14:00						
15:00						
19:00		Einführung zu Ölen @ Café		Weiter- bildung		

Beispiel: 16- bis 20-stündige dōTERRA-Woche für ein mittleres Tempo

Ihr Erfolg auf der Überholspur

Es gibt viele Möglichkeiten, wie Sie Ihren Zeitplan einteilen können. Sie könnten zum Beispiel die ersten 4 Kurse in einer Woche oder an einem Wochenende in Ihrem Startmonat planen, um:

- Die Setup-Zeit zu minimieren.
- Interessenten mehrere Kursoptionen anzubieten.
- Von einem Kurs zum nächsten kontinuierlich aufbauen zu können (begeisterte Teilnehmer*innen sind gut darin, andere einzuladen).
- Ihre Platzierungsoptionen zu maximieren und sich bessere Voraussetzungen für den Rangaufstieg und den Erhalt von Boni zu schaffen.

Tipps für Ihre Zeit:

- Planen Sie Anrufe zeitlich nah beieinander in einem Zeitblock.
- Stellen Sie mehrere Uhrzeiten zur Auswahl, um den anderen entgegenzukommen.
- Antworten Sie auf Nachrichten innerhalb von 24 Stunden.

Elite-Planer

Ich erreiche Elite bis spätestens

Kombinieren Sie diesen Planer mit Ihrem *Success Tracker* für Ihre gesamte Präsentationsplanung.

In Ihrem Startmonat: (30-Tage-Tempo bis Elite)

- Planen Sie 4+ Kurse oder 15+ Einzelgespräche oder eine Kombination aus beidem.
- Laden Sie insgesamt 45+ Personen zu einem Kurs oder einem Einzelgespräch ein.
- Schreiben Sie 15+ Personen ein.

Kurse planen

Laden Sie 15+ Personen persönlich oder per Telefon/SMS ein, um eine ideale Kursgröße von 6–10 berechtigten Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu erreichen. Die Kurse werden von Ihnen oder einer Person veranstaltet, die sich dazu bereit erklärt hat. Ideen finden Sie in Ihrem *Success Tracker*.

Kurs 1

Datum/Uhrzeit:
Veranstaltungsort:
Gastgeber*in:

Kurs 3

Datum/Uhrzeit:
Veranstaltungsort:
Gastgeber*in:

Kurs 2

Datum/Uhrzeit:
Veranstaltungsort:
Gastgeber*in:

Kurs 4

Datum/Uhrzeit:
Veranstaltungsort:
Gastgeber*in:

Ziel: Elite 3000+ OV

Benötigtes Gesamtvolumen

Aktuelles Volumen -

Geplantes Volumen -

Benötigtes Volumen =

Incentives

Wenn sie sich mit einem Kit einschreiben + ihre erste LRP-Bestellung aufgeben, geben Sie ihnen ein Incentive (z. B. 5ml Wild Orange und das Produkt des Monats).

Einzelgespräche planen

Vereinbaren Sie Einzelgespräche persönlich, online oder in einem Telefonat zu dritt mit Interessierten, die eine individuellere Betreuung benötigen, um ihre Wellness-Prioritäten zu besprechen, wenn sie in ihrem vollen Terminkalender nur schwer Zeit finden, oder wenn sie Influencer sind, die von einem individuelleren Rahmen profitieren.

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Name:

Datum/Uhrzeit:
Ort:

Top-Tipp:

Laden Sie aktiv 15+ Personen persönlich oder per Telefon oder SMS ein oder laden Sie passiv 30+ Personen über die sozialen Medien oder per E-Mail ein (hier sind weit mehr Einladungen nötig, um das gleiche Ergebnis zu erzielen), um eine ideale Kursgröße von 6–10 Teilnehmenden zu erreichen.

Es ist extrem wichtig, dass Sie die Personen auf Ihrer Namensliste nach ihren Erfahrungen fragen. Was, wenn in einem Monat:

- Ihre Teilnehmenden besser qualifiziert sind, sodass Sie **30 Teilnehmer*innen x 50% Einschreibedurchschnitt = 15 Einschreibungen** erreichen.
- Ihre Teilnehmenden weniger qualifiziert sind, sodass Sie **50 Teilnehmer*innen x 30% Einschreibedurchschnitt = 15 Einschreibungen** erreichen.

Je weniger qualifizierende Einschreibungen, desto mehr Einladungen brauchen Sie. Je mehr qualifizierende Einschreibungen, desto weniger Einladungen brauchen Sie.

Bieten Sie Lösungen an

Erfolg beginnt bei Ihnen. Entscheiden Sie sich zunächst dafür, ein Produkt Ihrer Produkte zu sein. Ihr Glaube daran wächst, wenn Sie die tiefgreifenden Vorteile immer wieder erleben. Als Anbieter*in von Lösungen nähren Ihre Erfahrungen Ihre Begeisterung, die Produkte mit anderen zu teilen. Wenn Sie diese Leidenschaft mit anderen teilen, helfen Sie den Menschen in Ihrer Umgebung, mehr darüber zu erfahren, und inspirieren Ihre Builder, es Ihnen gleich zu tun.

Die Produkte verwenden

Leben Sie die Grundsätze des Wohlbefindens und sammeln Sie daraus einen Erfahrungsschatz an, aus dem Sie schöpfen können, um andere zu ermutigen und zu inspirieren.

- Setzen Sie Ihren täglichen Wellness-Plan um, mit dem Sie Ihre Produkte täglich verwenden. (*Live Guide*).
- Nutzen Sie die dōTERRA-Referenzinformationen, um Ihr Wissen über die Eigenschaften und Vorteile der Produkte zu erweitern.
- Gewöhnen Sie sich an, zuerst auf Ihre Produkte zurückzugreifen, wenn ein Bedarf rund ums Wohlbefinden auftritt.
- Lernen Sie durch Weiterbildung, Ihre Produkte in Ihren Wellness- Lifestyle zu integrieren.
- Seien Sie Ihre eigene Stammkundin bzw. Ihr eigener Stammkunde und erleben Sie die Vielfalt der dōTERRA-Produkte.
- Maximieren Sie das Treueprogramm (LRP), indem Sie lernen, wie Sie bis zu 30% Rückvergütung erhalten und Punkte einlösen können.

Siehe dotterra.com > *Entdecken* > *Produktschulung*, um mehr zu erfahren.



Die Produkte teilen

Nehmen Sie in Ihren Interaktionen mit Personen, mit denen Sie dōTERRA teilen wollen, eine serviceorientierte Haltung ein und zeichnen Sie ein Bild des eigenverantwortlichen Wohlbefindens. Fragen Sie die anderen, ob sie bereit sind, mehr zu lernen. Als dōTERRA Wellness-Botschafter*in verbinden Sie Menschen mit Ihren Lösungen.

Laden Sie andere ein, mehr über die Verwendung von dōTERRA-Lösungen als zentralen Baustein ihrer Abwehr zu erfahren.

- Schaffen Sie Erlebnisse, bei denen sie potenzielle dōTERRA-Lösungen entdecken können.
- Zeigen Sie, wie „mit einem Buch und einer Box“ (ÖL-Referenzhandbuch und eine Box mit ätherischen CPTG™-Ölen von dōTERRA) mehr als 80% der Wellness-Prioritäten zu Hause gelöst werden können.

Verkaufen, in seiner reinsten Form, ist Dienen – Menschen zu helfen, Lösungen für Probleme zu finden, die sie haben, haben könnten oder ganz vermeiden könnten. Sie sind ein*e Lösungsanbieter*in. Nicht, weil Sie Probleme lösen, sondern weil Sie andere dazu befähigen, zu lernen, wie sie ihre Probleme selbst lösen können.

Fragen Sie sich: „An wen könnte ich mich heute wenden, und wie kann ich ihr oder ihm meine Hilfe anbieten?“



Probleme ermitteln
Jeder Mensch erlebt Herausforderungen und Lücken in
 Beziehungen, Gesundheit, Finanzen
 Zeit, Sinn des Lebens



Auswirkungen messen
Probleme verursachen Kosten und können
 Beziehungen, Gesundheit,
 Finanzen, Zeit, Vertrauen, Überzeugungen
 beeinträchtigen



Lösungen anbieten
Nachdem Sie zugehört und den Bedarf ermittelt haben, bieten Sie Ihren Interessenten Möglichkeiten an:
 - Produktansatz (S. 37-40, 43)
 - Geschäftsansatz (S. 82-85)

Ihren Buildern beibringen, das Gleiche zu tun

Wenn Sie Ihr Geschäft gründen, stärken Sie Ihre Kundinnen und Kunden, welche die Produkte verwenden und lieben, die Sharer, welche Kurse veranstalten, und die Builder, welche mit Ihnen zusammenarbeiten, um ein Geschäft aufzubauen. Nehmen Sie sich vor, die zur Erreichung Ihrer Ziele erforderlichen Fähigkeiten zu entwickeln. Werden Sie der Builder, mit dem Sie selber zusammenarbeiten möchten.

Nutzen Sie die fünf Konversationen

Das Empowered Success System umfasst fünf Leitfäden, die Ihnen bei den wichtigsten Gesprächen helfen, mit denen Sie die ersten Phasen der dōTERRA-Erfahrung einleiten. Diese Schritte können in jeder beliebigen Reihenfolge erfolgen, die sich für den Interessenten am besten eignet.

Gesund kann so einfach sein



Möglichkeiten für ätherische Öle vorstellen.

Handout zum Kurs Natürliche Lösungen



Über natürliche Lösungen informieren und einschreiben.

Live Guide



Verpflichtung, den dōTERRA-Lifestyle zu leben.

Share Guide



Verpflichtung, Präsentationen zu veranstalten.

Build Guide



Verpflichtung, ein Geschäft aufzubauen.

Ihre Botschaft im Visier

Betrachten Sie sich selbst als eine Person mit wertvoller Erfahrung, die darauf spezialisiert ist, anderen Menschen, die Lösungen suchen, spezifische Lösungen anzubieten. Erhöhen Sie die Anzahl der Interessierten, die Ihre Pipeline durchlaufen, indem Sie das Netzwerk identifizieren, dem Sie gerne dienen möchten, und dann Wege zur Kontaktaufnahme finden. Sie brauchen keine Erlaubnis oder Voraussetzungen, um das zu tun, was Sie lieben. Sie müssen lediglich in der Lage sein, Ihren Kundinnen und Kunden zu zeigen, wie sie Ergebnisse erzielen können. Notieren Sie die folgenden Antworten, um herauszufinden, wer Sie in Ihrem Geschäft sind, wem und wie Sie dienen, welche Botschaften Sie mit Leidenschaft vermitteln und zur Lösung welcher Probleme Sie andere befähigen können.

Suchen

Machen Sie sich klar, wie Sie führen wollen, mit der Einstellung, dienen zu wollen.

- *Wer sind Sie? Denken Sie darüber nach, was Sie in Ihrem Leben schon alles erlebt haben, wer Sie geworden sind und was Ihnen ganz leicht fällt. Notieren Sie Ihre einzigartigen Lebenserfahrungen, Fachwissen, gesellschaftliches Engagement, Verbindungen, Leidenschaften, Fähigkeiten, Geschäftserfahrungen und Einflüsse, die Sie zu dem gemacht haben, was Sie heute sind, in einer Liste.*

- *Wovon möchten Sie gerne ein Teil sein? Wie lautet Ihre Botschaft oder Motiv? Wie Sie Ihre Herausforderungen gelöst haben, wird zu Ihrer Botschaft an andere. Welche Herausforderungen haben Sie mit dōTERRA-Produkten gemeistert? Wie sind Sie ein*e Lösungsanbieter*in geworden? Was möchten Sie nun leidenschaftlich gern teilen?*

Schreiben Sie auf Seite 36 Ihre besten Geschichten auf, die Sie bisher erlebt haben. Nutzen Sie sie dann, um Ihre Gedanken und Gefühle anzuregen, während Sie diese Seite ausfüllen. Das Gefühl, dass Sie aufdringlich und verkaufsorientiert sind, können Sie überwinden, indem Sie sich über Ihr Anliegen und Ihre Botschaft im Klaren sind.

Dienen

Entscheiden Sie sich, ein*e Lösungsanbieter*in zu sein.

- *Wem dienen Sie? Wer braucht Ihre Botschaft? Mit wem sind Sie am meisten verbunden? Seien Sie selbstbewusst und teilen Sie Ihre Leidenschaft mit anderen, die Ihre Lösungen brauchen. Beschreiben Sie die Menschen, denen Sie dienen wollen.*

- *Wo treffen sie sich? Wo kann man sie finden?*

- *Wie können Sie am besten mit ihnen in Kontakt treten? Was macht Ihnen Freude, wenn Sie es mit anderen teilen und tun? Was ist Ihre Botschaft?*

Lösen

Der Mut zum Teilen entsteht, wenn Sie die Bedürfnisse anderer verstehen und wissen, dass Sie mit Ihren Lösungen einen Mehrwert schaffen können.

- Für welche(s) spezifische(n) Problem(e) zeigen Sie anderen, wie sie es/sie lösen können? Finden Sie heraus, was Sie auf Ihre eigene Weise lösen. Wie können Sie anderen helfen, Lösungen zu finden, so wie Sie es getan haben?

.....

.....

Haben Sie Lösungen für Fitness, Ernährung, Wohlbefinden, das Wohlbefinden von Kindern, Hautpflege und Schönheit, umweltfreundliches Leben, biologisches Gärtnern, die Notwendigkeit eines zusätzlichen Haushaltseinkommens oder etwas anderes?

- Warum sollten andere bei Ihnen lernen und kaufen? Warum wählen sie gerade Sie aus? Was können Sie tun, was andere nicht können oder nicht wollen? Zu welcher Team-Community können Sie sie einladen, oder welche Kurse können sie besuchen, um mehr mit Ihnen zu lernen? Wie werden Sie sie überraschen und erfreuen? Inwiefern ist ihre Welt besser, wenn Sie sie unterstützen? Was zeichnet Sie aus oder macht Sie anders?

.....

.....

.....

Was Sie tun

Es kann hilfreich sein, eine Aussage zu Ihrem Wertversprechen zu entwickeln. Mit einer Aussage zu Ihrem Wertversprechen erklären Sie anderen, was Sie tun und wie andere von einer Zusammenarbeit mit Ihnen profitieren können. Lesen Sie die folgenden Beispiele und erstellen Sie dann anhand der Vorlage Ihre eigenen.

Eine Ehefrau und Mutter, die anderen einfache Ideen zum Wohlbefinden beibringen möchte, um sie mit ihren Familienmitgliedern zu teilen, könnte Folgendes sagen:

Ich helfe Menschen, Lösungen mit ätherischen Ölen zu finden, um ihre Familie zu unterstützen, und verwende dabei die breite Palette an wunderbaren Produkten, die dōTERRA anbietet.

Eine Fitnessenthusiastin, die Mutter ist und sich für eine gesunde Lebensweise einsetzt, könnte Folgendes sagen:

Ich helfe Frauen, ihr Wohlbefinden selbst in die Hand zu nehmen, indem sie sich bewegen, gut essen und mit natürlichen Produkten gesund bleiben, damit sie sich besser fühlen, sich mehr bewegen und ihr bestes Leben leben können – im Gegensatz zu einem Leben mit wenig Energie, Unbehagen und geringem Selbstwertgefühl, denn mein Ziel ist es, sie zu befähigen, sich selbst zur Priorität zu machen, auch wenn es leichter ist, alle anderen an die erste Stelle zu setzen.

Aussage zum Wertversprechen

I helfe/unterrichte/unterstütze (wen)
 dabei, (was zu tun)
 damit, (Ergebnis),
 und nicht (ungünstigere Alternative),
 weil (Unterscheidungsmerkmal/was ist anders an Ihrem Angebot).

Partnerschaft mit Ihrer Mentorin bzw. Ihrem Mentor

Sie haben zwar Ihr eigenes Geschäft, aber Sie sind nicht allein. Die Partnerschaft mit einer Upline-Mentorin bzw. einem -Mentor kann Ihren eigenen Erfolg und den Ihrer Downline dramatisch steigern. Legen Sie von Anfang an klare Erwartungen an Ihre Partnerschaft fest, um ein Umfeld zu schaffen, mit dem Sie langfristigen Erfolg haben können und in dem Ihre Beziehung zusammen mit Ihnen beiden wachsen kann. Haben Sie Spaß bei Ihrer gemeinsamen harten, aber cleveren Arbeit. Verraten Sie Ihrer Upline-Mentorin bzw. Ihrem -Mentor Ihre Hoffnungen und Träume und fragen Sie ihn nach seinen.

Auch wenn es ideal wäre – nicht jeder Builder hat eine Upline-Mentorin bzw. einen -Mentor. Tatsächlich hatten einige von dōTERRAs erfolgreichsten Buildern keine unmittelbare Upline-Unterstützung. Dieser Leitfaden ist als komplettes Schulungsinstrument konzipiert, sodass jeder über die notwendigen Grundlagen verfügt, um erfolgreich zu sein. Letztendlich liegt es an Ihnen, wie erfolgreich Sie sind. Suchen Sie sich bei Bedarf eine andere Person, die Ihnen als strategischer Partner zur Seite steht und der gegenüber Sie Rechenschaft ablegen.

Eine Mentoring-Beziehung ist eine Partnerschaft. Machen Sie das Beste aus der Zusammenarbeit, indem Sie einen klaren Plan mit den folgenden Informationen erstellen:

Mentor	Builder
<p>Was Sie von Ihrer Mentorin bzw. Ihrem Mentor erwarten können</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Glaubt an Sie. Trägt Sorge für Ihren Erfolg. Glaubt, dass Sie das, was Sie sagen, auch wollen. Glaubt, dass Sie alles tun werden, was nötig ist, um das Ziel zu erreichen. 2. Ist positiv. Sieht das Beste in Ihnen und Ihren Möglichkeiten. 3. Ist ehrlich. Gibt nützliches Feedback. Handelt mit Integrität. 4. Bleibt auf Grundlagen fokussiert. Hilft Ihnen, das Hauptaugenmerk auf das Wesentliche zu richten. Begleitet Sie auf Ihrem Weg durch die 5 Schritte zum Erfolg. 5. Coacht aus Erfahrung und nicht nur aus der Theorie. 	<p>Was von Ihnen erwartet wird</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lassen Sie sich coachen. Vertrauen Sie auf bewährte Verfahren und Empfehlungen; berücksichtigen Sie neue Ideen und Strategien. 2. Seien Sie positiv. Begeisterung ist ansteckend für Kunden und Builder bei Präsentationen und Veranstaltungen. 3. Arbeiten Sie hart. Halten Sie sich an den von Ihnen festgelegten Erfolgsplan. Setzen Sie um, was Sie ankündigen. Und vor allem, versuchen Sie zu helfen. 4. Lernen Sie ernsthaft. Sehen Sie sich Produkt- und Geschäftsschulungen an, lesen und studieren Sie sie. Seien Sie immer eine Schülerin bzw. ein Schüler Ihres Geschäfts. 5. Seien Sie ehrlich und rechenschaftspflichtig. Messen Sie konsequent Ergebnisse durch regelmäßigen Kontakt. Seien Sie ehrlich zu Ihrer Mentorin bzw. Ihrem Mentor, wenn Schwierigkeiten auftreten. 6. Finden Sie einen Weg, keine Ausrede. Halten Sie Ihre Verpflichtungen sich selbst gegenüber ein. Alles, was sich lohnt, erfordert harte Arbeit, Frustration, und Ausdauer. Seien Sie belastbar. Es kann eine Zeit kommen, in der Sie, aus welchen Gründen auch immer, „zurückfallen“. Wenn das passiert, wie würden Sie sich wünschen, dass Ihre Mentorin bzw. Ihr Mentor reagiert?
<p>Entscheidungshilfe, wann Sie Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor anrufen sollten</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wie ist die Situation? 2. Was sind meine Optionen? 3. Was sollte ich meiner Meinung nach tun? <p>Entwickeln Sie zunächst Ihre eigenen Lösungen. Wenn Sie dann andere Optionen brauchen, rufen Sie Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor an.</p>	<p><i>Inspiziert von Kapitel 3 von Being the Starfish von Neal Anderson</i></p>

Tipps für erfolgreiche Strategiesitzungen

- 1. Planen Sie regelmäßigen, wiederkehrenden Austausch** mit Ihrer Mentorin bzw. Ihrem Mentor.
- 2. Wählen Sie den besten Weg zum Austausch,** z. B. tägliche SMS morgens und abends und/oder wöchentliche Anrufe.
- 3. Texten oder mailen Sie vor jeder Strategiesitzung** ein paar Infos zu den Erfolgen und Herausforderungen, die Sie in der letzten Woche erlebt haben und die Sie würdigen und ansprechen möchten. Ziehen Sie die Verwendung des *Strategie-Check-ins* in Betracht.
- 4. Rufen Sie Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor zur vereinbarten Zeit an.**
- 5. Richten Sie sich darauf ein,** Erkenntnisse zu gewinnen und Lösungen zu finden, anstatt von Ihrer Mentorin bzw. Ihrem Mentor zu erwarten, dass er die Dinge für Sie löst. Wenden Sie sich an Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor für eine Strategie, nicht für eine Therapie.
- 6. Nutzen Sie konsequente persönliche Entwicklung,** um Grenzen zu überwinden, besser vorbereitet zu sein, Lösungen zu finden und funktionierende Strategien zu entwickeln.
- 7. Ihre Upline wird die gleiche Energie entwickeln wie Sie.** Investieren Sie in Ihren Erfolg, und die anderen werden in Sie investieren.

Strategie-Check-in

Senden Sie vor Ihrer Strategiesitzung ein Foto dieses ausgefüllten Formulars per SMS oder E-Mail an Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor.

1 Verbinden und entdecken

Welchen Erfolg hatten Sie letzte Woche?

Was trägt zum Wachstum Ihres Geschäfts bei?

Mit welchen Herausforderungen sind Sie in Ihrem Geschäft konfrontiert?

2 Rückblick auf die letzte Woche

Wie lief es letzte Woche mit Ihren drei wichtigsten Handlungszielen?

Gibt es etwas, das sich in Zukunft ändern muss?

Tragen Sie in die grünen Felder die Gesamtzahl der in der letzten Woche erledigten Aufgaben und in die blauen Felder Ihr Ziel für die nächste Woche ein.



Vorbereiten

- Zeitblock PIPES-Aktivitäten
- Namensliste ergänzen
- Strategiesitzung mit Upline
- Am Team-Call teilnehmen
- Produktschulung
- Tägliche Persönlichkeitsentwicklung
- Wenn abgeschlossen

Einladen

- Erfahrungen teilen:
- Ölprobe/Erfahrung
 - Ihre Geschichte
 - Video-Link
 - Website-Link
-
- Einladen zu:
- Einführungskurs über Öle
 - Einführungskurs für Builder
 - Wellness-Beratung
 - Kurs veranstalten
-

Präsentieren

- Einführungskurs über Öle (veranstalten/halten)
-
- Einzelgespräch
-
- Einführung für Builder
-

Einschreiben

- Persönliche Einschreibung
-
- Wellness-Beratung
-
- Einschreibung im LRP
-
- Als Gastgeber zugesagt
-
- Geschäftsaufbau zugesagt
-

Unterstützen

- Einführung zum Start mit neuem Builder
-
- Strategiesitzung mit Buildern
-
- Teilnahme an Weiterbildung/einen Gast mitbringen
-
- Fördern von Teamschulung/-veranstaltung
-
- Teilnahme an einer Teamschulung/einen Builder mitbringen
-

Konzentrieren Sie sich auf Einladen, Präsentieren und Einschreiben, um Ihre Pipeline aufzubauen.

Kreisen Sie ein, wo Sie eine Unterbrechung der Aktivität beobachten. Konzentrieren Sie sich bei den Maßnahmen der nächsten Woche darauf, den Flow in diesem Bereich wiederherzustellen.

3 Ziele für die kommende Woche

Ziehen Sie Ihren Rang-Planer hinzu, um Ihre wichtigsten Aktionen für die Woche auszuwählen.

Ziele für diesen Monat:
Rang: Power of 3: 42€, 212€, 1.275€

Top 3-Aktionen Was muss geschehen?	Ihr Anteil Wie wollen Sie das schaffen?	Upline-Unterstützung Welche Unterstützung brauchen Sie?	Abschlussdatum
.....	___ / ___ ___ / ___ ___ / ___

4 Durchbrüche


Von welcher persönlichen Entwicklung/Schulung profitieren Sie? Was könnte Ihre Überzeugungen, Ihre Erkenntnisse und Ihre Fähigkeiten noch steigern?

.....

5 Wichtige Erinnerungen

Team-Call, Firmenpromotions, -events usw.

.....



Wie erfolgreich ich bin, liegt an mir. Ich selbst bestimme meine Handlungen. Ich suche und absolviere die notwendigen Schulungen, um meine Ergebnisse zu verbessern. Ich durchbreche kontinuierlich einschränkende Gedanken, stärke meinen Charakter und erweitere meinen Einfluss, und erreiche so meine Ziele.

Was nötig ist, um erfolgreich zu sein

Ihr Erfolg liegt in Ihren Händen.

Sie wählen Ihr Tempo aus. Das Ideal ist hier in diesem Leitfaden dargestellt.

Sie haben Ressourcen.

Sie haben zwar Ihr eigenes Geschäft, aber Sie sind nicht allein. Ihre Upline und das Unternehmen stellen kontinuierlich Schulungen, Ausbildungsmaterial und Hilfsmittel für Ihren Erfolg bereit.

Lernen, sehen, machen, wachsen.

Die Ausbildung sieht so aus: Sie lernen jeden Schritt, sehen, wie er gemacht wird, führen ihn aus, messen die Ergebnisse, erhalten Feedback und wachsen dann, indem Sie diesen Schritt immer wieder gehen.

Sie setzen das Ziel.

Entscheiden Sie sich dafür, so bald wie möglich unabhängig und erfolgreich zu werden.

Erfolg braucht Zeit.

Je nachdem, wie konsequent und effektiv Ihre Bemühungen sind und welches Wachstum Sie anstreben, könnten Sie:

- In 90 Tagen genug verdienen, um Ihre Bestellung und Ihre Vorräte zu decken.
- In 1 Jahr ein Teilzeiteinkommen erzielen.
- In 2-3 Jahren ein nennenswertes Einkommen erzielen.
- In 5-7 Jahren ein Weltklasse-Profi und Spitzenverdiener sein.

Dies erfordert Arbeit.

Im Gegensatz zu einem Arbeitsverhältnis, bei dem man von externen Kräften und Erwartungen angetrieben wird, muss man, will man ein guter Unternehmer sein, seine Einstellung so ändern, dass man sich auf Schöpfung, Beitrag, Zweck und Leidenschaft konzentriert. Ab jetzt sind Sie selbst Ihre treibende Kraft.

Wachstum ist der Schlüssel.

Wachsen, um mehr zu verdienen. Die Builder, mit denen Sie zusammenarbeiten, werden in ihrem eigenen Tempo arbeiten. Überlegen Sie sich, mehr Menschen einzuschreiben und so mehr Chancen für Ihr eigenes Wachstum zu generieren und nicht durch das Tempo der einzelnen Builder eingeschränkt zu sein. Wenn Sie zum Beispiel auf den Rang Silver hinarbeiten, sollten Sie mit vier statt mit drei Beinen arbeiten.

Fähigkeiten verschaffen Ihnen Freiheit.

Die erforderlichen Fähigkeiten sind nicht schwer, müssen aber mit der Zeit eingeübt, genutzt und beherrscht werden.

Schärfen Sie Ihren Fokus.

Konzentrieren Sie sich auf Aktivitäten, mit denen Sie Geld verdienen und Ihre Pipeline aufbauen, und stellen Sie Ablenkungen ab. Konzentrieren Sie Ihre Energie. Energie fließt dorthin, wohin die Aufmerksamkeit geht.

Haben Sie Mut.

Es kann bedrohlich auf andere wirken, wenn Sie aus Ihrer alten Welt in eine neue Welt gehen. Sie können Ablehnung und Rückschläge erleben. Entscheiden Sie sich bewusst dafür, den Weg Ihrer Träume weiterzugehen.

Beide Seiten der Flasche

dōTERRA™

Ihre Partnerschaft mit dōTERRA ist eine zweiseitige Vereinbarung. Auf der einen Seite der Flasche steht die Verantwortung von dōTERRA. Auf der anderen Seite der Flasche stehen Sie und teilen diese kostbaren Öle mit der Welt. Mit verantwortungsbewusster Beschaffung, dem Aufbau von Gemeinschaften und bahnbrechender Forschung bringt dōTERRA ätherische Öle in unübertroffener CPTG™-Qualität – Geschenke der Erde – von der Quelle zu Ihnen und belohnt gleichzeitig großzügig all diejenigen, die dabei mithelfen.



Wellness-Botschafter*in

Wenn Sie reine ätherische Öle als natürliche Lösungen für das Wohlbefinden weitergeben, laden Sie die Menschen um sich herum auf eine Reise der Möglichkeiten ein, während Sie diejenigen, die sich dazu berufen fühlen, anleiten, unterstützen und über die Kraft dieser Geschenke der Erde aufklären.



Quelle > Flasche > Validieren > Versenden > Belohnen

Teilen > Einladen > Lösen > Stärken > Anleiten





Einladen

Verändern Sie das Leben der anderen

Am Ende des Schrittes ‚Einladen‘ haben Sie Proben, Geschichten und Einladungen mit den Personen auf Ihrer Namensliste ausgetauscht und sie auf eine positive Erfahrung bei einer Präsentation vorbereitet.

Kein Erfolg stellt sich sofort ein. Und auch ein Versagen tritt nicht sofort ein. Sie sind beide das Ergebnis eines kleinen Vorteils, der Kraft des täglichen Handelns, die sich im Laufe der Zeit verstärkt.

—
Jeff Olsen

Mit Freundinnen und Freunden teilen

dōTERRA ist ein Beziehungsgeschäft. Nehmen Sie sich die Zeit, Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen, wenn Sie anfangen zu teilen.

Wenn die Zeit reif ist, fragen Sie Ihre Interessenten nach ihren Wellness-Prioritäten und informieren sie über mögliche Lösungen anhand von Geschichten und Beispielen. Versuchen Sie zu dienen, dann werden andere ganz natürlich nach dem verlangen, was Sie ihnen anbieten. Je mehr positive Erfahrungen eine Person mit ätherischen Ölen und mit Ihnen gemacht hat, desto mehr wird sie lernen wollen.

Ermutigen Sie andere, die Einladung anzunehmen, mehr über ätherische Öle zu erfahren, indem Sie ihnen zunächst Ihre Erfahrungen mitteilen. Viele Gelegenheiten zum Austausch ergeben sich ganz natürlich bei Ihren alltäglichen Aktivitäten (bei einem Treffen mit Freunden, einer Sportveranstaltung, in den sozialen Medien, in der Schlange im Supermarkt usw.).



Ihre Geschichte

Nehmen Sie sich die Zeit, um die Übung *Teilen Sie Ihre Geschichte* zu erledigen (S. 36). Es macht wirklich einen großen Unterschied, wenn Sie Ihre Geschichte in prägnante, relevante Botschaften verwandeln, die Sie dann weitergeben können. Geschichten wecken Emotionen und helfen anderen, sich in Ihre Erfahrungen hineinzuversetzen, was ihnen wiederum Hoffnung für ihre eigenen Erfahrungen gibt. Je klarer Sie Ihre Botschaft formulieren, desto besser wissen Ihre Interessenten, worauf sie sich einlassen.



Erfahrungen mit Öl

Kreieren Sie Erfahrungen mit Ölen direkt aus Ihren eigenen Flaschen (z. B. teilen Sie einen Tropfen eines Öls, das Sie in Ihrer Tasche oder an Ihrem Schlüsselbund haben), wenn es gerade gut passt. Seien Sie vorbereitet, anderen zu helfen, natürliche Lösungen zu finden.



Proben


Bei der Zusammenstellung von Proben für Interessierte sollten Sie Folgendes beachten:

- Personalisieren Sie die Proben, um spezifische Bedürfnisse oder Interessen zu erfüllen. Konzentrieren Sie sich auf die Dinge, bei denen Sie leicht helfen können.
- Teilen Sie Proben von Ölen, die schnell ihre Wirkung entfalten (wie Wild Orange, Deep Blue™, Lavender (Lavendel), Peppermint (Pfefferminze), PastTense™).
- Verteilen Sie die Broschüre *Gesund kann so einfach sein* mit Anwendungsbeispielen und Ihren Kontaktdaten auf der Rückseite.

Top-Tipps

- Tragen Sie die Proben immer bei sich.
- Besorgen Sie sich immer Kontaktinformationen.
- Verwenden Sie die vorbereiteten dōTERRA-Proben.



A woman with dark hair pulled back, wearing a black sleeveless top, is smiling broadly and looking towards a group of people whose backs are to the camera. She appears to be in a professional or social setting with large windows in the background.

Ihre Geschichte ist das Wichtigste, was Sie haben, um Ihre Mission, Ihre Botschaft und Ihre Bewegung zu beeinflussen und die Art von Einkommen und Wirkung zu erzielen, zu der Sie fähig sind.

Chris Smith

Teilen Sie Ihre Geschichte

Wenn Sie Ihre Erfahrungen darüber teilen, was Ihre dōTERRA-Lösungen bewirken können, wecken Sie Neugier und schaffen einen Mehrwert, sodass Interessenten mehr erfahren wollen und sich eher Zeit zum Zuhören nehmen.

Notieren, verfeinern und erzählen Sie Ihre Geschichte – so haben Sie genug Kapazitäten, um den Bedürfnissen der anderen zuhören können. Ihr Ziel ist es, Sie über ihre potenziellen Möglichkeiten zu informieren. Wenn der richtige Zeitpunkt gekommen ist, erzählen Sie Ihre Geschichte und passen Sie sie so an, dass sie für die jeweilige Person passend ist.

Produktgeschichte

Teilen Sie mit den anderen Ihre Liebe zu dōTERRA-Produkten und erklären Sie ihnen, warum die Produkte für Sie wichtig sind.

- Mit welcher Situation in Bezug auf Ihr Wohlbefinden waren Sie konfrontiert? Wie lange bestand diese Situation schon? Welche Probleme sind dadurch entstanden?
- Was hatten Sie bereits versucht? Was für Ergebnisse haben Sie erzielt? Was hat Sie das gekostet?
- Was hat Sie zu dōTERRA geführt? Was war an den Lösungen von dōTERRA anders?
- Welche Art von Ergebnissen begannen Sie an sich festzustellen? Wie haben die Produkte Ihr Leben verändert?
- Wie sieht das Leben für Sie jetzt aus? Was ist heute Ihr Weg und was werden Sie als Folge in der Zukunft anders machen?

Inwiefern erfüllen die dōTERRA-Produkte Ihrer Meinung nach die Bedürfnisse der Menschen und verändern ihr Leben?

Geschäftsgeschichte

Berichten Sie anderen von Ihren Hoffnungen und Träumen und wie die Chance mit dōTERRA Ihnen helfen kann, Ihre Zukunft zu gestalten.

- Was war Ihre Situation vor dōTERRA? Vielleicht hatten Sie zwei Jobs, waren es leid, Überstunden zu machen, oder konnten Ihr Arbeitsumfeld nicht mehr sehen.
- Wo sind sie jetzt? Vielleicht planen Sie gerade einen beruflichen Neuanfang, wollen etwas Neues beginnen oder sich auf ein neues Ziel konzentrieren.
- Was wollen Sie mit Ihrem dōTERRA-Geschäft erreichen? Was ist Ihr ‚Warum‘? (z. B. Ihre eigenen Träume verwirklichen statt die eines anderen, das Potenzial für ein wiederkehrendes Einkommen zu haben, indem Sie Menschen über ätherische Öle aufklären) Was ist Ihr Motiv?

Inwiefern erfüllt das Geschäft mit dōTERRA Ihrer Meinung nach die Bedürfnisse der Menschen und verändert ihr Leben?

Teilen und nachfassen

Seien Sie offen und bewusst, wenn Sie Gelegenheiten zum Teilen und Einladen schaffen, ganz gleich, wo Sie sind oder mit wem Sie zusammen sind.

Suchen und schaffen Sie Gelegenheiten, bei denen ein Austausch sinnvoll ist und ganz natürlich zustande kommt. Egal, ob es sich um eine bekannte Person oder einen noch fremden Menschen handelt, bauen Sie bei jeder Interaktion Vertrauen auf.

Sie müssen kein Experte sein, um sich erfolgreich zu vernetzen und auszutauschen. Seien Sie einfach authentisch. Finden Sie heraus, was für jeden Menschen, mit dem Sie zu tun haben, am wichtigsten ist, indem Sie sich aufrichtig dafür interessieren, wer sie sind, was sie erleben und wie Sie ihnen helfen können. Sie können die folgenden Skripte verwenden oder abändern.

Verbinden, um zu entdecken

1 Beginnen Sie ein Gespräch mit jemandem, von dem Sie längere Zeit nichts gehört haben

Wenn man einen Anruf von einer Person erhält, mit der man schon lange nicht mehr gesprochen hat, ist das aufregend, vor allem, wenn es ein gutes Gespräch ist. Wenn es sich jedoch wie ein Verkaufsgespräch anfühlt, geht sogleich etwas vom Gefühl einer authentischen Verbindung verloren. Seien Sie ehrlich und gerade heraus, wenn Sie auf diese Weise Kontakt aufnehmen.

Beginnen Sie das Gespräch persönlich oder am Telefon, indem Sie gleich eine Verbindung herstellen:

Wie geht es Ihnen? Erzählen Sie mir, wie es Ihnen und Ihrer Familie so geht.

Sprechen Sie so lange, wie es sich gut anfühlt. Erzählen Sie nach einer Weile, warum Sie anrufen.

Wir haben schon so lange nichts mehr voneinander gehört. Dabei wollte ich über etwas Bestimmtes mit Ihnen sprechen.

Stärken Sie die Verbindung weiter im Gespräch und bauen Sie Ihre Beziehung aus.

Verbinden Sie sich mit Ihren Lösungen

2 Erzählen Sie Ihre Geschichte und wecken Sie Neugierde

Erzählen Sie, wie die Produkte Ihnen und Ihrer Familie geholfen haben (siehe Ihre Geschichte auf Seite 36). Seien Sie konkret. Seien Sie schnörkellos und auf den Punkt. *Nun, Sie wissen ja, wie schwer es für uns war mit... Wir sind begeistert davon, wie uns die ätherischen Öle von dōTERRA geholfen haben...!*

Informieren Sie die anderen über ihre potenziellen Möglichkeiten:

- A. *Ich möchte Ihnen gerne mehr über natürliche Formen des Wohlbefindens erzählen. Was wissen Sie über ätherische Öle?*
- B. *Ich liebe ätherische Öle und ich kann das nicht für mich behalten! Ich dachte mir, Ihnen könnte es vielleicht genauso gehen. Haben Sie schon mal eins ausprobiert?*
- C. *Für viele Menschen ist es wichtig, einen gesunden Lebensstil zu pflegen, sich gesund zu ernähren, regelmäßig Sport zu treiben, gut zu schlafen und sich von giftigen Produkten im Haus zu befreien. Geht es Ihnen auch so? Was sind Ihre Strategien? ... Was wissen Sie über ätherische Öle?*

3 Probleme aufdecken und Auswirkungen messen

Steuern Sie relevante Informationen bei, indem Sie Fragen stellen, um Prioritäten zu ermitteln und im Gespräch einen Mehrwert zu schaffen. Dann können Sie Ihre Lösungen natürlicher auf die Bedürfnisse der Personen abstimmen. *Wenn es um Ihr ... (z. B. Wohlbefinden) geht, was würden Sie gerne verbessern? ... Wie wirkt sich das auf Sie aus? ... Wie lange besteht diese Situation schon? Was hat es Sie gekostet?*

Beurteile einen Tag nicht danach, welche Ernte du am Abend eingefahren hast, sondern danach, welche Samen du gesät hast.

Robert Louis Stevenson

Verdichtete Konversation

Beginnen Sie wie folgt, wenn Sie bereits eine Beziehung aufgebaut haben

Wenn Sie persönlich oder am Telefon Kontakt aufnehmen: Erzählen Sie von einem kurzen, aber aussagekräftigen Beispiel aus Ihrem oder dem Leben einer anderen Person, das Ihrer Meinung nach für den neuen Kontakt interessant sein könnte.

Bieten Sie der Person eine Probe an oder laden Sie sie zu einer Erfahrung mit Ölen ein.

A. Bekannte Wellnesspriorität:

Ich dachte an ____ (ÖL nennen), weil ich weiß, dass Sie nach einer Lösung für ____ (ein Familienmitglied) suchen. Ich würde Ihnen gerne eine Gratisprobe eines ätherischen Öls zum Ausprobieren geben. Sie sind sicherer, billiger und oft wirksamer als moderne, synthetische Produkte. Ich würde mich freuen, wenn Sie einmal Ihre eigene Erfahrung damit machen würden. Sind Sie morgen da, damit ich die Probe vorbeibringen kann?

B. Unbekannte Wellnesspriorität:

Ich habe mit ätherischen Ölen erstaunliche Ergebnisse erzielt und an Sie gedacht ... (erzählen Sie von einem kurzen, aber aussagekräftigen Beispiel aus Ihrem oder dem Leben einer anderen Person, das Ihrer Meinung nach für den Interessenten relevant sein könnte). Ich weiß, dass jeder mit den unterschiedlichsten Herausforderungen zu kämpfen hat. Ich würde Ihnen gerne eine Probe eines ätherischen Öls geben, damit Sie es selbst ausprobieren können. Sind Sie morgen da, damit ich Ihnen eine Probe vorbeibringen kann?

Gehen Sie nun zu Schritt 5.

Erlebnisse schaffen

Es gibt mehrere Möglichkeiten, dōTERRA zu ‚probieren‘. Geschichten sind oft stark genug, um Menschen dazu zu bewegen, mehr erfahren zu wollen. Nachdem Sie Ihre erzählt haben, fragen Sie: *Wären Sie bereit, dafür etwas Natürliches auszuprobieren?* Oder *Wäre es für Sie in Ordnung, wenn ich Ihnen zeige, wie es funktioniert?*

Bieten Sie dann eine der folgenden Optionen an:

- Bieten Sie eine Probe an (Details siehe unten).
- Planen Sie ein Einzelgespräch: *Wie wäre es, wenn wir einen Termin vereinbaren, um mehr über Ihre Wohlfühlziele zu herauszufinden?*
- Teilen Sie einen Link: *Ich könnte Ihnen einen Link senden, mit dem Sie mehr über ____ erfahren! Haben Sie Lust, ihn sich anzuschauen?*



4 Zum Ausprobieren auffordern

Ein Interessent baut am besten Vertrauen in dōTERRA-Produkte auf, indem er die ätherischen Öle direkt ausprobiert. Mit Proben erreichen Sie genau das. Jeder Tropfen, den Sie teilen, weckt Interesse, stärkt das Vertrauen und schafft überzeugende Gründe, mehr zu wollen. Erfolgreiche Proben können zu einer höheren Anwesenheit in Kursen, mehr Einschreibungen, mehr Anmeldungen im LRP und vielem mehr führen. Die folgenden Skripte zeigen Ihnen, wie es geht.

Fragen Sie, ob Sie eine Probe verteilen dürfen:

- Wenn ich Ihnen eine Probe gebe, würden Sie sie dann ein paar Tage lang ausprobieren?*
- Möchten Sie erfahren, wie ätherische Öle Ihnen dabei helfen können? Wäre es in Ordnung, wenn ich Ihnen eine Probe da lasse?*
- Wäre es in Ordnung, wenn ich Ihnen ein Geschenkpaket mit ätherischen Ölen gebe?* Ein Geschenkpaket kann aus ein bis zwei Proben und einer Broschüre bestehen.

5 Proben

- Geben Sie Proben für ein bis zwei Bedürfnisse, um gezielte Ergebnisse zu erzielen.
- Geben Sie eine Menge für zwei Tage (etwa 10–15 Tropfen).
- Teilen Sie ein Öl für die einfachste Wellnesspriorität der Person oder ein gängiges, eher allgemeines Öl.
- Legen Sie ein Exemplar von *Gesund kann so einfach sein* oder einen Kurzüberblick über die Öle bei.
- Zeigen oder erklären Sie der Person, wie sie die Probe verwenden soll.

Fragen Sie, ob Sie innerhalb von 48 Stunden nachfassen dürfen, und lassen Sie sich unbedingt die Kontaktdaten geben: *Dürfte ich Sie in ein paar Tagen anrufen und nachfragen, welche Erfahrung Sie gemacht haben?*

Beispiele für Anwendungen

Wenn Sie eine Probe zusammen mit Anwendungshinweisen verteilen, ist das wesentlich effektiver als zu denken, dass der Interessent selbst herausfindet, was zu tun ist. *Sie müssen wie folgt vorgehen: Wenn Sie heute Abend zu Bett gehen, reiben Sie mit Ihren Fingerspitzen ein paar Tropfen dōTERRA Serenity™ auf Ihre Schläfen und Ihren Nacken. Ich rufe Sie in zwei Tagen an, um zu sehen, wie es Ihnen damit geht. Wann sind Sie am besten zu erreichen?*

6 Erwartungen schüren

Stellen Sie Interessenten realistische Ergebnisse durch die Probe in Aussicht. So schaffen Sie ein Umfeld, in dem sie gern gemeinsam mit Ihnen nach Lösungen suchen, anstatt Enttäuschungen zu riskieren. *Da jeder Mensch anders ist, können die Ergebnisse von Person zu Person variieren. Wenn das erste Öl, das Sie ausprobieren, Ihnen nicht die gewünschte Wirkung bringt, können wir ein anderes ausprobieren. Ich bin sicher, dass wir gemeinsam herausfinden können, was für Sie am besten passt, damit Sie mit sichereren, natürlichen und wirksamen Lösungen in Ihrem Haushalt loslegen können.*

7 Nach Erfahrungen fragen

Fassen Sie nach zwei Tagen telefonisch nach. Wählen Sie die zutreffende Antwort:

Positive Erfahrung

Ausprobiert.

- Schlagen Sie der Person vor, in einem Kurs mehr zu erfahren (folgen Sie dem Skript auf den nächsten Seiten).
- Sie könnten auch eine Probe als Anreiz für die Teilnahme an einem Kurs anbieten.

Kein Ergebnis

Nicht gut. ODER Es ist nichts passiert.

- Reagieren Sie nicht – hören Sie einfach zu.
- Formulieren Sie die Erfahrung der Person um.
- Stellen Sie Fragen, um herauszufinden, ob die Person die Probe noch ein paar Tage länger oder öfter am Tag verwenden muss, oder ziehen Sie eine andere Anwendungsmethode in Betracht.

Seien Sie geduldig und helfen Sie der Person, eine Lösung zu finden. Oder bieten Sie bei Bedarf eine neue Probe an.

Probe nicht ausprobiert

Nicht ausprobiert.

Laden Sie die Person zum Probieren ein, nennen Sie ein paar Beispiele für die Verwendung des vorgeschlagenen Öls. Sagen Sie, dass Sie morgen wieder anrufen werden, um zu fragen, wie es gelaufen ist.

Wenn Sie zurückrufen, verwenden Sie je nachdem, ob die Person das Öl ausprobiert hat oder nicht, die Ideen aus den Spalten **Positive Erfahrung** oder **Kein Ergebnis**, wenn Sie Ihr Gespräch fortsetzen.

Top-Tipp:

Wenn jemand nicht mehr antwortet, seien Sie nicht enttäuscht – gehen Sie davon aus, dass die Person sich auf etwas anderes konzentrieren musste, und beginnen Sie Ihr Gespräch über dōTERRA mit ihr erneut.

Laden Sie ein, mehr zu erfahren

Berücksichtigen Sie den Grad an Vertrauen.

Nur, weil Sie den Namen einer Person auf Ihrer Liste notiert haben, heißt das nicht, dass Sie diese Person plötzlich zu einem Kurs einladen sollen. Niemand will ein aufdringliches Verkaufsgespräch, aber jeder findet es gut, wenn eine Person sich aufrichtig Gedanken macht und etwas Großartiges teilt. Laden Sie einen Interessenten ein, mehr zu erfahren, am besten dann, wenn die Person gerade eine positive persönliche Erfahrung mit den Produkten gemacht hat. Vermeiden Sie Einladungen per Sammel-E-Mail. Nutzen Sie die folgenden Tipps und Skripte, um Ihre Einladungen zu personalisieren und anzupassen.

Eine wirksame Einladung ist:

- **Persönlich:** Verwenden Sie den Vornamen.
- **Enthusiastisch:** Berichten Sie von einem Nutzen oder Wert.
- **Direkt:** „Ich gebe einen Kurs, möchten Sie kommen?“
- **Konkret:** Nennen Sie ein konkretes Thema, um das es gehen wird.
- **Begrenzt:** Geben Sie einen begrenzten Zeitraum für eine Promotion oder das Event vor.
- **Fachkundig:** „Lassen Sie uns zusammen mehr erfahren“. Oder „Lernen Sie von einem Gastreferenten“.
- **Fürsorglich:** Zeigen Sie echtes Interesse und dass Ihnen die Bedürfnisse Ihrer Kundinnen und Kunden am Herzen liegen.

Der ideale Zeitpunkt, um eine Person einzuladen, ist, nachdem sie eine positive Erfahrung mit ätherischen Ölen gemacht oder eine eindrucksvolle Geschichte gehört hat. Mit den folgenden Skripten können Sie Ihre Einladungen individuell anpassen:

Einladung zu einem Kurs

- A. *Ich möchte Ihnen gerne mehr Informationen geben. Ich veranstalte einen Kurs mit einem großartigen Lehrer am ____, oder wir können uns auch unabhängig davon treffen. Was wäre Ihnen am liebsten?*
- B. *Nach so einer guten Erfahrung würde ich Ihnen jetzt empfehlen, dass Sie sich näher darüber informieren, wie Sie ätherische Öle in Ihrem Zuhause verwenden können. Ich veranstalte einen Kurs am ____, oder wir können uns auch unabhängig davon treffen. Was wäre Ihnen am liebsten?*
- C. *Wenn Sie ___ (Öl) toll finden, würde ich Ihnen gerne ein weiteres kraftvolles ätherisches Öl zeigen. Sie könnten zum Beispiel am ___ oder am ___ an einem Einführungskurs über Öle teilnehmen. Ich denke, was Sie dort erfahren, könnte Ihr Leben verändern. Ich würde mich freuen, wenn Sie daran teilnehmen würden. Welcher der Termine passt Ihnen besser?*
- D. *Wie ich bereits erwähnt habe, habe ich mich näher mit ätherischen Ölen befasst, und jetzt haben sie enorme Auswirkungen auf mich und meine Familie. Wir verwenden sie praktisch für alles. Ich weiß, dass Sie Probleme mit _____ haben. Ich gebe einen kurzen Workshop und würde mich freuen, wenn Sie mein Gast wären. Er findet am Donnerstag um 19:00 Uhr bei mir zu Hause statt. Wenn Sie es nicht zum Workshop schaffen, können wir uns auch nächste Woche treffen. Was wäre Ihnen am liebsten?*

Wenn Sie zwei Optionen für Tag und Uhrzeit anbieten, erhöht das die Wahrscheinlichkeit, dass die Person zusagt, erheblich. Verraten Sie die weiteren Details im Anschluss an die Zusage. Sagen Sie, dass Sie ein paar Tage vor dem Kurs noch einmal anrufen, um weitere Einzelheiten mitzuteilen.

Einladung zu einem Einzelgespräch

Bei einem Einzelgespräch treffe ich mich online oder persönlich mit der Person und frage sie nach ihren Zielen in Bezug auf ihr Wohlbefinden und nach den Themen, über die sie mehr erfahren

möchte. Das Ganze dauert etwa 30 Minuten. Es ist vollkommen unverbindlich und schlicht eine Gelegenheit, bei der Sie ein paar effektive Tools für Ihre Bedürfnisse kennenlernen. Sobald wir einige Lösungen gefunden haben, die Ihnen gefallen, zeige ich Ihnen, wie Sie am besten loslegen können. Ist das etwas, das Ihnen helfen könnte? Nun vereinbaren Sie einen Tag und eine Uhrzeit.

Einladen zum Videotelefonat/Webinar

Ich erinnere mich, dass Sie sagten, Sie seien an _____ (Thema) interessiert. Ich werde Ihnen einen Videolink schicken, der für Sie interessant sein könnte – viel Spaß damit!

Ans Kommen erinnern

Fragen Sie unabhängig von der Art der Präsentation, ob Sie die eingeladenen Personen vor der Veranstaltung noch einmal erinnern dürfen.

Eine Erinnerung per Telefon oder SMS kann Wunder bewirken. Sagen Sie, dass Sie sich schon freuen. Und denken Sie daran, dass dies nur eine Erinnerung ist, da Sie die Zusage der Person ja bereits haben.

Rufen Sie Ihre Gäste 48 Stunden vor der Präsentation an, um sie an ihre Teilnahme zu erinnern. *Ich freue mich schon sehr darauf, Sie am Donnerstag um 19:00 Uhr zu sehen! Sie werden begeistert sein von _____ zu lernen. Sie werden tolle Möglichkeiten kennenlernen, wie Sie Ihre Familie auf natürliche Weise unterstützen können. Bringen Sie jederzeit gern einen Freund mit und freuen Sie sich über ein Gastgeschenk.*

Schreiben Sie 2–4 Stunden vor Ihrer Präsentation eine **Nachricht**. Sagen Sie noch einmal, dass Sie sich darauf freuen. Sagen Sie noch etwas Nützliches. *Ich freue mich darauf, Sie heute noch zu sehen und Ihnen diese Lösungen für Sie und Ihre Familie vorzustellen. Wenn Sie hier ankommen, können Sie gern in der Einfahrt oder auf der Straße parken.*

Einladen ohne Probe

Es gibt Situationen, in denen Sie eine Einladung sofort aussprechen wollen, ohne erst eine Probe zu verteilen.

Verwenden Sie die folgenden Skripte als Anleitung für die richtigen Konversationen, die den Weg für wirkungsvolle Einladungen ebnen.

Einladung zum Kurs

Ich veranstalte einen kurzen Wellness-Workshop. Die Veranstaltung findet bei mir zu Hause statt und dauert etwa 45 Minuten. Dabei können wir auch Ihre eigenen Wellness-Ziele besprechen, und wenn Sie am Ende Dinge finden, die Sie mit Ihrer Familie ausprobieren möchten, dann ist das toll! Wenn nicht, ist das auch völlig in Ordnung, aber ich denke, Sie werden es lieben! Hätten Sie Interesse? Großartig, es gibt einen Kurs am Mittwoch um 19:00 Uhr und am Freitag um 12:00 Uhr – welcher Tag passt Ihnen besser?

Einladung zum Einzelgespräch

Ich sage allen meinen Freunden Bescheid, um einen 30-minütigen Termin zu vereinbaren, bei dem wir unsere Ziele in Bezug auf das Wohlbefinden besprechen, ein paar Tipps für die Verwendung von ätherischen Ölen und anderen Naturprodukten geben und über die verschiedenen Möglichkeiten sprechen. Wenn Sie etwas finden, das Sie mit Ihrer Familie ausprobieren möchten, dann ist das toll. Wenn nicht, ist das auch völlig in Ordnung. Aber nach dem, was ich über Ihren Lebensstil weiß, denke ich, dass Sie es lieben werden! Hätten Sie Interesse?

Einladen mit 3 Pfaden


Es gibt drei Pfade, mit denen ich meine Kundinnen und Kunden auf ihrer dōTERRA-Reise unterstütze. Auf dem ersten Pfad helfe ich Ihnen dabei, die Verwendung der Produkte zu erlernen, sich weiterzubilden und Freunde zu empfehlen, die an natürlichen Lösungen interessiert sind. Auf dem zweiten Pfad zeige ich Ihnen, wie Sie ihre Produkte bezahlen – und sich vielleicht sogar etwas Geld dazuverdienen, indem Sie dōTERRA mit jenen Menschen teilen, die Ihnen wichtig sind. Und der dritte Pfad schließlich ist für diejenigen, die überzeugt sind, dass es wichtig ist, mehrere Einkommensquellen zu haben, und die eine Leidenschaft für natürliches Wohlbefinden hegen. Für die, die gerne ein Unternehmen gründen und in Teilzeit von zu Hause aus arbeiten würden. Welcher dieser Pfade sagt Ihnen am meisten zu? ... Toll!

Wenn die Antwort Nummer eins ist, könnten Sie wie folgt antworten: *Dann ist für Sie der nächste Schritt, dass Sie einen Kurs besuchen. Ich veranstalte diesen Donnerstag einen!*

Wenn die Antwort Nummer zwei oder drei ist, könnten Sie wie folgt antworten: *Dann sollten wir uns im nächsten Schritt einmal treffen. Ich plane jede Woche etwas Zeit dafür ein, um zu erklären, wie das aussehen könnte. Ich hätte Dienstag um 19:00 Uhr und Donnerstag um 12:00 Uhr Zeit. Welcher Termin wäre Ihnen am liebsten?*

Idealer Zeitstrahl zum Teilen und Einladen



A close-up photograph of two women laughing joyfully. The woman on the left is Black with short dark hair, wearing a denim jacket and a pearl earring. The woman on the right is white with long blonde hair, also wearing a denim jacket. They are both smiling broadly, showing their teeth. The background is a soft-focus outdoor setting.

Die erfolgreichen Netzwerker, die ich kenne – diejenigen, die tonnenweise Weiterempfehlungen erhalten und mit sich selbst wirklich zufrieden sind – stellen die Bedürfnisse anderer stets über ihre eigenen.

Bob Burg



Mehr Menschen erreichen

Der Schlüssel zu Kundenbindung und Weiterempfehlungen liegt im Aufbau tiefgreifender Beziehungen über die geschäftliche Transaktion hinaus.

Eine der besten Möglichkeiten, wie Sie Ihre **Namensliste** erweitern können, besteht darin, dies andere für sich erledigen zu lassen. Bringen Sie die Menschen dazu, über ätherische Öle und Ihre Arbeit mit ihnen zu sprechen. So helfen sie Ihnen, mehr Menschen zu erreichen, indem sie die Verbindungen innerhalb der Community nutzen.

Möglichkeiten, sich zu verbinden

- Nutzen Sie die sozialen Medien und Ihre Kurse, um Erfahrungsberichte zu präsentieren. Sie führen dazu, dass die Produkte sich besser verkaufen, und helfen Ihrer Zielgruppe, das große Ganze zu verstehen. Fragen Sie zum Beispiel nach einem Lieblingsöl und verlosen Sie es als Giveaway in einem Thread auf Facebook. Oder fragen Sie nach Feedback zu Erfahrungen mit Proben, die Sie zum Ausprobieren verteilt haben. Sammeln Sie tolle Geschichten oder sogar Videos, damit Sie später davon berichten können.
- Suchen und kooperieren Sie mit Influencern, die die Öle lieben und denen die Menschen vertrauen und folgen; so können Sie sich mit mehr Menschen vernetzen.
- Schlagen Sie einem Experten vor, seine bestehenden Dienste um ätherische Öle zu erweitern.
- Entdecken Sie neue Gruppen und Communitys, lernen Sie neue Mitglieder kennen, helfen oder unterrichten Sie ehrenamtlich oder beteiligen Sie sich mit einem Stand an einer Veranstaltung.
- Nehmen Sie erneut Kontakt zu den Personen auf, die noch nicht auf Ihr Angebot einer Probe, Ihre Einladung zu weiteren Informationen oder einer Anmeldung zu einem Kurs reagiert haben.
- Bieten Sie Kurse in einem Unternehmen vor Ort an. Hängen Sie Flyer auf.
- Führen Sie Studien über ätherische Öle mit Ihrer Upline durch.

Einrichtung eines Empfehlungsprogramms

Die meisten Builder neigen dazu, zuerst Personen aus ihrem warmen Markt oder Personen in etablierten Beziehungen einzuschreiben. Die Einrichtung eines Empfehlungsprogramms ist eine tolle Möglichkeit, andere dazu zu bringen, Sie weiterzuempfehlen. Es zeigt auch, wie sehr Sie von den Produkten und Diensten überzeugt sind, und gibt anderen die Gewissheit, dass Ihnen auch mit ihrer Familie, ihren Freundinnen und Freunden, Kolleginnen und Kollegen usw. vertrauen zu können. Für Ihr Empfehlungsprogramm gibt es unzählige Möglichkeiten. Hier sind ein paar Ideen, die Ihnen helfen können:

- Halten Sie Produkte bereit, die Sie auf der Veranstaltung verschenken können
- Halten Sie Produkte als Prämie für die Weitergabe einer Empfehlung, für die Einschreibung einer Empfehlung usw. bereit.
- Erstellen Sie ein Online-Formular (z. B. eine Google-Umfrage), das Ihre Kundinnen und Kunden verwenden können
- Senden Sie eine Karte als Dankeschön, die die Aussicht auf zusätzliche Prämien für weitere Empfehlungen enthält.

Mehr Menschen über die sozialen Medien erreichen

Die sozialen Medien können ein wirkungsvolles Instrument sein, um mehr Menschen zu erreichen und Ihren Einfluss zu vergrößern. In der dōTERRA Social Media Academy lernen Sie, wie Sie online selbstbewusst auftreten.







Präsentieren und Einschreiben

Teilen Sie Ihre Botschaft mit einem Call-to-Action

Am Ende des Schrittes Präsentieren und Einschreiben werden Sie selbstbewusst Ihre eigenen Kurse und Einzelgespräche führen sowie Personen aus diesen Präsentationen einschreiben und erfolgreich in Ihrer Organisation platzieren können.

Enthusiasmus ist einer der
stärksten Motoren für Erfolg . . .
Ohne Begeisterung wurde noch
nie etwas Großes erreicht.

Ralph Waldo Emerson

Präsentationen halten

Der nächste Schritt, in dem Ihre Interessenten mehr erfahren, ist die Teilnahme an einer Präsentation, bei der sie erstmals die Vision erleben, die dōTERRA durch lebensverändernde Produkte und eine Einkommensmöglichkeit bietet. Nutzen Sie Ihre Upline als Unterstützung in Ihren ersten Kursen oder Einzelgesprächen, wenn Sie lernen, effektiv zu präsentieren. Während Sie auf den folgenden Seiten mehr über eine erfolgreiche Präsentation der Einführung in die Öle erfahren, sollten Sie sich darüber im Klaren sein, dass der Kontext dieser Schulung für eine Kursumgebung konzipiert ist. Passen Sie das Gelernte je nach Bedarf und Wunsch so an, dass es am besten in einem Einzelgespräch oder einer Online-Umgebung funktioniert.

Optionen für Präsentationen

Erkunden Sie effektive Möglichkeiten, um die dōTERRA-Botschaft zu präsentieren. Machen Sie sich unten mit den jeweiligen Vorteilen der einzelnen Formate vertraut und wählen Sie das Format, das am besten zum Wohnort, den Umständen und den zeitlichen Gegebenheiten Ihres Interessenten passt.

Einzelgespräch

Schaffen Sie eine angenehme und persönliche Umgebung.

Legen Sie ein Kurs-Handout, ein Einschreibeformular, einen Diffuser, Öle und Proben zum Weitergeben (vielleicht auch ein Etui für Ölproben), ein Nachschlagewerk für ätherische Öle und alle Produkte, die für die Bedürfnisse der Interessenten relevant sein könnten, bereit. Weitere Vorschläge siehe *Kursplaner*.

Erkundigen Sie sich im Voraus (oder am Anfang der Präsentation) nach den Bedürfnissen oder Fragen der Teilnehmenden.

Verwenden Sie einen Laptop, ein Tablet oder ein Telefon zum Teilen von Video(s) und zum Einschreiben.

Telefonat zu dritt

Ähnelt dem einem Einzelgespräch, aber mit der Unterstützung und Glaubwürdigkeit Ihrer Upline.

Koordinieren Sie einen Termin zwischen Ihrer Upline und dem Interessenten.

Verschicken Sie das Kurs-Handout im Voraus per Post oder E-Mail.

Vergewissern Sie sich vor dem Anruf, dass alle die richtige Telefonnummer oder den richtigen Link haben, um Verzögerungen zu vermeiden.

Legen Sie im Voraus fest, wer den Anruf beginnt und leitet, und teilen Sie dieser Person mit, was Sie über den Interessenten und seine Anliegen/Bedürfnisse wissen.

Kurs zu ätherischen Ölen

Das Ziel eines Kurses ist es, Mitglieder einzuschreiben, damit sie loslegen können, und nicht, ihnen alles über die Produkte beizubringen.

Ob zu Hause, im Büro, in einem Café oder an einem ganz anderen Ort – Erfahrungen mit ätherischen Ölen in einer Gruppe zu erleben, vermittelt den Teilnehmenden Vertrauen und Wissen in einer Umgebung mit wenig Druck.

Nennen Sie die wichtigsten Vorteile der Produkte und zeigen Sie, wie sie das Wohlbefinden fördern.

Stellen Sie während Ihrer gesamten Präsentation Fragen und geben Sie den Teilnehmenden die Möglichkeit, zu antworten und Geschichten zu erzählen.

Reichen Sie die Öle herum. Ermöglichen Sie den Teilnehmenden über den gesamten Kurs hinweg, Erfahrungen mit den Produkten zu sammeln.

Sprechen Sie die Teilnehmenden während der Präsentation mit ihrem Namen an, um ihre Erfahrung persönlicher zu gestalten.

Bieten Sie nach dem Kurs mit Öl angereicherte Erfrischungen an, damit Ihre Gäste untereinander ins Gespräch kommen und noch etwas länger bleiben; so erhalten Sie Gelegenheit, Fragen zu beantworten und bei der Einschreibung zu helfen.

Sie könnten Ihre Präsentationen aufzeichnen und später noch einmal ansehen, damit Sie Ihren Vortrag perfektionieren können.

Virtuelle Präsentation

Nutzen Sie Zoom, Facebook, FaceTime o. Ä. als flexible und einfache Möglichkeiten, um Interessierten, die weiter entfernt wohnen, genauso zu erreichen wie Personen in Ihrer Nähe oder in Einzelgesprächen.

Verschicken Sie das Kurs-Handout im Voraus per Post oder E-Mail.

Vergewissern Sie sich im Voraus, dass Sie und alle Teilnehmenden über die/den erforderliche(n) Login, Software, App oder Link verfügen. So lassen sich unnötige Ablenkungen und Verzögerungen vermeiden.

Planen Sie ein Follow-up-Gespräch mit allen Interessierten, nachdem er eine Präsentation besucht oder angesehen hat.

Bieten Sie allen Interessierten an, sich während ihres Follow-up-Gesprächs einzuschreiben.

Optional: Teilnahme an einer Präsentation mit Gästen. Sie können auch gemeinsam mit einem Interessenten an einer Einführungspräsentation teilnehmen. Verabreden Sie sich am besten schon etwas eher und gehen Sie gemeinsam zu der Veranstaltung bzw. sehen Sie sich zusammen an. Helfen Sie den Interessierten dabei, sich schon während der Veranstaltung einzuschreiben, oder haken Sie innerhalb von 48 Stunden diesbezüglich noch einmal nach.

Verwenden Sie den Kursplaner, damit eine tolle Erfahrung für alle Beteiligten sicher ist (siehe nächste Seite).



Kursplaner

Verwenden Sie als gastgebender Builder und Referent dieses Handout, um die Aufgaben aufzuteilen und sich auf einen erfolgreichen Kurs vorzubereiten. Mit einer guten Planung können Sie sich auf Ihre Gäste konzentrieren und ihnen helfen, die richtigen Lösungen für ihre Bedürfnisse zu finden.

Gastgeber: Titel: Referent:
 Datum: Veranstaltungsort:

1 Vorbereitung

<input type="checkbox"/> Teilnehmer*innen einladen und bestätigen	Einladungen werden am besten etwa 1–2 Wochen vorher verschickt. Typisches Verhältnis: 15 Einladungen ergeben 7–10 Teilnehmer.	
<input type="checkbox"/> Teilnehmer*innen vor dem Kurs vorbereiten	<ul style="list-style-type: none"> • Teilen Sie eine Probe oder bieten Sie eine Erfahrung mit einem Öl. • Teilen Sie die Broschüre <i>Gesund kann so einfach sein</i> mit einer Muster aus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgen Sie vor der Einladung für eine positive Produkterfahrung. • Skripte finden Sie auf den Seiten 33–43 in diesem Leitfaden.
<input type="checkbox"/> Raum vorbereiten	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgen Sie für gute Beleuchtung und ausreichende Belüftung. • Stellen Sie ein paar Stühle auf und holen Sie bei Bedarf weitere hinzu. • Beseitigen Sie mögliche Ablenkungen im Vorfeld. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestalten Sie einen Bereich für den Referenten, von dem aus er präsentieren kann, mit einer einfachen Produktpräsentationsfläche. • Diffundieren Sie belebende Öle (z. B. Citrus Bliss™, Wild Orange (Wildorange)).
<input type="checkbox"/> Erfrischungen vorbereiten	<ul style="list-style-type: none"> • Geben Sie Lemon (Zitrone), Wild Orange (Wildorange) oder Tangerine (Mandarine) in Trinkwasser. Bieten Sie es Ihren Gästen bei der Ankunft an, damit sie eine unmittelbare Erfahrung mit ätherischen Ölen machen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bieten Sie mit Öl angereicherte Snacks oder Leckereien an (Ideen finden Sie im dōTERRA-Blog). • Servieren Sie sie nach dem Kurs, damit die Gäste noch etwas bleiben.
<input type="checkbox"/> Ziele setzen	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl Teilnehmer: • Anzahl Enrollees: 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl gebuchte Kurse: • Anzahl neu gefundene Builder:
<input type="checkbox"/> Geschichte und Intro vorbereiten	<ul style="list-style-type: none"> • Vergewissern Sie sich, dass der Gastgeber sowohl seine eigene dōTERRA-Geschichte als auch eine Vorstellung seines Gastreferenten vorbereitet hat. 	

2 Präsentation

<input type="checkbox"/> Rolle des Builders	Kurs 1 <ul style="list-style-type: none"> • Begrüßung/Geschichte erzählen • Vorstellung/Referent unterstützen • Eine Erfahrung mit Öl bieten 	Kurs 2 <ul style="list-style-type: none"> • Begrüßung/Geschichte erzählen • Vorstellung/Referent unterstützen • Eine Erfahrung mit Öl bieten • Einen Teil des Kurses unterrichten 	Kurs 3 <ul style="list-style-type: none"> • Begrüßung/Geschichte erzählen • Den gesamten Kurs unterrichten • Eine Erfahrung mit Öl bieten 	Schulungsablauf für angehende Referenten
<input type="checkbox"/> Rolle der Upline-Referentin bzw. des -Referenten	<ul style="list-style-type: none"> • Gastgeber*in unterstützen • Den gesamten Kurs unterrichten • Ihre Geschichte erzählen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastgeber*in unterstützen • Einen Teil des Kurses unterrichten • Ihre Geschichte erzählen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastgeber*in unterstützen • Ihre Geschichte erzählen 	
<input type="checkbox"/> Unterrichtsmaterial zusammenstellen <i>Festlegen, wer was bereitstellt</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurs-Handouts • Einschreibeformulare • Stifte • Öle zum Herumreichen • Diffuser • Produkte zum Ausstellen • Referenzhandbuch für ätherische Öle • <i>Live, Share</i> und <i>Build</i> Guides 	Optional: <ul style="list-style-type: none"> • Abgepackte Proben zum Verschenken • Geschenk für Gastgeber • Einschreibe-Incentives • Incentives für Kursanmeldung • Kalender zum Buchen von Kursen und Wellness-Beratungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktleitfäden • Einladungen/Flyer für den/die nächste(n) Kurs(e)/Veranstaltung(en) 	
<input type="checkbox"/> Teammitglieder einbeziehen	Ideales Verhältnis: ein Wellness-Botschafter pro drei Gäste, um die bestmögliche Quote an Einschreibungen zu erzielen.			

3 Nächster Kurs

Bieten Sie Ihren Gästen ein, einen Freund oder eine Freundin zu Ihrem nächsten Kurs mitzubringen.

Gastgeber*in: Titel: Referent*in:
 Datum: Veranstaltungsort:

Mit Selbstvertrauen präsentieren

Wenn Sie die Fähigkeiten des Präsentierens beherrschen, werden Sie an Selbstvertrauen gewinnen. Bereiten Sie sich und Ihre Antworten im Voraus vor, damit Sie fokussiert bleiben, wenn es soweit ist. Machen Sie sich klar, welche Ergebnisse Sie erzielen wollen. Notieren Sie für jede Präsentation Ihre Visionen (z. B. Anzahl Einschreibungen, Volumen, gebuchte Kurse, neue Builder), und greifen Sie dann zu den erforderlichen Maßnahmen, um diese Ziele zu verwirklichen.

Wirksame Produktpräsentationen

- **Seien Sie herzlich und einnehmend.** Lächeln Sie und bauen Sie eine Verbindung mit den Teilnehmenden auf.
- **Seien Sie klar und selbstsicher.** Wenn Sie eine Antwort nicht wissen, sagen Sie: „Das schauen wir einmal gemeinsam nach!“
- **Achten Sie auf Ihre Körpersprache.** Mehr als 75% der Kommunikation erfolgt nonverbal.
- **Nehmen Sie Blickkontakt auf.** Verwenden Sie offene und einladende Gesten.
- **Bauen Sie eine Verbindung zum Publikum auf.** Erzählen Sie Ihre Geschichte und zeigen Sie Ihre verletzte Seite.
- **Bringen Sie den Gästen bei, sich auf Informationsquellen zu verlassen,** nicht auf Sie. Lassen Sie das Handout und andere Quellen die Experten sein. Wenn es einfach ist, vervielfältigt es sich. Zukünftige Builder sollen zur Erkenntnis kommen: „Das kann ich auch!“
- **Beziehen Sie das Publikum ein.** Stellen Sie aktivierende Fragen. Lassen Sie die Gäste von ihren Sorgen und Erfahrungen berichten.
- **Probieren Sie die Öle live aus!** Ermöglichen Sie den Teilnehmenden über den gesamten Kurs hinweg, Erfahrungen mit den Produkten zu sammeln. Lassen Sie die Öle ihren Zauber entfalten.
- **Bitten Sie die Gäste, aktiv zu werden** und sich Öle mit nach Hause zu nehmen. Wecken Sie Begeisterung mit Incentives.
- **Seien Sie prägnant.** Halten Sie Ihre Präsentation unter einer Stunde, um das Interesse aufrechtzuerhalten. Planen Sie Zeit für die Beantwortung von Fragen und die anschließende Einschreibung der Teilnehmenden ein.
- **Achten Sie** auf die Energie, welche Sie in eine Präsentation einbringen. Gehen Sie positiv von einer Einschreibung aus. Vermeiden Sie verzweifertes, aufdringliches oder verkaufsorientiertes Auftreten.
- **Seien Sie professionell.** Wie Sie sich kleiden und verhalten, wirkt sich auf Ihre Glaubwürdigkeit aus. Üben Sie Skripte ein, damit Ihre Worte später in der Situation natürlicher wirken.

Vorbereitet auf „Was ist, wenn . . .“-Fragen

Sie fühlen sich als Lehrer nicht ausreichend qualifiziert:

- Setzen Sie sich nicht unter Druck, Expertenwissen zu haben. Das müssen Sie nicht.
- Einfache Kurse führen eher zu Vervielfältigung.
- Lassen Sie das Handout oder Video die Experten sein.
- Erzählen Sie, wie die Produkte Ihr Leben positiv beeinflusst haben.
- Bringen Sie den Gästen bei, sich auf Informationsquellen zu verlassen, nicht auf Sie.

CPTG™ wird in Frage gestellt:

- Laden Sie die Teilnehmer ein, die dōTERRA-Öle selbst auszuprobieren.
- Konzentrieren Sie sich nicht auf die Produkte von Wettbewerbern.
- Konzentrieren Sie sich auf die Stärke der dōTERRA-Standards.

Es gibt Bedenken hinsichtlich der innerlichen Anwendung:

- dōTERRA erlaubt die innerliche Anwendung gemäß den Vorschriften.
- Erklären Sie, dass die Reinheit gemäß CPTG™ für die sichere innerliche Anwendung wichtig ist.
- Bitten Sie die Gäste, das zu tun, was sich für sie selbst am besten anfühlt.

Geringe Anzahl an Teilnehmenden oder Teilnehmer*innen erscheinen nicht:

- Freuen Sie sich über die Gelegenheit, sich voll und ganz auf die Anwesenden konzentrieren zu können.
- Vertrauen Sie darauf, dass all diejenigen, die gekommen sind, perfekt für diesen Kurs sind.
- Überprüfen Sie Ihren Einladungsprozess oder den Ihres Gastgebers und überlegen Sie, wie Sie ihn in Zukunft effektiver gestalten können.

- Wenn niemand kommt, nutzen Sie diese wertvolle Zeit, um Ihre Einladungsprozesse zu verfeinern; nutzen Sie hierfür die verfügbaren Schulungen im Internet und in diesem Leitfaden auf den Seiten 33–43.

Jemand führt den Kauf günstigerer Optionen ins Feld:

- Der sicherste Weg, CPTG™-Öle zu erhalten, ist, sie direkt von dōTERRA zu beziehen, denn hier ist garantiert, dass die Öle frei von Verfälschungen sind.
- Die Vorteile einer Vorteilskunden-Mitgliedschaft überwiegen jeden Online-Rabatt (bis zu 30% Ihrer Einkäufe als gratis Treuepunkte im Treueprogramm (LRP)).

Die/der Gastgeberin sagt den Gästen: „Sie müssen nichts kaufen“:

- Erzählen Sie, warum Sie das Produkt schätzen.
- Erläutern Sie die Vorteile einer Vorteilskunden-Mitgliedschaft und eines Kits.
- Schaffen Sie während des Kurses Produkterlebnisse, damit Gäste und Gastgeber*innen den Mehrwert entdecken können.
- Führen Sie Gastgeberin das nächste Mal in einer Einführung für Gastgeberin dahin, den Wert der Einschreibung und die Intention des Kurses zu verstehen.

Jemand fragt, ob dies eine MLM-Veranstaltung ist:

- Geben Sie zu, dass dōTERRA eine Möglichkeit bietet, Einkommen zu erzielen.
- Heben Sie hervor, dass über 50% der Mitglieder treue Kundinnen bzw. Kunden sind, die einfach die Produkte lieben.
- dōTERRA ist überzeugt, dass Produkte am besten von Mensch zu Mensch weitergegeben werden, nicht in einem Regal oder durch eine Werbeanzeige.
- dōTERRA hat sich entschlossen, Personen zu belohnen, die ihre Produkte teilen und andere dazu ermutigen, dasselbe zu tun.

Top-Tipps

- Bevor Sie sich online oder telefonisch zu einer Produkt- oder Geschäftspräsentation treffen, senden Sie Materialien, Links und Anweisungen.
- Ermitteln Sie vor einer Präsentation die Bedürfnisse der Teilnehmenden. Wenn Sie mit einer Person aus Ihrer Upline präsentieren, teilen Sie ihr vorher Ihren Kenntnisstand mit.



Einführung zu Ölen

Eine Einführungspräsentation zu den Ölen ist die beste Möglichkeit für Interessenten, mehr über die Kraft der ätherischen Öle zu erfahren. Das Handout zum Kurs *Natürliche Lösungen* ist ein effizientes Tool, um diese Botschaft zu vermitteln. Ganz egal, wie Interessenten an die dōTERRA-Produkte herangeführt werden – das Ziel besteht darin, ihr Vertrauen in diese Produkte zu stärken. Die Gäste werden begeistert von den natürlichen Lösungen sein, wenn sie erfahren, wie diese ihr Leben positiv beeinflussen können. Verwenden Sie das folgende Skript als Leitfaden für erfolgreiche Präsentationen.

Eine wirkungsvolle Präsentation bedeutet nicht, dass Sie versuchen sollen, ausnahmslos alles zu unterrichten. Die besten Einführungen dauern in der Regel weniger als eine Stunde und geben noch etwas Zeit, damit sich die Gäste einschreiben können. Wenn sie Kundenstatus haben, können sie immer noch mehr lernen. In diesem ersten Kurs geht es darum, den Wert zu vermitteln, der die Teilnehmer zur Einschreibung veranlasst. Der Rest kommt später mit ihrer Wellness-Beratung, Weiterbildungskursen und der Beteiligung in der Wellness-Community Ihres Teams. Idealerweise sollten Sie pro Woche mindestens zwei Einführungskurse über Öle halten, um einen stetigen Fluss durch Ihre Pipeline zu gewährleisten.

Idealer Ablauf (45–60 Minuten)

Verwenden Sie das Handout zum Kurs *Natürliche Lösungen*



Durch Vorstellung zu mehr Glaubwürdigkeit

Als Sie dōTERRA zum ersten Mal Ihrem Markt präsentierten, kamen Ihre Teilnehmer*innen, weil sie Sie kannten und Ihnen vertrauten. Wenn Sie mit Ihrer Upline als Gastreferent*in unterrichten, sollten Sie die Glaubwürdigkeit und die Fachkenntnis Ihrer Upline mit einer vorbereiteten Biografie und einer herzlichen Vorstellung untermauern.

Zweck:

- Menschen zusammenbringen, Wissen und Erfahrungen austauschen und dem Thema Wohlbefinden mit Freude begegnen.
- Fokus auf die Prioritäten der Teilnehmer*innen, die besten Lösungen austauschen und die Kraft der ätherischen Öle von dōTERRA erleben.
- Ihre nächsten Gastgeber, zukünftige Kurse buchen und neue Builder werben.

So führen Sie einen Kurs durch



1 Begrüßung und Vorstellung

Gäste willkommen heißen. Erzählen Sie, wer Sie sind, was Sie machen und eine kurze Geschichte (1–2 Min.), wie dōTERRA-Öle Ihr Leben verändert haben. Zum Beispiel: *Bevor ich dōTERRA kannte, suchte ich nach einer natürlichen Möglichkeit, besser*

einschlafen zu können. Eine Freundin schlug mir vor, vor dem Schlafengehen ein paar Tropfen Lavendel auf meine Fußsohlen zu geben. Ich probierte es aus und war begeistert. Am Morgen fühlte ich mich frisch und ausgeruht. Es ist erstaunlich, was ein paar Tropfen bewirken können.

Lassen Sie Ihren überzeugendsten Erfahrungsbericht vorerst noch außen vor. Den heben Sie sich für das Kursende auf. Erzählen Sie auch, wie lange Sie die Öle schon verwenden und warum Sie dieses Geschäft lieben.

Ihre Intention erläutern: Danken Sie Ihren Teilnehmenden für ihr Kommen. Erklären Sie, was sie aus diesem Kurs mitnehmen sollen. *Meine größte Hoffnung ist, dass Sie die Kraft der ätherischen Öle erkennen, und wie sie Ihr Leben verändern können.*

Die Referentin bzw. den Referenten vorstellen und der Gastgeberin bzw. dem Gastgeber danken: Bedanken Sie sich auf jeden Fall bei der Gastgeberin bzw. beim Gastgeber Ihres Treffens für deren Zeit und Unterstützung bei diesem Treffen. Bei Ihrem Treffen kann jemand referieren. Stellen Sie die Referentin bzw. den Referenten mit 2–3 Fakten vor, um die Neugier im Publikum zu schüren und es zum Zuhören anzuregen. Nun können Sie ihr bzw. ihm das Wort übergeben.

Agenda bekanntgeben: Kündigen Sie an, wie lange der Öle-Abend in etwa dauern wird (45–60 Min.). Erklären Sie, dass am Ende des Kurses Zeit für Fragen sein wird. Sagen Sie auch, dass Sie allen, die mehr über die Gelegenheit, welche dōTERRA bietet, erfahren möchten, nach dem Kurs einen Überblick geben können.

Einführung: Sie haben die Wahl

Nutzen Sie Seite 1 der Broschüre ‚Natürliche Lösungen‘ und sprechen Sie über die verschiedenen Ansätze zum Wohlbefinden.

Werfen wir zunächst einen Blick auf unsere Optionen (auf den oberen Abschnitt des Handouts zeigen). Hier wird der moderne Ansatz gezeigt (auf das umgedrehte Dreieck zeigen). Der Schwerpunkt liegt auf dem Management von Symptomen, weniger auf den eigentlichen Ursachen. Wenn man sich etwas gebrochen hat, zum Beispiel _____ (das Handgelenk eines Kindes beim Sport), dann ist die moderne medizinische Versorgung hervorragend und wird sehr geschätzt. Aber ein System, das sich auf die Krisenversorgung konzentriert, lässt



eine Lücke in der Versorgung von Aspekten des Wohlbefindens. In den meisten Fällen ist das derzeitige Gesundheitssystem nicht darauf ausgelegt, uns über einen bestimmten Punkt hinaus zu unterstützen. Den Rest müssen alle für sich selbst herausfinden.

Das andere Dreieck steht für den natürlichen Ansatz (auf das Dreieck mit der Spitze nach oben zeigen). Dieser geht davon aus, dass der Körper Bedürfnisse hat, und wenn diese nicht erfüllt werden, können bestimmte Situationen oder Herausforderungen entstehen. Der Schwerpunkt liegt hier also auf der Einführung bewusster täglicher Gewohnheiten, die auf ein besseres Wohlbefinden abzielen. Das Ziel ist nicht nur, symptomfrei zu sein, sondern gut zu leben. Und da der Schwerpunkt auf der Verwendung sicherer, natürlicher Lösungen liegt, nutzen wir andere Möglichkeiten als künstliche oder synthetische Wirkstoffe.

Und hier kommen die Öle ins Spiel. Ob es darum geht, die Grundbedürfnisse des Körpers zu befriedigen oder die Grundursachen zu beseitigen, der Ansatz ist derselbe. Die Öle sorgen dafür, dass wir genug von den richtigen Dingen haben und die falschen Dinge loswerden oder vermeiden!

Reichen Sie eine Flasche Wild Orange (Wildorange) herum. *Um uns auf den nächsten Abschnitt vorzubereiten, reiche ich jetzt eine Flasche Wild Orange (Wildorange) herum. Ich möchte, dass Sie auf zwei Dinge achten. Erstens, wie sehr der Duft einer frischen Orange ähnelt. Es ist wichtig, dass ein ätherisches Öl tatsächlich wie die Frucht, die Pflanze, das Kraut oder das Gewürz riecht, von der oder dem es stammt. Zweitens: Was stellen Sie fest, wenn Sie einen Tropfen in Ihre Handflächen geben und sie so aneinander reiben? (zeigen) Jetzt sind Sie dran. Was stellen Sie fest? Fällt Ihnen auf, wie schnell Sie sich energiegeladener und gestärkter fühlen? Das bringt uns zu unserem nächsten Thema: Was sind ätherische Öle und wie verwendet man sie?*

2 Was sind ätherische Öle und wie werden sie verwendet?

Erläutern: Ätherische Öle sind natürlich, wirksam und sicher

Wer hat schon einmal ein Pfefferminzblatt zwischen den Fingern zerrieben oder zerdrückt und dann daran gerochen? Warum haben Sie das gemacht? Sie haben die Speicher mit den ätherischen Ölen geöffnet, um ein stärkeres Aroma zu entfalten. Dies ist eine vergrößerte Abbildung eines Speichers mit ätherischem Pfefferminzöl. (zeigen) Die aromatischen Verbindungen in diesen winzigen Speichern helfen der Pflanze, sich zu schützen und zu wachsen. Wir können die gleichen Vorteile nutzen, wenn wir ihre ätherischen Öle verwenden, die aus der Rinde, den Blättern, Stängeln, Blüten und Wurzeln der Pflanzen gewonnen werden



Hier sind drei Dinge aufgeführt (zeigen), auf die ich eingehen möchte. Sie könnten nun jemanden bitten, die einzelnen Aufzählungspunkte vor jeder der folgenden geskripteten Diskussionen laut vorzulesen.

Erstens, dōTERRA-Öle sind rein, natürlich und sicher. Wir werden in einer Minute noch näher darauf zu sprechen kommen. Diesen fantastischen Pflanzenextrakten wird nichts hinzugefügt oder entnommen. Und aufgrund ihrer Reinheit bieten sie tiefgreifende Vorteile. Dadurch sind sie für jeden Menschen sicher in der Anwendung. Okay, das war unser erster Punkt über ätherische Öle. Wer kann uns sagen, worum es ging? Belohnen Sie die Person, die die Antwort gibt, mit einer Ölprobe und erzählen Sie, wofür dieses Öl gut ist.

Zweitens, Öle sind wirksam. Ein Beispiel ist ihre Fähigkeit, unserem Körper bei der Bekämpfung von Bedrohungen zu helfen. Diese kleinen Punkte (im Bild) stehen für das, womit unser Körper tagtäglich zu kämpfen hat. Eines der größten Geschenke der ätherischen Öle ist ihre molekulare Größe und Zusammensetzung. Damit können sie die Zellmembranen durchdringen und schnell ihre Wirkung entfalten. Außerdem ist die Chemie der ätherischen Öle sehr komplex, sodass Bedrohungen keine Resistenzen gegenüber der großen Zahl der enthaltenen chemischen Verbindungen aufbauen können. Ist das nicht großartig? Das war der zweite wichtige Punkt über ätherische Öle. Wer kann uns zusammenfassen, worum es ging? Belohnen Sie die Person, die die Antwort gibt, mit einer weiteren Ölprobe und erzählen Sie, wie diese verwendet werden kann.

Und drittens, ätherische Öle sind kraftvoll. Für die Herstellung einer Flasche mit ätherischem Öl ist eine enorme Menge an Pflanzenmaterial erforderlich. Die Öle sind hochkonzentriert, aber erschwinglich. Für die Herstellung einer 15-ml-Flasche benötigt man zum Beispiel rund 1 kg Pfefferminzblätter.⁺ Stellen Sie sich nun vor, wie viel Pflanzenmaterial für die Herstellung eines einzigen Tropfens nötig ist! Was heißt das also? Sie brauchen nur eine kleine Menge, um die gewünschte Wirkung zu erzielen; dadurch sind ätherische Öle sehr preiswert – nur ein paar Cent pro Dosis.

Probieren wir doch einmal etwas Pfefferminzöl aus, um zu sehen, wie stark es wirklich ist. Wenn die Flasche bei Ihnen ist, geben Sie einen Tropfen Peppermint (Pfefferminze) in Ihre Handfläche, so wie wir es mit Wild Orange (Wildorange) gemacht haben. Reiben Sie Ihre Hände aneinander, halten Sie sie über Nase und Mund und atmen Sie tief ein. (Zeigen, dann Flasche herumreichen) Passen Sie auf, dass es nicht in Ihre Augen kommt. Einige Öle, wie Peppermint (Pfefferminze), sind sehr stark, sodass wir oft ein Trägeröl verwenden, um die Wirkung zu verdünnen oder zu mildern. Mein Favorit ist hier Fraktioniertes Kokosöl (Zeigen/Herumreichen, falls gewünscht). Sie können es auch zur Beruhigung einer Reaktion durch Öl verwenden, wenn es auf empfindliche Haut aufgetragen wurde oder versehentlich in die Augen gelangt ist.

Ich möchte Ihnen nun mehrere unterschiedliche Erfahrungen mit Peppermint (Pfefferminze) zeigen. Als Erstes sollten Sie beachten,

dass ich dieses Öl nach Wild Orange (Wildorange) herumgereicht habe. Das habe ich gemacht, damit Sie die beiden Öle als Mischung schichten konnte. Diese Kombination ist ein sensationeller Muntermacher. Zweitens versuchen Sie, beim Einatmen zuerst Ihre Nase und dann den Mund zu benutzen. (Zeigen) Versuchen Sie, das 30 Sekunden lang durchzuhalten! Achten Sie darauf, wie Sie sich fühlen und was Sie beim Atmen empfinden! Drittens können Sie auch versuchen, einen Tropfen in Ihren Nacken zu reiben, wenn Sie sich verspannt oder überhitzt fühlen. (Zeigen) Und scheuen Sie sich nicht, auch mal einen Tropfen auf Ihren Gaumen zu geben. (Zeigen) Erzählen Sie mir, wie sich das für Sie anfühlt! Wer kann es förmlich schon in seinem Mund schmecken, während es herumgereicht wird? So kraftvoll sind diese Öle!

Okay, das war unsere dritte spannende Information über ätherische Öle. Wer kann mir sagen, was das war? Belohnen Sie die Person, die die Antwort gibt, mit einer weiteren Ölprobe und erzählen Sie, wie diese verwendet werden kann.

Erläutern: dōTERRA ist sicher und rein

Lassen Sie uns nun darüber sprechen, warum Qualität so wichtig ist. Dr. David Hill, einer unserer Founding Executives und unser erster Chief Medical Officer, sagt: „Die wichtigste Eigenschaft eines ätherischen Öls ist seine Reinheit.“



Ätherische Öle werden nicht alle auf die gleiche Weise hergestellt. Es gibt drei Qualitäten von Ölen. Die erste ist synthetisch. (Auf den grauen Teil des Tortendiagramms zeigen.) Wie mehrere

Tests von unabhängigen Laboren ergeben haben, verkaufen die meisten Anbieter Produkte mit künstlichen und kompromittierten Inhaltsstoffen. Diese Öle sind nicht rein und können sogar schädlich für den Körper sein. Hier ist Vorsicht geboten. Gefährden Sie niemals sich selbst oder Ihre Familie durch billige, verfälschte Öle.

Als nächstes gibt es ätherische Öle in Lebensmittelqualität. (Auf den grünen Teil zeigen.) Dies ist ein viel höherer Standard, denn er ist für die innerliche Anwendung erforderlich; diese Qualität wird jedoch hauptsächlich zum Aromatisieren von Lebensmitteln verwendet, wobei wiederum bestimmte gesundheitliche Vorteile fehlen. Die dritte Qualität ist die geprüfte Qualität. (Auf den violetten Teil zeigen.) Man sollte denken, dass Öle mit der Aufschrift „geprüft“ eine bessere Qualität haben. Das Problem bei dieser Kategorie ist, dass geprüfte Produkte nicht gut reguliert sind. Sie werden hauptsächlich für Massage-, Aroma- oder kosmetische Zwecke eingesetzt und müssen einen niedrigen Standard erfüllen, um in diese Kategorie zu kommen. Dieser erlaubt trotzdem Füllstoffe, synthetische Stoffe und andere Verunreinigungen. Wenn es um Ihre Gesundheit geht, kommt es auf die Reinheit an, und auch diese Qualität ist noch fragwürdig.

Die Verbraucher werden oft zu der Annahme gebracht, dass es auf dem Markt noch eine weitere Qualitätsstufe für ätherische Öle gibt. Es ist wichtig zu wissen, dass viele sogenannte „Gesundheits“-Produkte nicht gut reguliert sind. Produkte, die hauptsächlich für

⁺ Variiert je nach Jahreszeit, Region, Jahr und anderen Variablen.



Massage-, Aroma- oder kosmetische Zwecke verwendet werden, haben in Wirklichkeit niedrige Qualitätsstandards; das bedeutet, dass Füllstoffe, synthetische Stoffe und andere Verunreinigungen beigemischt werden können. Wenn es um Ihre Gesundheit geht, kommt es wirklich auf die Reinheit an. Was auf Ihre Haut oder in Ihre Nähe kommt, ist auch in Ihnen.

Die Founding Executives von dōTERRA erkannten eine große Lücke im Markt für reine Öle. Aus diesem Grund hat es sich dōTERRA zur Aufgabe gemacht, nach Reinheit zu streben und die besten ätherischen Öle auf dem Markt zu produzieren. Man hat einen neuen, beispiellosen Standard namens Garantiert reine, geprüfte Qualität (CPTG™) entwickelt. (Auf den gelben Teil des Diagramms zeigen.) Jede Charge muss strenge Tests bestehen, damit garantiert ist, dass keine Verunreinigungen oder Füllstoffe vorhanden sind, ein Standard, der die Anforderungen an Bio-Labels noch übertrifft. dōTERRA verwendet die notwendigen Kriterien, um sicherzustellen, dass viele ihrer Öle innerlich angewendet werden können. Auf jeder Flasche dōTERRA-Öl zur innerlichen Anwendung steht „Zur Aromatisierung von Lebensmitteln“. (Flasche zeigen.)

Reinheit wirkt sich auf die Wirksamkeit aus. Die Wirksamkeit gibt an, wie effektiv ein Öl ist. Wo die Pflanze wächst, wie sie geerntet und destilliert wird, hat Auswirkungen auf ihre chemische Zusammensetzung und Konsistenz. Wenn Sie ein Öl verwenden, möchten Sie, dass es jedes Mal auf dieselbe Weise wirkt. Je besser die Qualität, desto besser wirken die Öle im und für den Körper.

Zusammenfassend kann man sagen, dass jede Verwendung eines Öls systemisch ist. Ob synthetisch oder rein, Aromen/Düfte gelangen IN Ihren Körper. Das ist das große Geschenk der reinen Öle und der Grund, warum man synthetische Öle vermeiden sollte. Ich zeige Ihnen hier nur, wie Sie reine Öle verwenden; für alles andere treffen die Dinge, über die wir als Nächstes sprechen, nicht zu.

Erläutern: Wie man die ätherischen Öle von dōTERRA verwendet
Es gibt viele Möglichkeiten, ätherische Öle zu verwenden –

mindestens eine haben Sie bereits kennengelernt, als wir die Öle herumgereicht haben. Bei jeder Anwendungsmöglichkeit werde ich Ihnen auch die ein oder zwei wichtigsten Gründe für die Methode nennen.

Mit der aromatischen Verwendung (auf das Handout zeigen) können Sie eine bestimmte Atmosphäre um sich herum schaffen. Durch einen Prozess, der als Olfaktion bezeichnet wird, was nur eine schicke Umschreibung für unseren Geruchssinn ist, gelangen Ölmoleküle in nur 30 Sekunden direkt in das limbische System. Sie konnten diese schnell wirkenden Vorteile bereits erleben, als Sie Wild Orange (Wildorange) und Peppermint (Pfefferminze) probiert haben. Am liebsten verschaffe ich mir ein aromatisches Erlebnis, indem ich das Öl von meinen Handflächen einatme, es in die Luft sprühe, als Parfüm trage oder in einem Diffuser verwende.

Zeigen Sie während des Kurses auf Ihren laufenden Diffuser und erzählen Sie, was Sie diffundieren und warum. Sie könnten auch jemanden einladen, der eine kurze Geschichte über die Verwendung der Öle im Diffuser erzählt. Belohnen Sie diese Person dann mit einer Ölprobe; erklären Sie, wie man dieses Öl verwendet.

Die zweite Möglichkeit, die Öle zu verwenden, ist die topische Anwendung. Dabei werden die Öle direkt auf die Haut aufgetragen. Zum Beispiel kann man Deep Blue™ (reichen Sie Deep Blue™ herum und fordern Sie dazu auf, es auf eine bedürftige Stelle aufzutragen) auf müde Muskeln auftragen, um dort Linderung zu verschaffen. Ich verwende die Öle auch gerne auf den Fußsohlen. Bei Kindern oder Menschen mit empfindlicher Haut verdünnen Sie die Öle mit Fraktioniertem Kokosöl. (Flasche zeigen.)

Das ändert nichts an der Wirksamkeit, sondern verlangsamt nur absichtlich die Aufnahme. Fragen Sie Ihre Zuhörerinnen und Zuhörer und warten Sie auf eine Antwort: Was sind Ihrer Meinung nach die besten Stellen oder Möglichkeiten, um die Öle äußerlich anzuwenden? Wenn es sich anbietet, bitten Sie jemanden, eine

kurze Geschichte über die äußerliche Anwendung zu erzählen. Belohnen Sie die Person, die geantwortet hat, mit einer Probe; erzählen Sie, wie es verwendet werden kann.

Die dritte Möglichkeit, die Öle zu verwenden, ist die innerliche Anwendung. Wir haben bereits über die Bedeutung der Reinheit gesprochen, vor allem beim innerlichen Gebrauch. Das gibt es außerhalb von dōTERRA praktisch nicht. Wenn ein dōTERRA-Öl für die innerliche Anwendung zugelassen ist, bedeutet der CPTG™-Qualitätsstandard, dass es völlig sicher für die Einnahme ist. Schauen Sie einfach in den Anwendungshinweisen nach „Als Lebensmittelaroma“. Das ist anders als bei fast allen anderen Marken. Was ich jetzt erzähle, bedeutet nicht, dass man im Laden gekaufte Öle jemals einnehmen sollte. Die dōTERRA-Öle können Sie in den Mund, unter die Zunge, in Wasser oder in ein anderes Getränk geben oder sie in Veggie Caps (Flasche zeigen) füllen.

Die Wissenschaft entwickelt sich ständig weiter und zeigt uns, dass die innerliche Anwendung von Ölen ein einzigartiges und wirkungsvolles System ist. Dazu erfahren Sie später mehr in unseren Weiterbildungskursen. Bitten Sie jemanden, eine kurze Geschichte über die innerliche Anwendung zu erzählen. Belohnen Sie die Person, die geantwortet hat, mit einer Probe; erzählen Sie, wie es verwendet werden kann.

3 Identifizierung von Wellness-Prioritäten

Erläutern und einladen: Was sind Ihre wichtigsten gesundheitlichen Prioritäten?

Jetzt kommt mein Lieblingsteil des Kurses. Lassen Sie die Teilnehmenden ihre wichtigsten Wellness-Prioritäten aufschreiben, damit Sie die für sie relevanten Lösungen mit ätherischen Ölen herausfinden können. Vorhin habe ich darüber gesprochen, dass alles, was Sie brauchen, um Ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen, ein Buch und eine Box sind. Zu lernen, wie man mit diesen beiden Dingen umgeht, war ein sehr wichtiger Teil meiner Reise. Erzählen Sie Ihr eigenes Beispiel: Ich erinnere mich, dass meine Tochter eines Tages weinend hereinkam, weil ihr ein kleines Missgeschick mit dem Fahrrad passiert war. Ich schaute in mein Referenzhandbuch, in dem stand, dass Tea Tree (Teebaum) und Frankincense (Weihrauch) die perfekte Lösung sind, und gab sie meinem Kind. Im nächsten Moment sah ich sie wieder fröhlich draußen spielen.



Notieren Sie Ihre drei wichtigsten gesundheitlichen Prioritäten hier oben auf Seite 3 (auf den Anfang der Seite zeigen). Überlegen Sie sich, was Sie in Ihrem Leben verbessern möchten, z. B. Energielosigkeit, schlechter Schlaf oder geistige Trägheit. Und

wovon Sie mehr wollen: Energie, eine belebende Umgebung für den Tag oder ein verbessertes Wohlbefinden. Einige Ideen, um Sie zum Nachdenken anzuregen: zusätzliche Unterstützung des Immunsystems, beruhigende Linderung oder Unterstützung bei Stress. Notieren Sie ein paar Dinge, über die wir sprechen können.

Schauen Sie sich als nächstes das Bild mit der Vitrine mit Produkten an. (Zeigen) Beachten Sie, dass die Regale nach Themen geordnet sind. Das unterste Regal steht für die Entscheidung, gesündere tägliche Gewohnheiten zu etablieren. Das mittlere Regal lädt uns dazu ein, uns durch regelmäßige Selbstfürsorge öfter Gutes zu tun. Und das oberste Regal hilft uns, Lösungen für alle möglichen Situationen parat zu haben.



Denken Sie bitte noch einmal an die Dreiecke auf der ersten Seite zurück. Stellen Sie sich vor, sie passen auf diese Seite. Denken Sie an das erste oder zeichnen Sie es sogar, wobei der obere Teil breiter ist und sich auf das Management der Symptome konzentriert. Nun, das ist Ihr oberstes Regal, in dem Sie Lösungen für Ihre eigenen Interventionen finden. Nehmen wir einmal an, Sie waren ein paar Stunden zu lange in der Sonne und brauchen jetzt etwas Lavender (Lavendel). Nun, hier ist es! (Zeigen) Oder Sie haben den ganzen Tag am Schreibtisch gesessen, dann ist PastTense™ die perfekte Lösung, um Verspannungen zu lösen. Vielleicht fühlen Sie sich nach einer langen Reise erschöpft und brauchen etwas zusätzliche Unterstützung mit den On Guard™+ Softgels. Da sind sie. (Zeigen) Oder Ihr Nachbar mäht seinen Rasen und dōTERRA Air™ hilft Ihnen dabei, freier durchatmen zu können.

Denken Sie nun an das andere Dreieck, das unten breiter ist und bei dem der Schwerpunkt auf bewussten Gewohnheiten liegt, die unsere grundlegenden körperlichen Bedürfnisse erfüllen. Wenn wir gute Praktiken anwenden, erzielen wir Tag für Tag bessere Ergebnisse. Ganz gleich, was Sie auf Ihre Prioritätenliste setzen, die täglichen Gewohnheiten werden wahrscheinlich eine der wichtigsten Antworten sein. Erzählen Sie Ihr eigenes Beispiel: Meine Tochter ist das perfekte Beispiel. Sie verwendete mehrere Male am Tag ZenGest™ (zeigen). Dann entdeckte sie ZenGest™ TerraZyme, den Verdauungsenzymkomplex von dōTERRA (zeigen). Sie gewöhnte sich an, ZenGest zu den Mahlzeiten einzunehmen, und verwendet es inzwischen nur noch gelegentlich.

Das mittlere Regal könnte man als Pendelregal bezeichnen. Ob Sie Deep Blue™ vor und nach jedem Training verwenden oder damit warten, bis Sie sich nicht mehr bewegen können, bleibt Ihnen überlassen! Warten Sie, bis Sie Probleme beim Einschlafen haben, bevor Sie dōTERRA Serenity™ verwenden, oder nehmen Sie es regelmäßig jeden Abend? Das ist die Idee des Pendelregals – Sie entscheiden, wie Sie die Öle für sich arbeiten lassen.

Im untersten Regal befinden sich bei unserer Schrankidee die Produkte, die uns helfen, unsere Gesundheit zu verbessern. Das

oberste Regal enthält Produkte zur Linderung von Beschwerden, die akut auftreten. Und das mittlere Regal kombiniert beide Ansätze!

4 Lösungen entdecken

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ein paar ihrer Prioritäten zu nennen.
- Zeigen Sie, wie die Teilnehmenden mit ihrem neuen Wissen über die einzelnen Regale ganz einfach Lösungen finden können.
- Zeigen Sie, wie man das Referenzhandbuch benutzt, indem Sie eine der Prioritäten einer Teilnehmerin bzw. eines Teilnehmers nachschlagen. Zeigen Sie ihnen auch, wie sie nach Ölen suchen, die sie interessieren, und wie sie Protokolle finden.
- Reichen Sie in diesem Teil des Kurses ätherische Öle herum, die als potenzielle Lösungen vorgeschlagen werden, während Sie oder eine andere Person kurz eine Erfolgsgeschichte erzählt.



Finden Sie in jedem Kurs den idealen Zeitpunkt, um das dōTERRA Lifelong Vitality Pack™ zu erwähnen (z. B. wenn jemand fragt, wie wie das allgemeine Wohlbefinden verbessert werden kann), und gehen Sie auf die Vorteile ein. Erzählen Sie, wie diese Produkte bei der Suche nach Lösungen die Grundlage für unser Wohlbefinden bilden. Hören Sie genau zu, während die Prioritäten genannt werden, um zu entscheiden, ob das dōTERRA Lifelong Vitality Pack eine gute Lösung wäre. Bitten Sie wenn möglich eine Person, die es bereits verwendet, einen Erfahrungsbericht zu teilen. Erzählen Sie, dass es das meistverkaufte Produkt von dōTERRA ist und eine 30-Tage-Geld-zurück-Garantie hat.



Gehen Sie auf Seite 3 zurück und besprechen Sie mit der Gruppe die Gesundheits- und Wellnessprioritäten, welche die Teilnehmenden zuvor notiert haben. Fragen Sie nach einer bzw. einem Freiwilligen, die bzw. der als Erstes von den eigenen Prioritäten erzählen will. Sprechen Sie anhand der Produkte im Schrank über

Vorschläge und Lösungen für ihre Gesundheitsprioritäten. Geben Sie ein kurzes Beispiel dafür, wie jedes der Produkte Ihnen oder einer Person, die Sie kennen, geholfen hat, oder lassen Sie eine andere Person von ihrer Erfahrung berichten. Dies können Sie etwa 10–15 Minuten immer wieder wiederholen.

Es gibt drei Dinge, durch die dieser Teil Ihres Kurses der wirkungsvollste für Ihre Teilnehmenden wird:

- **Lösungen finden.** Sie wissen nun, wie sie die verschiedenen Regale in ihrem Alltag nutzen können; sie können die Öl-Vorschläge und Aufzählungspunkte in der Seitenmitte nachschlagen und sie hören die Ideen der anderen Teilnehmenden. In dem Moment, in dem jemand anderes als der Lehrer Vorschläge macht, erkennen und denken alle anderen: „Das kann ich auch!“
- **Sozialer Nachweis.** Testimonials sind eine sehr gute Möglichkeit für die Teilnehmer, von den Erfahrungen von Menschen zu profitieren, die die Öle bereits verwenden oder eine Probe ausprobiert haben und berichten, dass die Öle wirken!
- **Referenzhandbücher.** Zu zeigen, wie man eine Gesundheitspriorität oder ein Öl, das einen interessiert, in einem Referenzhandbuch nachschlägt, ist aus zwei Gründen ein sehr wichtiger Teil Ihres Kurses. Erstens werden die Teilnehmenden dies nach dem Öle-Abend tun, um sich besser für ein Kit entscheiden und ihre erste Bestellung aufgeben zu können. Zweitens zeigt es ihnen, wie einfach es ist, in Zukunft allein Lösungen zu finden.

Das Wichtigste, was Ihre Teilnehmenden jetzt wissen sollten, ist, dass ätherische Öle wirksame, natürliche und sichere Lösungen für sie und ihre Familie bieten. Im nächsten Schritt müssen Sie ihnen die drei Möglichkeiten erläutern, wie sie anderen den Einstieg ermöglichen.



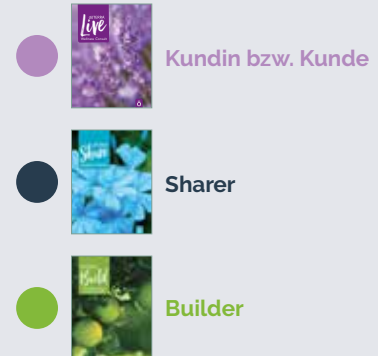
5 Die Einladung, Leben zu verändern

- Identifizieren Sie die drei Arten von Personen: Kundinnen bzw. Kunden, Sharer und Builder.
- Erläutern Sie die Mission von dōTERRA, die Welt zu verändern (Co-Impact Sourcing™, dōTERRA Healing Hands™).



3 Arten von Personen – mit wem wollen Sie arbeiten?

Verwenden Sie die folgenden Skripte, um Interessierte bei der Wahl ihres Einschreibebewegs zu helfen und sie in Ihrer Organisation zu platzieren, je nachdem, mit wem sie arbeiten möchten.



Kundin bzw. Kunde

Sharer

Builder

Verwenden Sie diese Spaltenskripte während der Präsentation und zeigen Sie währenddessen auf jeden Abschnitt.

Wessen Leben möchten Sie verändern?

Wir haben festgestellt, dass es drei Arten von Personen gibt, mit denen wir arbeiten.

Ihre Wahl unterstützen

Verwenden Sie diese Skripte nach der Präsentation, wenn Sie jeder Person im Einzelgespräch helfen.

Empfohlene Einschreibung

Kundin bzw. Kunde

Die erste Art von Personen ist begeistert von einem natürlichen Lebensstil. Wenn sie die Kraft der ätherischen Öle kennenlernen, können sie es kaum erwarten, die Produkte mit ihrer Familie zu teilen. dōTERRA unterstützt diese Art von Personen durch kostenlose Schulungen zu ätherischen Ölen und ein großzügiges Treueprogramm.

Leben

- Laden Sie sie ein, ihr Leben zu ändern.
- Geben Sie jedem Enrollee einen Live Guide für seine anstehende Wellness-Beratung. Jede Person ist eine Kundin bzw. ein Kunde!
- Vereinbaren Sie einen Termin für eine Wellness-Beratung ein paar Tage nach Erhalt des Kits.

Vorteilskunde
Kit ihrer Wahl

Lassen Sie uns das beste Kit für Sie und Ihre Familie aussuchen.

Sharer

Die zweite Art von Personen möchte aus eigenem Antrieb teilen, was sie liebt – und sie liebt dōTERRA-Produkte! Wenn diese Menschen mit der Zeit mehr und mehr teilen, können sie genug verdienen, um die Öle zu bezahlen, die sie jeden Monat kaufen. Es gibt Millionen von Menschen auf der ganzen Welt, die aktuell auf diese Weise ätherische Öle von dōTERRA erhalten.

Teilen

- Laden Sie sie ein, das Leben anderer zu verändern, indem sie einen Kurs anbieten.
- Geben Sie allen einen Share Guide, die sich bereit erklären, einen Kurs zu veranstalten.
- Vereinbaren Sie in ein paar Tagen einen Termin für eine Einführung für Sharer.

Wellness-Botschafter*innen
Family Essentials oder Daily Habits Kit

Lassen Sie uns das Kit herausuchen, das am besten für Sie und Ihre Familie geeignet ist und das Sie mit Ihren Liebsten teilen und mit dem Sie deren Leben verbessern können.

Builder

Die dritte Art von Personen hat zugehört und sich gedacht: „Das will ich auch machen! Ich möchte das Leben der Menschen verändern, indem ich sie über die Kraft der ätherischen Öle informiere.“ dōTERRA belohnt diese Art von Menschen durch einen großzügigen Vergütungsplan. Indem diese Personen andere über die Kraft der ätherischen Öle informieren, können sie genug verdienen, um ihr Einkommen aufzubessern und mehr Kontrolle über ihre Zeit und ihre Finanzen zu haben.

Aufbauen

- Laden Sie sie ein, ihre Zukunft zu verändern und etwas zu bewirken.
- Geben Sie allen einen Build Guide, die sich für das Geschäft interessieren.
- Vereinbaren Sie in ein paar Tagen einen Termin für eine Einführung für Builder.

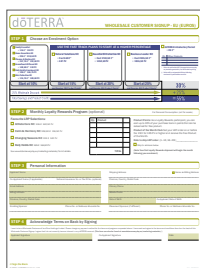
Wellness-Botschafter*innen
Natural Solutions Kit

Ich empfehle, ein Natural Solutions Kit zu kaufen. Es ist wichtig, eine Reihe verschiedener dōTERRA-Produkte auszuprobieren und zusätzliche Proben zum Verteilen zur Verfügung zu haben. Dann werden andere das Gleiche tun wollen wie Sie.

Und noch etwas ganz Besonderes sollten Sie über dōTERRA wissen: Jedes Mal, wenn Sie Ihre Öle kaufen, verändern und segnen Sie Leben rund um den Globus. Durch die Initiativen dōTERRA Co-Impact Sourcing™ und dōTERRA Healing Hands™ arbeitet dōTERRA mit einem riesigen Netzwerk von Erzeugern und ihren Familien zusammen und kann so ihr Leben und ihre Chancen erheblich verbessern.

Erfolgreich einschreiben

Der einzige Weg, wirklich Leben und Ihre Zukunft zu verändern, besteht darin, Ihre Interessierten mit den ätherischen Ölen von dōTERRA zu versorgen. Gehen Sie davon aus, dass die anderen zu Ihrer Präsentation gekommen sind, weil sie großes Interesse an Ihrem Angebot haben. Wenn Sie sie vor ihrem Besuch vorbereitet haben, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass sie etwas kaufen. Fordern Sie die Teilnehmenden selbstsicher auf, den nächsten Schritt zu gehen: ihr eigenes Wohlbefinden in die Hand zu nehmen, indem sie sich mit einem Kit einschreiben. Es gibt drei Möglichkeiten, ätherische Öle von dōTERRA zu kaufen. Wählen Sie gemeinsam mit ihnen die für sie beste Option aus.



6 3 Wege zum Kauf

Erklären Sie, dass es drei Möglichkeiten des Kaufs gibt: als Endkundin bzw. -kunde, als Vorteilskundin bzw. -kunde oder als Wellness-Botschafter*in.

Endkundin bzw. Endkunde

Die erste Möglichkeit ist die der Endkundin bzw. des Endkunden. Dies ist die teuerste Variante und sie entspricht eher einer Umgebung wie im Einzelhandel. Es ist eine gute Option für alle, die nur einmalig etwas kaufen möchten.

Vorteilskundin bzw. -kunde

Die zweite Möglichkeit des Kaufs ist die der Vorteilskundin bzw. des -kunden. Mit einer Vorteilskunden-Mitgliedschaft können Sie bei dōTERRA 25% unter dem Verkaufspreis einkaufen.

Wellness-Botschafter*in

Die dritte Möglichkeit, Öle zu kaufen, ist die der Wellness-Botschafterin bzw. des Wellnessbotschafters. Dies ist der cleverste Weg, an Ihre Öle zu kommen. Ich möchte es Ihnen erklären.

Kit-Optionen

Informieren Sie über einige Details zu den Kit-Optionen und laden Sie zur Einschreibung ein. *dōTERRA möchte Sie dabei unterstützen, einen natürlichen Lebensstil zu führen, mit ätherischen Ölen für Ihr tägliches Wohlbefinden und mit Produkten, die Sie bei allen möglichen Herausforderungen unterstützen. dōTERRA stellt Kits zusammen, mit denen Sie preislich besser kommen als beim Einzelkauf der Öle. Durch den Kauf eines Kits wird auch die Vorteilskunden-Mitgliedschaft vollkommen kostenlos. Werfen wir einen Blick auf die erhältlichen Kits. (Anmeldeformular für Vorteilskundinnen und -kunden ausgeben).*

Stellen Sie kurz das oder die Kit(s) vor, die sich für Ihren Kurs am besten eignen. Die folgenden Skripte zeigen Ihnen, was Sie sagen können und wie Sie die Kits miteinander vergleichen, um die Entscheidungsfindung zu erleichtern. *Hier sind die beliebtesten Kits für den Einstieg. Ich werde Ihnen jeweils ein paar Sachen darüber erzählen.*

- *Das Natural Solutions Kit ist ein echtes Lifestyle-Kit mit allem, was Sie im Schrank gesehen haben (auf Seite 2 des Kurs-Handouts zeigen). Es enthält viele wichtige Öle und einen tollen Diffuser, On Guard™-Produkte, Wellness-Produkte für jeden Tag und das dōTERRA Lifelong Vitality Pack™ Ergänzungs-Trio. Mit diesem Kit sparen Sie Geld gegenüber dem Einkaufspreis, sodass Sie kostengünstig einsteigen können.*
- *Das Daily Habits Kit ist ein Mini-Lifestyle-Kit. Es enthält das dōTERRA Lifelong Vitality Pack, Nahrungsergänzungsmittel und alle Öle, die Sie vielleicht in Ihrer täglichen Routine verwenden möchten.*
- *Das Family Essentials Kit enthält 10 der besten Öle, von denen wir viele bereits besprochen haben.*
- *Das Home Essentials Kit ist so konzipiert, dass es Ihnen eine Vielzahl von Optionen für Ihr persönliches Wohlbefinden und Ihren Haushalt bietet sowie einen schönen Diffuser enthält.*

Es gibt so viele Möglichkeiten, ich kann Ihnen dabei helfen, das Kit auszuwählen, das für Sie und Ihre Familie am besten passt.

Kurse aus Kursen heraus buchen

Erweitern Sie Ihr Netzwerk, indem Sie Ihre Teilnehmenden einladen, selbst einen Öle-Abend zu veranstalten. Setzen Sie sich das Ziel, zwei Kurse aus jedem gehaltenen Kurs heraus zu buchen. Im Folgenden finden Sie einige Vorschläge, wie Sie Anreize für die Buchung künftiger Kurse schaffen können:



Während unserer gemeinsamen Zeit haben Sie wahrscheinlich an Menschen gedacht, die Sie kennen und die von denselben Erfahrungen profitieren würden. Wenn Sie Ihren eigenen Kurs veranstalten möchten, wenden Sie sich im Anschluss an den Kurs an einen von uns. Und wenn Sie noch heute Abend buchen, können Sie diesen Schlüsselanhänger mit nach Hause nehmen! (Schlüsselanhänger zeigen.)

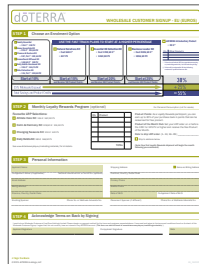
Der Schlüsselanhänger enthält meine acht liebsten ätherischen Öle für unterwegs. Ich liebe ihn, denn egal wo ich bin, ich habe die Öle immer dabei. (von Erfahrungen mit einem/einigen der Öle im Schlüsselanhänger berichten) Jeder braucht so ein Teil! Wer möchte eins mit nach Hause nehmen?

Sie müssen diesen Schlüsselanhänger nicht bei mir kaufen – Sie können ihn als Prämie erhalten! Wenn jemand von Ihnen möchte, dass ich oder _____ einen so unterhaltsamen Kurs, wie wir ihn heute hier hatten, bei ihm zu Hause gibt, dann kann er heute einen dieser Schlüsselanhänger mit nach Hause nehmen. Das funktioniert folgendermaßen: Sie erhalten einen leeren Schlüsselanhänger, wenn Sie heute einen Kurs hier buchen. Wir können später einen Termin festlegen, der uns beiden passt (oder einen Kalender bereithalten, in den man sich eintragen kann). Wenn Sie Ihren Kurs veranstalten, stecke ich für jede Person, die Sie eingeladen haben und die teilnimmt, ein Fläschchen mit einem der Basisöle in Ihren Schlüsselanhänger! Wenn Sie also vier Teilnehmer haben, stecke ich vier dieser kleinen Fläschchen hinein. Wenn acht Leute kommen, fülle ich das ganze Teil!

7 Einladung zur Einschreibung

Bevor wir zum Ende kommen, möchte ich Ihnen erzählen, warum ich mir die Zeit nehme, andere über die Kraft der ätherischen Öle zu unterrichten.

- Beenden Sie den Kurs mit einem überzeugenden Erfahrungsbericht. Dies sollte eine Ihrer emotionalsten und wirkungsvollsten Erfahrungen mit ätherischen Ölen sein. Erzählen Sie authentisch und von Herzen. Erklären Sie abschließend, wie Sie dadurch motiviert wurden, die Öle mit anderen zu teilen.
- Teilen Sie Einschreibe-Incentives und/oder dōTERRA-Promotions aus. Seien Sie klar und prägnant. Ein verwirrter Verstand sagt nein. Vermeiden Sie zu viele Angebote.
- Bitten Sie die Teilnehmenden nach dem Kurs, mit Hilfe eines Referenzhandbuchs nach Lösungen für die auf Seite 3 genannten Wellnessprioritäten zu suchen.
- Sagen Sie ihnen, dass jeden zusätzlichen Artikel, den sie brauchen oder wollen, problemlos zu ihrer ursprünglichen



Bestellung (oder ihrer ersten LRP-Bestellung) hinzufügen können.

- Erklären Sie, wie das Einschreibeformular ausgefüllt wird, stellen Sie dabei die Optionen Vorteilskunde vs. Wellness-Botschafter gegenüber. Die meisten Menschen schreiben sich erfahrungsgemäß als Vorteilskundinnen bzw. -kunden ein; diejenigen, die teilen und aufbauen wollen, müssen sich als Wellness-Botschafter*in einschreiben.

Bieten Sie die mit ätherischen Ölen angereicherten Erfrischungen an und beantworten Sie eventuelle Fragen. Verteilen Sie die Referenzhandbücher. Halten Sie ausreichend Exemplare für alle Teilnehmenden bereit.

Individuelle Aufmerksamkeit

Nach dem Kurs sollten Sie mindestens 15 bis 20 Minuten Zeit einplanen, um allen Teilnehmenden bei der Auswahl ihrer Kits zu helfen. Lassen Sie jede Person ihre wichtigsten Anliegen in einem Referenzhandbuch nachschlagen. Helfen Sie als Erstes der Person, die zuerst gehen muss.

Schauen Sie sich ihre Prioritäten an und sehen Sie nach, welche Produkte sie auf der Grundlage der Informationen im Referenzhandbuch notiert hat. Achten Sie darauf, dass sie für jede Priorität gängige Öle notiert hat. Schlagen Sie dann das Kit vor, das ihren Bedürfnissen am besten entspricht. Erklären Sie, was Sie an dem Kit, das Sie für das beste halten, besonders schätzen.

Übertreiben und drängeln Sie nicht. Helfen Sie der Person stattdessen, ihre Bedürfnisse bestmöglich zu erfüllen, indem Sie alles mit ihren Prioritäten in Verbindung bringen und erläutern, wie das Kit konkret unterstützen kann. Gehen Sie davon aus, dass die Person mit einer Kaufabsicht gekommen ist und ihr Wohlbefinden verbessern möchte. Wenn es soweit ist, dass Einschreibeformulare ausgefüllt werden, lassen Sie die Person allein damit beginnen, aber versichern Sie ihr, dass Sie bei Fragen jederzeit zur Verfügung stehen.

Der beste Zeitpunkt, um eine Wellness-Beratung auszumachen, ist der Moment der Einschreibung. Der beste Zeitpunkt für eine Beratung ist nach Eintreffen der ersten Bestellung. Verwenden Sie das Beispielskript auf Seite 69 in der zweiten Spalte, das Ihnen beim Buchen hilft.

Fassen Sie innerhalb von 48 Stunden nach, um Personen zu helfen, die sich dann noch nicht eingeschrieben haben. Erinnern Sie sie an alle relevanten Promotions. *Ich freue mich, dass Sie mit uns an dem Kurs teilgenommen haben! Was hat Ihnen am meisten gefallen? Wie können die Öle Ihrer Meinung nach Ihnen und Ihrer Familie am besten helfen? Welches Kit passt am besten zu Ihren Bedürfnissen? Welche Fragen haben Sie? Wäre jetzt ein guter Zeitpunkt, um Ihnen zu zeigen, wie Sie starten können?* Oft kommt es nach 3–5 Interaktionen zur Einschreibung. Diejenigen, die sich nicht direkt im Kurs eingeschrieben haben, brauchen möglicherweise weitere Erfahrungen/Informationen, bevor sie bereit sind.

Option: Laden Sie die Teilnehmenden ein, noch etwas länger zu bleiben (nachdem Sie Zeit für die Einschreibungen gegeben haben) und in einer kurzen Einführung für Builder mehr über das Teilen von dōTERRA-Produkten zu erfahren. Weitere Informationen siehe Seite 87–88.

Top-Tipps für die Einschreibung

- Zerstreuen Sie bei Bedarf Einwände:
Ich weiß nicht, welches Kit ich bestellen soll: Ermutigen Sie die Person, über ihre Wellnessprioritäten nachzudenken, vielleicht unter Zuhilfenahme eines Referenzhandbuchs. Machen Sie Vorschläge.
An Ihrer Stelle würde ich mich mit dem ----- Kit einschreiben, weil...
Finanzielle Bedenken: *Sie könnten einen Kurs veranstalten und dadurch das Geld verdienen, um das Kit Ihrer Wahl zu kaufen.*
Andere Bedenken: Hören Sie erst zu und gehen Sie dann auf Wünsche und Bedenken ein. Machen Sie Vorschläge. Helfen Sie bei der Auswahl des Kits.
- Verwenden Sie unabhängig vom Präsentationsformat eine der folgenden Methoden, um Ihre neuen Kunden sofort oder innerhalb von 48 Stunden einzuschreiben:
 - 1 Lassen Sie sich von Ihren Interessenten ihr ausgefülltes Bestellformular geben oder ein Foto davon per SMS oder E-Mail zusenden.
 - 2 Tragen Sie am Telefon ihre Einschreibedaten zusammen.



Platzierungsstrategie

Die erfolgreiche Platzierung Ihrer neuen Enrollees ist entscheidend für Ihr Einkommen, das Erreichen höherer Ränge und langfristigen Erfolg. Legen Sie klare Erwartungen fest, um die Beziehungen zu sichern, denn manche entscheiden sich sofort für einen Weg, während andere Zeit brauchen, um über die Rolle des Kunden hinauszugehen.

Follow-up bei anfänglicher Sponsorenverschiebung

Sie haben bis zum 10. Tag des Folgemonats Zeit, um Ihr neues Mitglied zu unterstützen. Nutzen Sie die gesamte Zeit sowie die Wellness-Beratung des Mitglieds, als Gelegenheiten, mehr über seine Interessen und Wünsche zu erfahren, damit Sie bessere Platzierungsentscheidungen treffen können. Fragen Sie ggf. Ihre Upline nach Unterstützung und einer Strategie.

Ihr Engagement für Ihre neuen Enrollees ist entscheidend für deren langfristigen Erfolg. Nutzen Sie diese Platzierungsstrategien als Leitfaden für Ihre nachfolgenden Aktivitäten. Um wirklich Leben zu verändern, betrachten Sie diese ersten Tage ihrer Mitgliedschaft als die Zeit, in der Sie den Preis für den Erfolg Ihres Geschäfts „bezahlen“ – und es kostet Sie nicht mehr als ein wenig Ihrer Zeit, um zu signalisieren, dass Sie sich kümmern. Wenn Sie diese Unterstützung signalisieren, sind Ihre Builder eher geneigt, es Ihnen gleich zu tun.

Ihren Weg entdecken

Wenn Sie die folgenden drei Wege verstanden haben, können Sie herausfinden, wo der Fokus Ihres Enrollees liegt, nachdem er eine Präsentation oder eine Wellness-Beratung erlebt hat. Anhand der folgenden Hinweise können Sie herausfinden, wo Sie ihn am besten platzieren. Entscheiden Sie sich für langfristige Visionen und Erfolg statt für kurzfristige Bedürfnisse, indem Sie Personen dort platzieren, wo sie sich wohlfühlen und unterstützt werden. Weitere Einzelheiten finden Sie auf Seite 108.

Kundin bzw. Kunde

- Das Hauptinteresse liegt darin, die Produkte für das persönliche Wohlbefinden und das der Familie zu nutzen.
- Schreibt sich als Vorteilskunde ein.
- Kann, muss aber nicht im LRP sein.

Sharer

- Möchte mit anderen teilen, indem er einen Kurs oder Einzelgespräch(e) veranstaltet.
- Schreibt sich als Vorteilskundin bzw. -kunde oder – um andere einzuschreiben und Provisionen zu erhalten – als Wellness-Botschafter*in ein.
- Ist mit einer Bestellung von 100+ PV im LRP.

Builder

- Will Einkommen generieren.
- Schreibt sich als Wellness-Botschafter*in ein.
- Verpflichtet sich zu einer monatlichen LRP-Bestellung von 100+ PV, um Provisionen zu erhalten.
- Bei den auf Seite 16 dieses Leitfadens aufgelisteten Eigenschaften eines erfolgreichen Builders hat er/sie wahrscheinlich ein besseres Ergebnis erreicht.

Welche Art von Builder?

Die Platzierung von Buildern in Ihrem Team ist entscheidend für langfristigen Erfolg. Platzieren Sie Builder, die engagiert *und* fähig sind, in Ihrer ersten Ebene. Erwägen Sie die Platzierung von Buildern, die entweder engagiert *oder* fähig sind, in Ihre zweiten Ebene.

- **Engagiert:** Befolgt und absolviert die 5 Schritte zum Erfolg.t
- **Fähig:** Schreibt einen Builder im ersten Monat nach seiner Zusage als Builder selbst ein.



Was ist Ihre Rolle?

Enroller

- In der Regel die Person, die einen Enrollee zu dōTERRA gebracht hat. (Wessen Kontakt ist es? Wer hat ihn eingeladen?)
- Erhält in den ersten 60 Tagen nach der Einschreibung Fast-Start-Boni auf die Einkäufe des neuen Enrollees.
- Legt gemeinsam mit dem Sponsor (falls abweichend) fest, wer die Wellness-Beratung, das Follow-up und die laufende Betreuung übernimmt.
- Enrollee zählt für den Rangfortschritt des Enrollers (einer je physischem Bein), muss aber nicht in der Frontline dieses Beines sein.
- Übernehmen Sie immer die Einschreibung Ihrer Enrollees, bis es sinnvoll ist, sie auf deren Sponsor oder einen anderen Builder zu übertragen, um das Erreichen höherer Ränge und langfristige Aufbaustrategien zu ermöglichen.

Sponsor

- Person, welcher der Enrollee direkt unterstellt ist (auch als direkte Upline bezeichnet).
- Profitiert von Power of 3 und Unilevel-Boni.
- Unterstützt bei der Wellness-Beratung und anderen Follow-up-Maßnahmen (je nach den getroffenen Vereinbarungen).

Ein Enroller kann das Sponsoring eines neuen Enrollees einmal während der ersten 14 Tage nach der Einschreibung über das Virtual Office ändern.

Um den Sponsor einer Person in den ersten 14 Tagen zu wechseln:

doterra.com > Virtual Office > Downline > Sponsoränderungen

Wie funktioniert die Platzierung?

Platzieren Sie neue Enrollees dort, wo sie sich entwickeln können und unterstützt werden. Fügen Sie Builder hinzu, sobald Sie welche finden. Das Tempo beim Aufbau einer Teamstruktur ist unterschiedlich. Je nachdem, wann sich Ihre Builder oder Geschäftspartner einschreiben und wann sie aktiv werden, bestimmt dies das Tempo, mit dem Sie jedes neue Bein beginnen. Manche fangen beispielsweise mit einem Builder an und entwickeln sich von dort aus weiter, während andere vielleicht mit drei Buildern beginnen. Vielleicht haben sie mit einem größeren Netzwerk oder bereits bestehenden Beziehungen begonnen.

Drei finden

Idealerweise sollten Sie während Ihres Launch-Prozesses drei Builder finden. Nutzen Sie weiterhin Ihre *Namensliste* und den *Success Tracker*, um mit den Personen Kontakt aufzunehmen, die Sie als potenzielle Builder ausgemacht haben. Da mehrere Interaktionen und Erfahrungen nötig sein können, um engagierte Builder zu qualifizieren (weshalb die Nutzung des 14-tägigen Follow-up-Fensters entscheidend wichtig ist), wenden Sie die folgende Strategie an, um Ihren Power of 3-Bonus und die Strukturierung zukünftiger Rangziele zu erreichen. Ziehen Sie in Erwägung, einen oder zwei Kunden in Ihrer Frontline zu platzieren, um das erforderliche Volumen für Ihre Power of 3-Bonusqualifikationen zu erreichen.

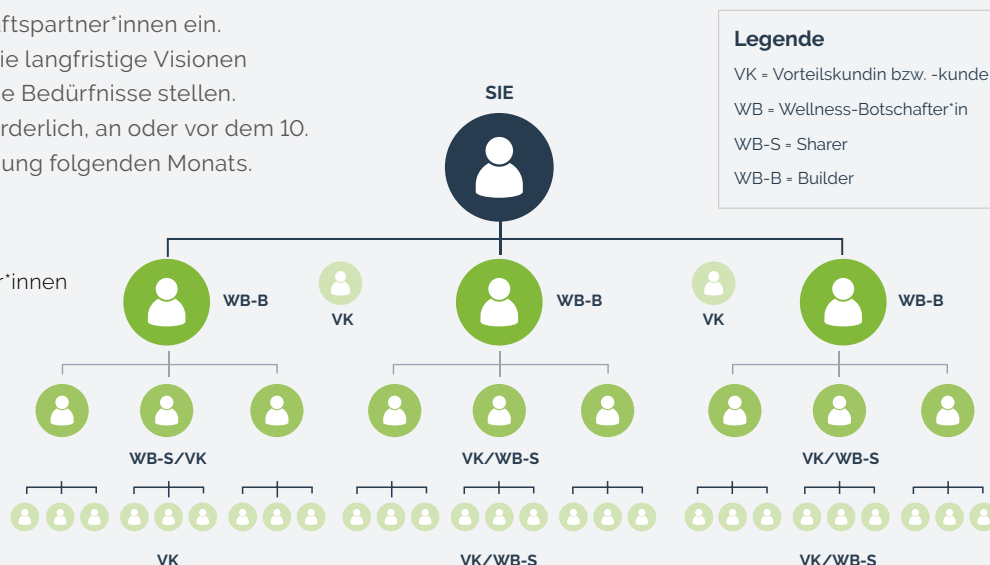
1. Schreiben Sie Ihre Geschäftspartner*innen ein.
2. Platzieren Sie sie, wobei Sie langfristige Visionen und Erfolg über kurzfristige Bedürfnisse stellen.
3. Verschieben Sie, falls erforderlich, an oder vor dem 10. Tag des auf die Einschreibung folgenden Monats.

Ideale Struktur

Ebene 1: Ihre Geschäftspartner*innen
(Engagiert und fähig)

Ebene 2: Builde und Sharer
(Engagiert oder fähig)

Ebene 3: Kundinnen und Kunden





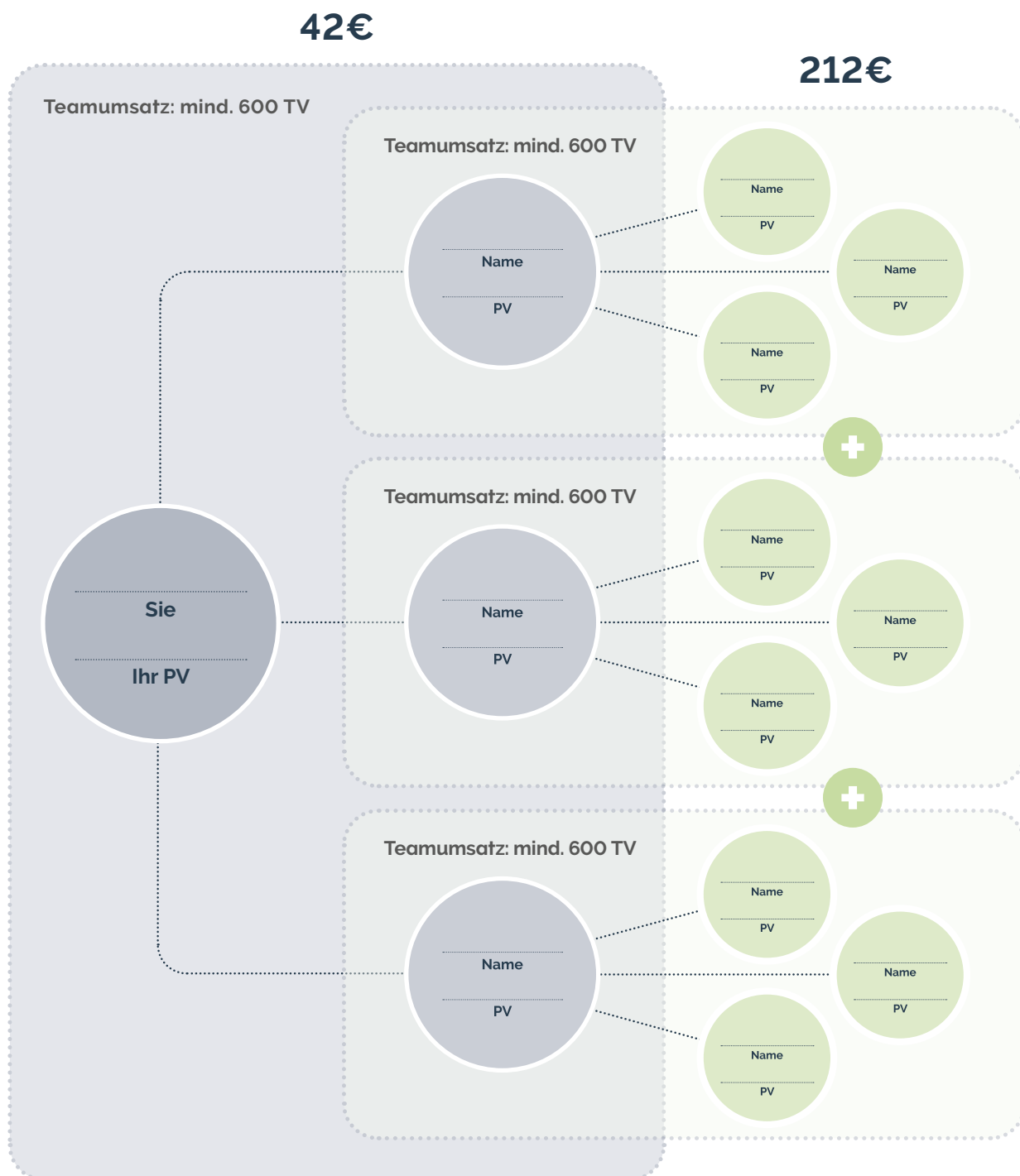
Top-Tipps für die Platzierung

- **Platzieren Sie Ihre Kunden in einem Team, in dem sie möglichst ähnliche Interessen wie ein Sponsor haben oder sich mit anderen, die sie bereits kennen oder in deren Nähe sie wohnen, vernetzen können.** Suchen Sie basierend auf den verschiedenen Spalten Ihrer *Namensliste* (S. 15–16) Möglichkeiten, Personen dort zu platzieren, wo sie sich gegenseitig am besten unterstützen können. Sie könnten ein Bein ‚Familie‘, ein Bein ‚gemeinsame Freunde‘, ein Bein ‚Standort‘ oder ein Bein ‚Nische‘ erstellen.
- **Während Sie weiter einschreiben, sollten Sie überlegen, ob Sie einige Ihrer neuen Enrollees unter engagierten und fähigen Buildern platzieren, die aktiv einschreiben und ihr Team und ihre Kundinnen bzw. Kunden unterstützen.** Wenn Sie sie bei der Verwirklichung ihrer Ziele unterstützen, können Ihnen das helfen, Ihre eigenen Ziele zu erreichen. Die Platzierung unter „potenziellen“ Buildern endet jedoch oft in Frustration. Deshalb empfehlen wir Ihnen dringend, dass Sie die Einschreibung Ihrer Enrollees bei sich belassen, bis sie vom neuen Sponsor verdient wurde. Sollten sie nicht die versprochenen Leistungen erbringen, haben Sie immer noch die Möglichkeit, Ihren Enrollee als eigenes qualifiziertes Bein zu entwickeln oder später zu verschieben.
- **Wenn Sie noch keinen engagierten Builder für ein Bein gefunden haben, tun Sie Ihr Bestes, um jemanden zu finden (z. B. ein vertrauenswürdigen Familienmitglied), den Sie später gegen einen qualifizierten Builder/ Geschäftspartner*innen austauschen können.**
- **Beachten Sie Folgendes in Bezug auf Vorteilskunden:**
 - Sie können den Vorteilskunden (VK) innerhalb des Zeitraums für die anfängliche Sponsorenverschiebung (am oder vor dem 10. Tag des auf die Einschreibung folgenden Monats) verschieben oder upgraden, wenn er an einem anderen Ort besser platziert wäre.
 - Entscheidet sich der Vorteilskunde nach Ablauf des Zeitraums für die anfängliche Sponsorenverschiebung für ein Upgrade zum Wellness-Botschafter (WB), bleibt seine Sponsorenplatzierung unverändert.
 - Wenn Sie seine Platzierung nach Ablauf des Zeitraums für die anfängliche Sponsorenverschiebung ändern möchten, muss der Vorteilskunde ein Upgrade zum Wellness-Botschafter erhalten. Nach dem Upgrade muss er einen Neukunden mit 100 PV einschreiben, um sich für einen Sponsorwechsel zu qualifizieren. Sie haben dann ab dieser Einschreibung bis zum 10. Tag des Folgemonats Zeit, um zu entscheiden, wohin Sie ihn und seinen neuen Enrollee verschieben wollen.

Für Änderungen der Platzierung oder Fragen, schauen Sie unter der [Registerkarte Downline > Platzierungen](#) in Ihrem Virtual Office oder fragen Sie Ihre Upline oder den Kundendienst. Anträge auf Verschiebung und Änderung können auch an europeplacements@doterra.com gesendet werden

Power of 3-Planer

Indem Sie sich mit Ihren Geschäftspartnerinnen und -partnern sowie deren Geschäftspartnerinnen und -partnern für Ihren künftigen Rang strukturieren, arbeiten Sie ganz automatisch auf Ihren Power of 3-Bonus für 212€ hin. Sie müssen einen 600+ Teamumsatz (TV) von mindestens 600 TV pro Vier-Personen-Kasten erreichen (schließt auch alle anderen Frontline-Umsätze ein). Für jede Person in den Vier-Personen-Kästen ist eine LRP-Bestellung von mindestens 100 PV erforderlichlich.





GoTERRA

ALPHA
CRS+

CELLULAR
VITALITY COMPLEX

Wellness Coach

Attn: [Name]

1234

1234



Unterstützen

Mit Lösungen stärken

Am Ende des Schrittes ‚Unterstützen‘ werden Sie wissen, wie Sie Wellness-Beratungen durchführen, Ihre Kundinnen und Kunden ins LRP holen, sie durch persönliche Kommunikation und Weiterbildungsmöglichkeiten binden und zum Teilen und Aufbauen einladen können.

Ganz egal, mit welchem Produkt Sie zu tun haben – letztlich sind Sie im Bildungsbereich tätig. Ihre Kundinnen und Kunden müssen sich ständig weiterbilden . . . und lernen, wie sie ihr Leben dauerhaft verbessern können.

Robert G. Allen

Kunden einarbeiten

Kunden machen den Großteil des Umsatzes eines jeden Teams aus. Die Beziehung Ihrer Kundinnen und Kunden zu dōTERRA wird durch ihre Beziehung zu Ihnen genährt.

Bemühen Sie sich, den Bedürfnissen Ihrer neuen Enrollees gerecht zu werden, und Sie werden sie auch in Zukunft als Kundinnen und Kunden behalten.

Schaffen Sie von Anfang an eine Kultur des Dienens, der Liebe und Wertschätzung, indem Sie Ihren Kunden Wellness-Beratungen als Einstieg in eine langfristige dōTERRA-Routinen anbieten.

Idealer Ablauf

Nachfolgend sehen Sie das ideale Tempo für die Einarbeitung Ihrer Kundinnen und Kunden. Nehmen Sie bei Bedarf Anpassungen an die Bedürfnisse des Einzelnen vor. Nutzen Sie dieses effektive Follow-up-Verfahren, um jede*n neue*n Enrollee zu unterstützen. Achten Sie auf Ihr 14-tägiges Zeitfenster, um die Platzierung eines neu Enrollees nach Bedarf oder Wunsch zu ändern. Vervielfältigung beginnt mit dem rechtzeitigen Follow-up bei Ihren eigenen Kundinnen und Kunden und setzt sich fort, wenn Ihre Builder lernen, es Ihnen gleich zu tun.

Einschreiben



Beim Warten auf das Kit

- Schicken Sie einen Willkommensbrief und/oder eine SMS- oder E-Mail-Abfolge oder Drip-Kampagne zur Einarbeitung.
- Vereinbaren Sie eine Wellness-Beratung, wenn sie sich einschreiben und die Begeisterung groß ist. Legen Sie den Termin auf kurz nach dem Eintreffen des Kits. Händigen Sie bei der Einschreibung den *Live Guide* aus.

Da Sie in Ihr Wohlbefinden investieren, möchte ich in Sie investieren und Ihnen die besten Tipps für die Verwendung Ihrer neuen Produkte geben. Ich möchte nicht, dass Sie jemals etwas kaufen und nicht wissen, wie Sie es benutzen sollen. Das Wichtigste ist, dass Sie wissen, wie Sie Ihre Produkte einsetzen müssen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Unser nächster Schritt ist also besonders wichtig. Lassen Sie uns ein 30-minütiges Telefonat innerhalb von etwa drei Tagen ausmachen, nachdem Sie Ihre Produkte erhalten haben. Nach dem Gespräch werden Sie einen Wellness-Plan haben, der Ihre wichtigsten gesundheitlichen Prioritäten enthält, Sie werden wissen, wie Sie bestellen und Bonusprodukte erhalten, und erfahren, wie Sie jederzeit selber Lösungen finden können. Wie hört sich das an?

- Schicken Sie Tipps für ätherische Öle per SMS/E-Mail.

Tag vor der Wellness-Beratung

- Schicken Sie der Person am Tag vor der Wellness-Beratung eine SMS zur Erinnerung. Vielleicht geben Sie noch zusätzliche Informationen weiter, z. B. einen Videolink, den sie sich vor dem Treffen ansehen kann, um die Zeit optimal ausschöpfen zu können.

Wellness-Beratung (siehe S. 71)

Idealerweise führen Sie etwa 3 Tage nach Eintreffen der Produkte eine Wellness-Beratung durch (30–60 Minuten), um jedem neuen Mitglied zu helfen:

- Produkte mit den Wellnessprioritäten in Verbindung bringen.
- dōTERRA in ihren Lebensstil integrieren.
- Einen täglichen Wellness-Plan erstellen.
- Mitgliedschaft durch LRP maximieren.
- Einloggen und lernen, wie Bestellungen aufgegeben und geändert werden können.
- Verbindung zu Ressourcen und der Community aufnehmen.
- Zum Teilen und Aufbauen einladen:
 - Interesse an Gastgeberprämien wecken.
 - Informieren, wie man Gratisprodukte erhält oder Einkommen generiert.

Verfolgen Sie das Interesse und nehmen Sie gegebenenfalls Änderungen innerhalb der 14 Tage vor.

Top-Tipps

- Eine finanzielle Pipeline ist das Ergebnis des kontinuierlichen Interesses, Leben zu verändern – und zwar nicht nur einmal, sondern ununterbrochen.
- Denken Sie daran, dass jedes Mitglied Ihres Teams eine Kundin bzw. ein Kunde ist.
- Achten Sie auf eine authentische und kontinuierliche Verbindung zu Ihren Kundinnen und Kunden und befähigen Sie sie, ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen.
- Erhalten Sie das Engagement, indem Sie davon erzählen, wie dōTERRA-Produkte beim Erreichen von Wellness-Zielen und einem selbstbestimmten Leben helfen.
- Bauen Sie vertrauensvolle Beziehungen auf, indem Sie Ihr Wort halten und alle Follow-up-Aktivitäten innerhalb des versprochenen Zeitrahmens durchführen. Verwenden Sie ein bewährtes System, um Kunden und Erinnerungen zu verfolgen.

Monatlich

- Informieren Sie über Promotions und Incentives.
- Geben Sie Tipps und machen Sie Ankündigungen zu neuen Produkten.
- Fördern Sie Weiterbildung und bieten Sie Drip-Kampagnen an (siehe Seite 73–74).

Regelmäßig

(Alle 30-90 Tage):

- Führen Sie Support-Anrufe bei Ihren Kundinnen und Kunden durch.
- Bieten Sie eine Follow-up-Wellness-Beratung an, um den täglichen Wellness-Plan zu überprüfen und positive Erfahrungen sicherzustellen.
- Verpflichten Sie sich einer Wellness-Lifestyle-Ausbildung, die das Vertrauen stärkt und die Produktkenntnis verbessert.
- Wenn innerhalb von 60 Tagen keine Bestellung eingegangen ist, nehmen Sie Kontakt auf (siehe Vorschläge S. 75-78).

Gastgeber*in sein und Builder werden einladen

Mit zunehmender Erfahrung wächst der Glaube der Kundinnen und Kunden an dōTERRA und die Produkte. Damit nehmen auch der Wunsch und die Bereitschaft zu, das, was sie lieben, mit anderen zu teilen. Einige werden sich als Gastgeber*innen und Builder herausstellen, wenn sie eingeladen werden, ihr Engagement auszubauen.

Gesunde Kunden-Community

Wellness-Beratung

1 Mit der Einführung zum Lebensstil beginnen

- ✓ Geben Sie einen *Live Guide* aus (persönlich, Post oder E-Mail).
- ✓ Beantworten Sie alle eventuellen Fragen zu den Produkten.
- ✓ Lassen Sie sie sich auf Seite 3 des *Live Guide* selbst bewerten.
- ✓ Machen Sie sie schnell mit dem dōTERRA-Lebensstil vertraut.
- ✓ Bitten Sie sie, ihre Wunschliste zu erstellen.



Bieten Sie ein Referenzhandbuch als Geschenk für die Einrichtung einer ersten LRP-Bestellung mit mind. 125 PV vor dem 15. des nächsten Monats.

2 Wellness-Beratung durchführen

- ✓ Führen Sie die Wellness-Beratung durch und fertigen Sie den täglichen Wellness-Plan an.
- ✓ Machen Sie ein Brainstorming zu ihrem 90-Tage-Plan und den nächsten drei LRP-Bestellungen.
- ✓ Wecken Sie Begeisterung dafür, dass sie ihre Produkte mit LRP zum besten Preis geliefert bekommen.
- ✓ Zeigen Sie, wie man sich in das Virtual Office einloggt, um die erste LRP-Bestellung einzurichten und künftige Bestellungen anzupassen.



3 Mit Ressourcen verbinden

- ✓ Empfehlen Sie Ihr bevorzugtes Referenzhandbuch und Ihre Lieblings-App.
- ✓ Stellen Sie den dōTERRA-Support, die Online-Ausbildung und die Social-Media-Plattformen vor.
- ✓ Laden Sie zu Team- und Community-Gruppen ein.
- ✓ Laden Sie zu Weiterbildungen ein (siehe S. 73–74 in diesem Leitfaden).
- ✓ Laden Sie zum Teilen und Aufbauen ein (geben Sie den *Share* und/oder *Build* Guide aus und buchen Sie je nach Interesse eine Einführung für Gastgeber oder für Builder).





Bedenken zerstreuen

Wenn Kunden Bedenken über Produkte äußern, die ihnen nicht die erhofften Ergebnisse gebracht haben, hören Sie zu und machen Sie dann Vorschläge wie die folgenden oder geben Sie Anregungen, wie sie die Menge an ätherischen Ölen oder die angewandten Methoden anpassen können, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Nutzen Sie die folgenden Tipps, um ihnen eine positive Erfahrung zu verschaffen:

Öle häufiger verwenden

Probieren Sie, kleine Mengen ätherischer Öle häufiger zu verwenden. Bei manchen Problemen können Sie es mit 1–2 Tropfen alle 1–2 Stunden versuchen. Bei anderen Problemen versuchen Sie, Ihre Lösung(en) mindestens 1–3 Mal pro Tag für einen Monat oder länger anzuwenden, bis die gewünschten Ergebnisse erreicht sind oder um den Fortschritt erneut zu bewerten. Manche Dinge brauchen einfach Zeit, um besser zu werden. Andere wiederum erfordern zusätzliche Schritte, um optimale Ergebnisse zu erzielen.

Blockierung der Effekte

Reduzieren Sie den Konsum von oder die Belastung durch Giftstoffe, schädliche oder synthetische Substanzen und Anti-Nährstoffe wie Zucker, Koffein oder verarbeitete Lebensmittel. All dies kann die Immunität schwächen, die Energie des Körpers von Ihren Wellnessprojekten ablenken und die Wirkung der ätherischen Öle verringern. Dehydrierung, viel Stress und Schlafmangel können ebenfalls einen großen Einfluss auf die Ergebnisse haben. Außerdem brauchen ätherische Öle Nährstoffe im Körper, um ihre Wirkung optimal entfalten zu können. Wenn die Akkus leer sind, können die Ergebnisse minimiert werden oder sogar gefährdet sein. Wenn Sie es noch nicht getan haben, sollten Sie das Lifelong Vitality Produkt-Trio in Ihre tägliche Wellness-Routine aufnehmen.

Eine andere Lösung ausprobieren

Was bei der einen Person gut funktioniert, muss bei der anderen noch lange nicht wirken. Jeder Mensch ist anders, und die Fähigkeit, sich darauf einstellen zu können, ist einer der größten Vorteile der Verwendung ätherischer Öle. Probieren Sie verschiedene Dinge aus, bis Sie die richtigen Lösungen gefunden haben. Bedenken Sie auch den emotionalen Hintergrund eines physischen Leidens. Was wir denken und glauben, wirkt sich sowohl indirekt als auch direkt auf unsere biologischen Prozesse aus. Verwenden Sie ätherische Öle auch zur emotionalen Unterstützung, um das Niveau und die Geschwindigkeit der Ergebnisse zu verbessern.

Weiterbildung

Nach der Einarbeitung von Kundinnen und Kunden

Vermitteln Sie Ihren Kundinnen und Kunden eine Ausbildung, die ihnen hilft, ihr Selbstvertrauen, ihre Erfahrung und ihr Wissen zu erweitern. Wenn Sie ihnen helfen, den Wert ihrer Produkte, die Kraft des dōTERRA-Lebensstils und den Sinn hinter der bestmöglichen Ausnutzung ihrer Mitgliedschaft zu erkennen, binden Sie mehr Kunden. Die Weiterbildung kann online, persönlich oder in Form von Aufzeichnungen erfolgen.

Warum Weiterbildung?

- Vertrauen in Produkte stärken
- Leben verändern
- Kontinuierliche LRP-Bestellung fördern
- Wunsch wecken, zu teilen und aufzubauen
- Ihr Team vergrößern

Tipps zum Einladen

- Laden Sie Kundinnen und Kunden ein, sich wiederum Gäste einzuladen.
- Laden Sie Interessierte ein, die sich nicht an ihrem ersten Öle-Abend eingeschrieben haben.
- Laden Sie Interessierte und Kundinnen bzw. Kunden ein, die sich für ein bestimmtes Thema interessieren.
- Laden Sie Builder ein, die mehr erfahren möchten.

Kurse

Nutzen Sie Weiterbildungskurse, die von Ihrer Upline angeboten werden, oder beginnen Sie, eigene Kurse zu halten. Nach der Wellness-Beratung ist der *Live Guide* auch weiterhin ein hervorragendes Tool für die laufende Weiterbildung zum Thema Lebensstil. Er enthält eine bereits vorbereitete Reihe von Kursen. Führen Sie zu Beginn jedes Kurses das Thema im Zusammenhang mit der Wellness-Lebensstil-Pyramide ein und verwenden Sie dann die entsprechenden Seiten als Referenz.

Mögliche Themen:

- Tägliche Gesundheitsgewohnheiten mit LLV™
- Kochen mit ätherischen Ölen
- Kindergesundheit
- Unterstützung eines gesunden Lebensstils
- Leben mit Energie und Vitalität



- Sport und Bewegung
- Zu Entspannung finden
- Emotionale Aromatherapie
- 30-Tage-Detox
- Haut-, Haar- und Körperpflege
- Auf alles vorbereitet sein

Besondere Kurse:

Bieten Sie Kurse zu weiteren relevanten Lifestyle-Themen an.

- Die Schule hat begonnen
- Mama und Baby
- Winter-DIYs
- Öle für Haustiere
- Gesichtspflege und Spa
- Intimität
- Sporttaschen-Makeover
- Ätherische Öle im beruflichen Umfeld

Gruppen-Wellness-Beratung

Wellness-Beratungen in Gruppen durchzuführen, kann helfen, eine größere Anzahl von Enrollees in kürzerer Zeit zu betreuen. Sie könnten im Voraus ein Video mit den Grundlagen verschicken, damit mehr Zeit für Fragen bleibt und Sie den Teilnehmern bei der Erstellung ihrer täglichen Wellness-Pläne und 90-Tage-Wunschlisten helfen können.

Vorteile:

- Die Teilnehmerquote ist bei Video-Calls oder Phone-in-Option oft höher als bei persönlichen Treffen.
- Bitten Sie jede Person, während des Gesprächs ihre Produkte bereitzuhalten.
- Überlegen Sie, ob Sie ein Incentive für die Teilnahme oder das Mitbringen eines Gastes anbieten.



Online-Ressourcen

Team

Nutzen Sie die hervorragende Produktschulung, die Ihre Upline Ihnen und Ihren Kundinnen bzw. Kunden anbietet, bis es soweit ist, dass Sie Ihre eigene anbieten; dies ist in der Regel in einem höheren Rang wie Gold oder Platinum der Fall, wenn Sie Ihre eigenen Leader-Builders haben, mit denen Sie arbeiten können. Teamschulungen werden in der Regel als wöchentliche Zoom-Calls oder Facebook Live angeboten oder sind auf einer Team-Website verfügbar.

dōTERRA

Teilen und werben Sie für die Inhalte auf [doterra.com](https://www.doterra.com):

[Entdecken > Produktschulung](#)

- AromaTouch Technique™
- dōTERRA University
- Wissenschaft der ätherischen Öle

[Ressourcen > Know-how](#)

- Flyer
- Literatur



Treffen von Anwendenden ätherischer Öle

Laden Sie Ihre Kundinnen und Kunden zu einem Treffen ein, um ein Gefühl der Gemeinschaft zu schaffen; dabei können sie kreative Möglichkeiten zur Verwendung ihrer Öle und Produkte erkunden. Es soll Spaß machen und unkompliziert sein. Ermuntern Sie die Teilnehmenden Erfahrungen, Lieblingstipps und Rezepte auszutauschen. Schlagen Sie Öle gemeinsam mit Hilfe eines Referenzhandbuchs für ätherische Öle nach. Sie könnten regelmäßig monatlich oder vierteljährlich ein Treffen veranstalten, entweder immer am gleichen Ort oder mit wechselnden Gastgeberinnen und Gastgebern.



Ihre Kundinnen und Kunden wachsen lassen

Ihr Ziel sollte eine lebendige Community von Anwenderinnen und Anwendern ätherischer Öle sein. Eine der besten Möglichkeiten, Ihr Team zu vergrößern, ist es, wenn Sie sich vor allem um die Personen kümmern, die bereits eingeschrieben sind – eine Goldmine, die darauf wartet, entwickelt zu werden. Die Menschen lieben ein Umfeld, in dem Werte geteilt werden, in dem sie gemeinsam lernen und wachsen können.

Lücken in der Erfahrung Ihrer Kundinnen und Kunden zu schließen, ist ein wirksames Mittel, um deren langfristige Wellness-Ziele zu erreichen. Tragen Sie Sorge für die Menschen, die Ihnen anvertraut sind, und schauen Sie in Ihrem Virtual Office nach, ob an einer Stelle Bedarf bei ihnen bestehen könnte. Achten Sie zum Beispiel auf diejenigen, die nicht mehr bestellen oder die nie eine zweite Bestellung aufgegeben haben. Verwenden Sie eines oder mehrere der folgenden Skripte, um Gespräche zur Unterstützung Ihrer Kunden zu erleichtern. Plaudern Sie zuerst etwas, um eine Verbindung herzustellen. Was aber am wichtigsten ist: Stellen Sie Fragen, um unerfüllte Bedürfnisse aufzudecken.

Bedürfnisse aufdecken

- Wissen nicht, wie sie ihre Produkte verwenden sollen.
- Haben noch keinen Unterschied festgestellt.
- Wissen nicht, wie man online bestellt oder was das LRP ist.
- Hatten noch nie eine Wellness-Beratung.
- Kennen die anderen Produkte nicht.
- Brauchen weitere Ideen.

Follow-Up-Anruf

1 Verbinden und entdecken

*Hallo, hier ist _____, Ihr*e dōTERRA Wellness-Botschafter*in. Ich rufe an, weil ich mich bei Ihnen bedanken möchte, dass Sie so eine treue Kundin bzw. so ein treuer Kunde sind...*

A. Fragen beantworten und Lösungen anbieten:

... um herauszufinden, ob Sie spezifische Fragen zur Verwendung Ihrer Produkte haben oder ob es Prioritäten gibt, die Sie jetzt lösen möchten? Hören Sie zu und bieten Sie relevante Lösungen an oder schlagen Sie die Dinge gemeinsam in einem Referenzhandbuch nach.

B. Fortschritte prüfen und Lösungen anbieten:

... Mich interessiert es sehr, wie Ihnen Ihre Produkte gefallen und welche gut bei Ihnen funktionieren! Bekräftigen Sie ihre positiven Erfahrungen und bringen Sie andere Vorschläge als Reaktion auf ihre Bedürfnisse ein.

A. *Ich liebe Zengest™ auch! Haben Sie auch die Softgels ausprobiert?*

B. *Es klingt, als würden Ihre Kinder gern Lavender (Lavendel) verwenden, wenn es ins Bett geht! Haben Sie schon einmal daran gedacht, für jedes Schlafzimmer einen eigenen Diffuser anzuschaffen, damit Sie die unterschiedlichen Bedürfnissen aller Familienmitglieder erfüllen können?*

C. Es gefällt mir, wie Sie Deep Blue™ bei Ihren Kundinnen und Kunden einsetzen! Ich wette, sie lieben es! Ich habe festgestellt, dass viele andere Massagetherapeutinnen und -therapeuten erfolgreich AromaTouch™ und auch dōTERRA Balance™ verwenden!

2 Mehrwert schaffen

Verwenden Sie **Zusatz-Skripte** nach Bedarf (siehe nächste Seite).

3 Abschluss

Ich habe mich sehr gefreut, dass ich heute die Gelegenheit hatte, mit Ihnen zu sprechen und zu erfahren, wie Sie die dōTERRA-Öle verwenden! Ich sende Ihnen _____ (z. B. einen Link per SMS) und kümmere mich darum, dass Sie _____ (z. B. in die Facebook-Gruppe kommen). Wenn Sie noch weitere Fragen haben, wenden Sie sich bitte jederzeit an mich!

Ihre Bindungsrate

Verfolgen Sie Ihre persönliche und die Kundenaktivität Ihres Teams sowie die Kundenbindungsrate in Ihrem Virtual Office:

Berater-Service > Downline > Downline (Übersichtbericht)

Der Schlüssel liegt in der Nachverfolgung.

Michael Clouse

Zusatz-Skripte

Einladung zur Community

Wussten Sie, dass wir eine tolle _____ (z.B. Facebook) -Community haben, in der Sie Fragen stellen und sich weiterbilden können und in der Sie über Veranstaltungen und Produkt-Promotions informiert werden. Ich würde Sie sehr gerne dort hinzufügen . . .

Einladung zur Weiterbildung

Ich möchte Ihnen anbieten, an unserer Ausbildungsreihe zum Thema Wohlbefinden teilzunehmen. Jeder Kurs befasst sich mit einem bestimmten Thema und zeigt, wie man die entsprechenden ätherischen Öle und Produkte von dōTERRA verwenden kann.

- A. *Wir treffen uns jeden _____ um _____ Uhr (z.B. Dienstag um 19:00 Uhr) in einem Zoom-Call. Ich schicke Ihnen den Link. Oder bei _____ (z.B. bei mir zuhause).*
- B. *Wir senden live jeden _____ um _____ Uhr (z.B. Mittwoch um 19:00 Uhr) aus unserer Facebook-Gruppe für Fans von ätherischen Ölen namens _____. Ich schicke Ihnen einen Link, damit Sie sich anmelden können. Gibt es ein Thema, für das Sie sich im Moment besonders interessieren? Ich könnte Ihnen sofort einen Kurs anbieten!*
- C. *Wir stellen alles online zur Verfügung, damit Sie jederzeit auf alle Kurse zugreifen können. Sie müssen nur auf/in unsere _____ (z.B. Team-Website oder Facebook-Gruppe) gehen, dort ist es unter _____ (z.B. Registerkarte _____ oder Guides). Ich schicke Ihnen einen Link. Gibt es ein Thema, für das Sie sich im Moment interessieren und zu dem ich Ihnen weitere Informationen schicken kann?*

Promotions und Incentives anbieten

- A. *Ich wollte Sie auf ein interessantes Angebot aufmerksam machen! Wenn Sie eine Bestellung von mindestens _____ (z.B. 200 PV) in diesem Monat bis zum _____ (z.B. 15., 30.) aufgeben, erhalten Sie ein _____! (z.B. dōTERRA- oder Ihre eigene Promotion) Wenn die Person zusagt, Okay, ich habe hier notiert, dass Sie Ihre Bestellung bis zum 15. aufgeben wollen, damit Sie Ihr gratis _____ erhalten! Habe ich noch etwas vergessen?*
- B. *Bei dōTERRA gibt es nur diese Woche ein tolles Angebot: _____ (z.B. BOGOs). Ein paar weitere Informationen dazu sind. . . Ich kann Ihnen einen Link schicken _____, der Sie direkt zum Angebot _____ führt.*
- C. *Außerdem habe ich ein Geschenk _____ (z.B. ein ätherisches Öl) für meine Kundinnen und Kunden, die in diesem Monat eine Treuebestellung mit mehr als 100 PV aufgeben, als Dankeschön für Ihre treue Unterstützung. Wäre das etwas für Sie? . . . Toll! Ich werde Ihnen die Details sofort zusenden.*

Zum Teilen und Aufbauen einladen

- A. *Ich weiß, wie gerne Sie Ihre Produkte verwenden, und ich bin sicher, dass Sie andere Menschen kennen, die ebenfalls davon profitieren würden. Käme es für Sie in Frage, selbst einen Kurs zu veranstalten, und möchten Sie dafür ein Geschenk erhalten?*
- B. *Ich komme gerade von _____ (z.B. Veranstaltung, Kurs, Kongress) zurück. Dort habe ich so viele zielstrebige Menschen getroffen, und ihre Energie und ihr Enthusiasmus haben mich an Sie erinnert! Ich würde mich sehr gerne etwas genauer mit Ihnen darüber unterhalten. Hätten Sie Interesse an der Chance, die dōTERRA bietet?*

Top-Tipps

Mit Angeboten Dringlichkeit erzeugen

Eine tolle Möglichkeit, um LRP-Bestellungen sowohl von aktiven als auch von weniger aktiven Kundinnen und Kunden zu steigern, besteht darin, sie regelmäßig über Promotions und Incentives zu informieren, die von dōTERRA Ihrer Upline oder Ihnen selbst angeboten werden. Sie können die Ergebnisse sogar noch steigern, wenn Sie die Angebote auf die Interessen der Mitglieder abstimmen oder sie einladen, ein neues Produkt auszuprobieren.

Sie könnten auch Incentives gezielt dort einsetzen, wo Sie den meisten Umsatz oder die meisten Einschreibungen brauchen, um voranzukommen. Arbeiten Sie bei Bedarf mit Ihrer Upline zusammen.

- *Schon länger nicht mehr bestellt? BOGOs sind eine tolle Möglichkeit, zum Kauf anzuregen.*
- *Sie bestellen ein paar Produkte pro Monat oder in regelmäßigen Abständen? Bieten Sie ein Incentive für Bestellungen mit mehr als 100 PV.*
- *Sie bestellen in der Regel mit mehr als 100 PV monatlich? Denken Sie über eine Prämie bei mind. 200 PV nach.*

Erstellen einer VIP-Kundenliste

Führen Sie eine organisierte Liste mit Personen, die gerne von Ihnen über besondere Angebote und Ausbildungsmöglichkeiten informiert werden möchten. Diese Liste sollte einfach in der Verwendung sein, damit Sie pünktliche und effektive Mitteilungen schnell teilen können. Ihre Kundinnen und Kunden auf dem Laufenden zu halten, sollte eine Ihrer wichtigsten geschäftlichen Gewohnheiten sein.

Bedürfnisse ansprechen und eine Wellness-Beratung per Call buchen

1 Verbinden und entdecken

Hallo ____, hier ist ____, Ihre dōTERRA Wellness-Botschafterin. Ich bin da, um Sie zu unterstützen, und als ich im Virtual Office nachgeschaut habe, ist mir aufgefallen, dass ...

Im LRP, aber nie eine Wellness-Beratung besucht

... Sie Ihre Öle anscheinend wirklich lieben und jeden Monat einkaufen! Ich würde gerne wissen, was Ihre Favoriten sind! ... Wie sind Sie überhaupt zu ätherischen Ölen gekommen? Fragen Sie das nur, wenn Sie die Antwort nicht kennen. Es ist toll, dass Sie das Treueprogramm (LRP) nutzen! Außerdem ...

Schon länger nicht mehr bestellt

... Sie schon länger nichts mehr bestellt haben und ich wollte sehen, ob Sie irgendwelche Fragen haben? Außerdem ...

Bestellt, aber nicht im LRP

... Sie die Öle anscheinend wirklich lieben und regelmäßig einkaufen. Mich würde sehr interessieren, was Ihre Favoriten sind und was bei Ihnen besonders gut wirkt. Außerdem rufe ich an, um Ihnen von einem der größten Vorteile von dōTERRA zu erzählen und wie Sie mit dem Treueprogramm (LRP) kostenlose Produkte erhalten können. Sie können bis zu 30% von allem, was Sie kaufen, in Form von kostenlosen Produkten zurückerhalten. Sie können Ihre Bestellung jederzeit problemlos ändern oder stornieren. Brauchen Sie weitere Informationen oder Hilfe beim Einrichten Ihrer Treuebestellung?

Im LRP, aber Kreditkarte nicht verarbeitet

... Sie einmal eine Bestellung im Treueprogramm (LRP) eingerichtet hatten, die im System immer noch eingerichtet ist, aber nicht ausgeführt wird. Wussten Sie das? ... Ich wollte nicht, dass Sie sich wundern, warum Ihre Bestellung nicht an Sie versandt wird. Ein Grund könnte sein, dass Ihre hinterlegte Karte abgelaufen ist oder Sie sie nicht mehr benutzen. Ich helfe Ihnen gerne bei diesem Problem weiter, oder Sie wenden sich an den Kundendienst. Außerdem ...

2 Eine Wellness-Beratung vereinbaren

A. Hatte noch nie eine Wellness-Beratung: *Ich möchte Ihnen von einem tollen Angebot erzählen, das Sie auf keinen Fall verpassen sollten! Mit Ihrem Konto haben Sie Anspruch auf eine kostenlose Wellness-Beratung, bei der ich Sie 30 Minuten lang zu Hause treffe oder am Telefon mit Ihnen spreche und Ihnen helfe, Ihre Prioritäten für Ihr Wohlbefinden mit den Produkten, die Sie bereits haben, abzustimmen. Wir würden hier den sogenannten Live Guide verwenden, den ich Ihnen im Voraus zuschicken werde.*

Können Sie mir noch einmal sagen, mit welchem Kit Sie angefangen haben _____ (fragen Sie nur, wenn Sie es nicht wissen oder es zu lange dauern würde, im Virtual Office nachzuschauen). Ah, ja! Manchmal weiß man nicht gleich auf Anhieb, wie man seine neuen ätherischen Öle benutzen soll. Das Ziel einer Wellness-Beratung ist es, Ihnen zu helfen, die Öle im Rahmen eines täglichen Wellness-Plans zu verwenden und Ihnen zu zeigen, wie Sie sie bestmöglich für sich nutzen können. Und ich möchte sichergehen, dass Sie wissen, wie Sie Ihre Mitgliedschaft optimal ausnutzen und kostenlose Produkte erhalten können.

B. Angebot einer Follow-up-Wellness-Beratung: *Als Sie angefangen haben, haben wir mit Ihnen eine Wellness-Beratung durchgeführt, das ist jetzt schon eine Weile her. Deshalb dachte ich, es wäre vielleicht eine gute Idee, wenn wir Ihren täglichen Wellness-Plan gemeinsam durchgehen und schauen, ob Ihnen immer noch klar ist, wie Sie ihn anwenden müssen.*

Ich würde gerne eine Folgeberatung mit Ihnen vereinbaren! Wie würde der _____ oder _____ (Tag) um _____ Uhr (Uhrzeit) bei Ihnen passen? ... Toll! Vielleicht geht es Ihnen wie mir und Sie hätten gern eine SMS zur Erinnerung. Soll ich Ihnen eine schicken? ... Okay! Dann haben wir jetzt alles! Hier sind meine Kontaktinformationen, damit Sie wissen, wie Sie mich erreichen können. ... Ich freue mich schon auf unser Treffen.





Builder finden

Sich für die Sache stark machen

Am Ende des Schrittes ‚Builder finden‘ wissen Sie, wie Sie Ihre Geschäftspartner*innen und Downline-Builder finden und ausbilden können, um eine lebendige und erfolgreiche geschäftliche Community aufzubauen.

Führung bedeutet, den Menschen ihren Wert und ihr Potenzial so deutlich zu vermitteln, dass sie Inspiration finden, es selbst zu spüren.

—
Stephen Covey

Geschäftspartner*innen finden

Für ein erfolgreiches Geschäft muss man Partnerschaften mit Gleichgesinnten eingehen, die das wollen, was Sie und dōTERRA zu bieten haben. Nutzen Sie diese Mindset-Tipps, um erfolgreich fähige und engagierte Geschäftspartner*innen zu finden und zu werben.

- 1 Denken Sie schon zu Beginn an das Ende.** Entwickeln Sie eine Vision für potenzielle Builder. Welches Anliegen ist Ihr Antrieb, sich für Ihre Community einzusetzen? Sie sind der CEO Ihres eigenen Unternehmens und Sie fragen die anderen, ob sie eine Partnerschaft mit Ihnen eingehen möchten. Für die anderen muss Ihr Weg erkennbar sein, bevor sie sich Ihnen anschließen.
- 2 Sie werden Ihr Ziel erreichen, mit oder ohne sie.** Ihren Erfolg oder Misserfolg bestimmen Sie allein. Sie brauchen zwar Menschen, die Ihnen folgen, aber Ihr Erfolg wird nicht von einer einzelnen Person abhängen. Sie suchen nach Menschen, die mit Ihnen zusammenarbeiten wollen. Wenn andere das Gefühl haben, dass Ihr Erfolg von ihnen abhängt, blocken sie tendenziell eher ab. Teilen Sie stattdessen die Vorfreude auf Ihren zukünftigen Erfolg. Das werden sie sich nicht entgehen lassen wollen – und sie entscheiden sich deshalb oft für eine Mitgliedschaft.
- 3 Die Einführung für Builder meistern.** Seien Sie bei der Präsentation der Einführung für Builder genauso geschickt wie bei Einführung zu Ölen. Sie werden meisterhaft über die Geschäftsmöglichkeit berichten. Präsentieren Sie oft, um Vertrauen und Erfahrung bei der Einschreibung von Buildern zu gewinnen.
- 4 Holen Sie Ihre Interessierten in Firmen- und Team-Events.** Denken Sie daran, dass Menschen ihre Entscheidungen auf Veranstaltungen treffen.
- 5 Machen Sie sie mit Ihrer Upline bekannt.** Nutzen Sie Ihre Upline, um die Glaubwürdigkeit der dōTERRA-Chance zu stärken. Bitten Sie Ihre Upline, den Interessierten von ihren Erfahrungen zu berichten. (Weitere Informationen Telefonaten zu dritt finden Sie auf S. 82)
- 6 Menschen gründen Unternehmen mit Menschen, die sie mögen.** Mit wem möchten Sie Zeit verbringen? Mit wem möchten Sie verreisen? Sie sind nicht auf der Suche nach einer Downline – Sie suchen nach Geschäftspartnerinnen und -partnern. Seien Sie die Art von Person, mit der man ein Geschäft aufbauen möchte. Sprechen Sie darüber, wie sehr Sie Ihre Arbeit lieben und wie sie Ihr Leben verändert. Ihre besten Leads kommen von jenen Menschen, an denen Sie ein aufrichtiges Interesse gezeigt haben. Wenn Sie ihnen helfen, Lösungen für ihre Probleme zu finden, sind sie eher bereit, sich zu engagieren.
- 7 Glauben Sie an sie.** Neuen Buildern fehlt es an Erfahrung, und sie sind auf Ihre Überzeugung angewiesen, bis sie ihr eigenes Geschäft aufbauen. Am Anfang glauben Sie mehr an sie als sie selbst. Hauchen Sie ihnen Glauben ein.

Die ideale Geschäftspartnerschaft

Auf Seite 108 finden Sie die Eigenschaften, die Sie von Ihren Geschäftspartner*innen erwarten. Mit wachsender Erfahrung können Sie Ihre Liste weiter ergänzen.

Engagiert und fähig – wer sind sie:

- Authentisch – das einzig Wahre
- Voller Überzeugung und mit bewusstem Engagement
- Bereit und motiviert, ihre Geschichte weiter zu schreiben

- _____
- _____
- _____
- _____

Unverbindlich und unwillig – wer sind sie nicht:

- Nicht authentisch – unverbindlich
- Gleichgültig und unengagiert
- Hängen an ihrer Geschichte und an ihren Ausreden

- _____
- _____
- _____
- _____

Zum Builder auffordern

Schauen Sie in Ihre *Namensliste* und konzentrieren Sie sich dabei auf diejenigen, die Sie als Ihre besten potenziellen Builder ausgemacht haben. Befolgen Sie diese einfachen Schritte, um sie einzuladen, ein Geschäft mit Ihnen aufzubauen. Die Skripte können nach Belieben verwendet oder variiert werden.

- Nehmen Sie persönlich, online oder telefonisch Kontakt auf, um Ihre Beziehung zu stärken. Finden Sie authentische Wege, um den Samen der dōTERRA-Geschäftsmöglichkeit zu säen. Bieten Sie Ideen und Videos „tröpfchenweise“ an und stellen Sie dann Fragen wie die folgenden:

A. *Haben Sie Interesse an neuen Geschäfts- und Verdienstmöglichkeiten?*

B. *Möchten Sie mehr über eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit mit dōTERRA erfahren?*

C. *Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihre Liebe zu ätherischen Ölen mit anderen Menschen zu teilen und dazu vielleicht noch ein zusätzliches Einkommen zu erzielen?*

- Teilen Sie Ihre Vision.
- Sagen Sie Ihren Interessenten, warum Sie gerade an sie gedacht haben und warum Sie gerne mit ihnen zusammenarbeiten würden.
Sie sind so energiegeladen/kontaktfreudig/können so gut mit Menschen umgehen/geschäftstüchtig.
- Sobald sie ihr Interesse bekundet haben, laden Sie Ihre Interessierten ein, in einer Einführung für Builder mehr zu erfahren.
- Planen Sie beim Anwerben Ihrer Geschäftspartner*innen ein Telefonat zu dritt mit Ihrer Upline ein, um die Glaubwürdigkeit zu stärken.
Ich habe heute mit _____ (Upline) gesprochen. Wissen Sie, wer das ist? Sie ist eine Expertin für _____ (Mission/Interessengebiet/Hintergrund der Upline) und ein _____ (Upline-Rang) bei dōTERRA. Sie ist so unglaublich und immer ausgebucht! Sie würde gerne mit Ihnen telefonieren. Ich wäre auch mit dabei. Hier sind die Termine, zu denen sie uns einplanen könnte: _____. Welcher der Termine passt Ihnen?

Bitte Sie Ihre Interessierten, sich vor dem Call ein kurzes Video anzusehen, in dem ihnen etwas vorgestellt wird, das sie Ihrer Meinung nach inspirieren oder ihr Interesse wecken wird (z. B. das Unternehmen, der Vergütungsplan, die Produktqualität/CPTG™, Co-Impact Sourcing™, dōTERRA Healing Hands™).

Vereinbaren Sie einen Termin in 2–3 Tagen, um über die Videos zu sprechen.

Top-Tipp:

Bei der Präsentation vor einem potenziellen Business-Builder ist ein Einzelgespräch oft effektiver, sei es persönlich oder per Zoom. Jemand, den Sie als Influencer ausgemacht haben, bevorzugt oft einen intimeren Gesprächsrahmen, der individuell angepasst werden kann.

Agenda:

- Stellen Sie Erkundungsfragen.
- Finden Sie die Schmerzpunkte der Interessierten.
- Ermitteln Sie Bedürfnisse.
- Bieten Sie Lösungen an.

Warum Telefonate zu dritt?

Telefonate zu dritt nutzen das Wissen Ihrer Upline als glaubwürdige Expertinnen und Experten, um Interessierten zu helfen, Respekt, Zuversicht und Vertrauen in Sie, Ihr Team und das Unternehmen zu gewinnen. Präsentieren Sie gemeinsam eine Einführung in die dōTERRA-Geschäftsmöglichkeit (siehe Skript Einführung für Builder S. 89–90) mit Hilfe des *Build Guide*.

Ob bei einem geplanten Telefon- oder Zoom-Videotelefonat oder sogar persönlich – es kann für Sie und Ihre Interessierten beruhigend sein, wenn ein erfahrendes Mitglied Ihrer Upline das Gespräch führt. Schon bald werden Sie Ihrerseits Telefonate zu dritt für Ihre Builder durchführen, während diese ihre eigenen Geschäftspartner*innen und Builder anwerben.

Das sollten Sie beachten:

- Sie, Ihre Upline und Ihr*e Interessierte*r nehmen gemeinsam an dem Call teil.
- Vergewissern Sie sich, dass alle Teilnehmenden bereits im Voraus über alle Details zum Telefonat verfügen.
- Hören Sie genau zu, machen Sie sich Notizen und finden Sie heraus, wie Sie ein engagiertes und fähiges Upline-Mitglied Ihres neuen Builders werden können.
- Achten Sie darauf, dass das Gespräch für Interessierte jederzeit relevant ist.

Die Macht der Sharer

Nutzen Sie die Kraft des Teilens, indem Sie andere dazu einladen, ebenfalls die Magie des Teilens der Lösungen zu spüren. Sharer können Ihrem Team und Ihrem Geschäft einen wahren Energie-Boost verleihen.

Ihren Einfluss ausweiten

Erreichen Sie mehr Menschen, indem Sie diejenigen, die Sie bereits kennen, bitten, Sie mit ihren Kontakten zu vernetzen. Kennen sie jemanden, der eine Chance wie dōTERRA sucht?

Oft erzählen Menschen in zufälligen Gesprächen den Menschen, denen sie vertrauen, dass sie nach einer neuen oder anderen Chance in ihrem Leben suchen. Das ist Networking in seiner besten Form, nämlich wenn „Vermittler*innen“ Menschen zusammenbringen. Verwenden Sie die Skripte vom Anfang der folgenden Seite, um die richtigen Gespräche zu führen, in denen Sie um Builder-Empfehlungen bitten können.

Zum Veranstalten einladen

Am effektivsten vergrößern Sie Ihre dōTERRA-Community und finden Sie neue Builder, indem andere Präsentationen mit ihren eigenen geladenen Gästen veranstalten. Achten Sie in Gesprächen oder in den sozialen Medien darauf, ob sich Gelegenheiten bieten, in denen Sie Türen öffnen können. Wenn die Zeit reif ist, erzählen Sie von Ihren Erfahrungen mit einem Produkt oder geben Sie weitere Informationen darüber, wie dōTERRA Ihnen geholfen hat. Im Gespräch könnten Sie Folgendes sagen: *Mein Traum ist es, zu einer Bewegung zu gehören, die den Menschen Hoffnung und Wohlbefinden in ihr Leben und in ihr Haus bringt. Dafür will ich anderen zeigen, wie sie die Produkte von dōTERRA in ihrem Alltag verwenden können, so wie ich es tue! Mir gefällt es, dass ich das Leben von Menschen auf der ganzen Welt verändere: das der Anbauenden und ihrer Familien, aber auch das der Menschen direkt hier in meinem Umfeld.*

Jedes Mal, wenn Sie Proben ausgeben, einladen, veranstalten, präsentieren und vor allem in Wellness-Beratungen und Weiterbildungskursen sollten Sie bei anderen ein Mindset des Teilens, Veranstaltens und der Geschäftsmöglichkeit etablieren.

Hier sind ein paar Beispiele:

- A. *Wenn Sie sich vorstellen können, das zu tun, was ich tue – anderen helfen, Lösungen zu finden – und neugierig darauf sind, Wellness-Botschafter bei dōTERRA zu werden, dann würde ich Ihnen gerne mehr darüber erzählen, wie Sie Ihre Produkte bezahlt bekommen und wie Sie Ihr Einkommen ergänzen und steigern können. Sprechen Sie mich doch nach dem Kurs an!*
- B. *Warum nicht vorausplanen? Lassen Sie uns einen Termin für einen Kurs machen, den Sie veranstalten – so können Sie Wissen und Produkte mit den Menschen teilen, die Ihnen wichtig sind.*

Erfolgreich veranstalten

Laden Sie Sharer und potenzielle Geschäftspartner*innen ein, einen Kurs persönlich oder online zu veranstalten. Mit positiven Erfahrungen beginnen sie, sich selbst in dem zu sehen, was Sie tun, und daraus können sich Builder entwickeln.

- Führen Sie mit Hilfe des *Share Guides* und *Kursplaners* (siehe S. 50) eine Einführung für Gastgeber durch; so erstellen Sie einen klaren und organisierten Plan darüber, wer was erledigt und wie eine optimale Erfahrung geschaffen werden kann, was wiederum für Einschreibungen sorgt.
- Lassen Sie die Teilnehmer auf Seite 2 des *Share Guides* eine Liste der Personen erstellen, die sie einladen möchten (z.B. Familie, Freundinnen und Freunde, Nachbarinnen und Nachbarn, Kolleginnen und Kollegen). Empfehlen Sie, Erfahrungen zu schaffen, indem sie vor der Einladung ihre Geschichte erzählen und Beispiele nennen.
- Entscheiden Sie im Voraus, wie sie entschädigt werden sollen: als Wellness-Botschafter*in oder mit den Gastgeberprämien, die Sie anbieten. Das Interesse kann nach der Veranstaltung eines Kurses steigen.
- Fassen Sie nach, um ihr Engagement, mit dōTERRA ein zusätzliches Einkommen zu erzielen, zu festigen und um zu klären, wer sich um die Durchführung von Einschreibungen und Wellness-Beratungen und um die Kundenbetreuung kümmern wird.

Um Builder-Empfehlungen bitten

A. *Ich melde mich bei Ihnen, weil ich Sie um Ihre Unterstützung bitten möchte. Ich unterrichte und informiere andere seit _____ über ätherische Öle und bin gerade dabei, mein Geschäft im Bereich _____ zu erweitern (z. B. Region/ Ort, Art des Geschäfts).*

Mein Wunsch ist es, meine Zeit, mein Geld und meine Ressourcen in die richtige Person zu investieren – in einen Menschen, der sich für natürliches Wohlbefinden interessiert, unternehmerisch denkt und einfach nur das richtige Coaching und die richtige Unterstützung braucht. Kennen Sie Personen, die davon profitieren würden, mehr über die Produkte und Möglichkeiten von dōTERRA zu erfahren? Wäre es in Ordnung, wenn ich Ihnen ein Geschenkpaket mit ätherischen Ölen schicke, damit Sie sich ein besseres Bild davon machen können, wie diese geeignete Person sein sollte?

B. *Ich arbeite derzeit mit dōTERRA, einem preisgekrönten, milliardenschweren Wellness-Unternehmen, zusammen, um die Wirkung und Kraft ätherischer Öle an Millionen von Menschen auf der ganzen Welt weiterzugeben.*

Ich bin im Moment auf der Suche nach Menschen, die sich näher für dieses sensationelle Geschäft interessieren könnten. Ich lege viel Wert auf Ihre Meinung und frage mich, ob Sie jemanden kennen, der Interesse an dōTERRA haben könnte, vielleicht weil er sich wirtschaftlich verändern oder einfach anderen Menschen helfen will. Das könnte sogar jemand sein, der bisher noch kein Interesse bekundet hat, der aber ein fröhlicher, energiegeladener, motivierter Mensch ist. Ich bin dankbar für jede Empfehlung, die Ihnen einfällt. Wenn Sie zunächst mehr erfahren möchten, können wir auch dafür einen Termin vereinbaren.

Mit Fremden sprechen

Wenn sich Fremde begegnen, lautet die erste Frage oft: „Was machst du beruflich?“ Eine der wichtigsten Fähigkeiten, die Sie erlernen können, besteht darin, ein solches Gespräch zu beginnen, indem Sie zuerst fragen. Warum? Denn wenn Sie fragen, wird Ihr Gegenüber Ihnen diese Frage ebenfalls stellen. Die folgenden Gesprächsbeispiele zeigen, wie wirkungsvoll es sein kann, wenn man sich darüber im Klaren ist, was man tut:

- A. *Wissen Sie, dass die meisten Menschen ihre Gesundheit in die Hände anderer zu legen scheinen? Ich mache etwas ganz Großartiges. Ich zeige den Menschen, wie sie ihre Gesundheit in die eigenen Hände nehmen können.*
- B. *Wissen Sie, dass sich die meisten Menschen zwar für natürliches Wohlbefinden interessieren, dass sie aber nicht wissen, wie sie anfangen sollen? Ich mache etwas ganz Großartiges. Ich zeige den Menschen die wirkungsvollsten Lösungen der Natur und einfache Möglichkeiten, sie zu nutzen.*

Wenn Sie zuerst *nach Ihrer Arbeit* gefragt werden, drehen Sie das Gespräch um: Stellen Sie Fragen zu deren Arbeit, damit Sie Ihre Antwort anpassen können: *Ich liebe meinen Job! Was machen Sie?* Wenn Sie dann wissen, was der andere arbeitet, können Sie Ihre Antwort darauf abstimmen:

- A. *Ich arbeite mit Eltern und bringe ihnen bei, wie sie auf natürliche Weise mit ätherischen Ölen und anderen Produkten für ihre Familien sorgen können.*
- B. *Ich arbeite mit Chiropraktikerinnen und Chiropraktikern um ihnen zu zeigen, wie sie eine zusätzliche Einnahmequelle in ihren Praxen schaffen können, indem sie ihren Patientinnen und Patienten zeigen, wie sie mit ätherischen Ölen einen einen von Wohlbefinden geprägten Lebensstil führen können.*

Wie steht es mit Ihnen? Haben Sie eine Wellness- oder eine finanzielle Priorität, auf die Sie sich konzentrieren? Sobald die Person antwortet, antworten Sie mit:

- A. *Hätten Sie Interesse, etwas Neues auszuprobieren?*
- B. *Hätten Sie Interesse, zu erfahren, wie Sie zusätzliches Einkommen erzielen können?*

Das Ziel ist, dass die andere Person nach Ihrer Frage sagt: „Ja, erzählen Sie mir mehr darüber, was Sie machen.“ Dann kann Ihre Antwort etwa so lauten: *Ich arbeite mit Menschen, die sich sichere, natürliche und wirksame Lösungen für das Wohlbefinden ihrer Familie wünschen. Wissen Sie viel über ätherische Öle?*

Wenn die Antwort „nein“ lautet, dann ist jetzt eine gute Gelegenheit, Ihre Geschichte darüber zu erzählen, inwiefern die dōTERRA-Produkte und/oder die Geschäftsmöglichkeit eine Lösung für Sie und Ihre Familie darstellen (auf Seite 36 können Sie Ihre Geschichten im Voraus vorbereiten).

Setzen Sie das Gespräch fort, indem Sie Fragen stellen, zuhören und Wege ausloten, wie Sie Mehrwert für das Leben der anderen Person schaffen können, indem Sie die Gelegenheit von dōTERRA mit ihren Bedürfnissen verbinden. Letztlich geht es darum, die Personen zu finden, die Sie suchen. Zeichnen Sie in Ihrem Gespräch ein Bild, in dem sie sich selbst wiedererkennen und das sie neugierig auf mehr macht.

Networking bedeutet nicht, Visitenkarten oder Kontaktinformationen auszutauschen. Um es sinnvoll zu gestalten, sollten Sie für die Menschen, die Sie treffen, Follow-up-Strategien entwickeln. Sobald Sie eine Verbindung hergestellt haben, verwenden Sie die Schritte, die in anderen Teilen dieses Leitfadens vorgestellt wurden, um Ihr Gespräch zu entwickeln.

Sie müssen Fragen stellen.
Fragen sind . . . das mächtigste und am
meisten unterschätzte Geheimnis der
Welt für Erfolg und Glück.

—
Percy Ross



Einführung für Builder

Die Menschen entscheiden sich aus unterschiedlichen Gründen für die Geschäftsmöglichkeit, die dōTERRA bietet. Die einen tun es wegen des Einkommens, die anderen wegen der Mission. Was auch immer Ihr Grund ist, der *Build Guide* kann Ihnen helfen, die richtigen Gespräche zu führen.

Konzentrieren Sie sich während eines Einführungskurses für Builder auf das, was für Ihr Publikum am wichtigsten ist, indem Sie Fragen stellen (Vorschläge finden Sie auf der nächsten Seite), um Interessen und Bedürfnisse wie Einkommen, Sinnhaftigkeit oder mehr zeitliche Flexibilität zu ermitteln. Bringen Sie dann ihre Ziele mit Ihren dōTERRA-Lösungen in Verbindung.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, nur einen Teil des *Build Guides*, die Schritte 1–4, nach einem Einführungskurs über Öle zu unterrichten. Ganz gleich, was Sie unterrichten, irgendwann im Laufe des Gesprächs ergibt sich die Notwendigkeit, die Schritte 5–9 einzeln zu besprechen. Planen Sie später Zeit mit allen Teilnehmenden ein, um deren Zusagen in einem Telefonat zu dritt mit Ihrer Upline (wie auf Seite 82 beschrieben) oder in der Strategiesitzung ‚Einführung zum Start‘ zu festigen. Um den Flow in Ihrer Pipeline aufrechtzuerhalten, sollten Sie mindestens eine Einführung für Builder pro Woche präsentieren. Achten Sie darauf, dass Ihre Präsentationen einfach, duplizierbar und auf Ihre Interessenten zugeschnitten sind. Verwenden Sie die Gliederung und das Skript auf den folgenden Seiten als Leitfaden für erfolgreiche Präsentationen.



Zweck

- Versammeln Sie Menschen um sich, hören Sie auf deren Bedürfnisse und erzählen Sie von der dōTERRA-Gelegenheit.
- Konzentrieren Sie sich auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden; erkunden und erzählen Sie ihnen, wie ihnen diese Gelegenheit von Nutzen sein könnte.

Wichtiger Tipp

Fassen Sie innerhalb von 72 Stunden nach, um sie einzuschreiben (falls noch nicht geschehen), und veranstalten Sie eine Strategiesitzung ‚Einführung zum Start‘. Nutzen Sie diesen Leitfaden, um sicherzustellen, dass sie die wichtigsten Schritte zum Aufbau eines erfolgreichen Unternehmens verstehen und eine solide Grundlage für zukünftige Ergebnisse schaffen.

Idealer Ablauf (20–60 Minuten)

Verwenden Sie das Handout zum *Build Guide*.



5 Min.



1 Willkommen, Builder

Eröffnung der Veranstaltung, Einführung und Vorstellung des Gastreferenten.

Gastreferent*in

Informationen über die Gastgeberin bzw. den Gastgeber und eigene Geschichte erzählen.



5 Min.



2 Warum eine Pipeline

Eimer schleppen vs. Pipeline-Geschichte. Informationen über ihre Situation einholen.



5 Min.



3 Warum dōTERRA?

Informationen über die Macht einer Partnerschaft mit dōTERRA-Produkten, -Leadership und globalen Initiativen.



5-10 Min.



4 Großzügige Vergütung

Erläutern oder ein Video zeigen.



5 Min.



5 Einladung zum Träumen

Möglichkeiten hervorheben.



5 Min.



6 Einen Weg auswählen

Einführung zum Thema Teilen und Verdienen.



5 Min.



7 Was dafür nötig ist

Erzählen Sie von der Macht und Einfachheit, welche die Arbeit mit einem System des Ausbildens und Aufbaus hat.



5-10 Min.



8 Fragerunde

Alle Fragen beantworten. Erzählen Sie eine Geschichte, mit der Bedenken ausgeräumt werden.



5-10 Min.



9 Zur Partnerschaft einladen

Verpflichtung als Builder und Termin für Einführung zum Start festlegen.

Gliederung der Einführung für Builder

Verwenden Sie die nachstehende Übersicht als Leitfaden für erfolgreiche Einzelgespräche. Lassen Sie bei Ihren ersten Einführungskursen für Builder Ihren Upline-Mentor anwesend sein. Teilen Sie diesem vor dem Treffen mit, was Sie über die Bedürfnisse/Interessen Ihres Interessenten wissen. Um das Bestmögliche aus dem Gespräch herauszuholen, bitten Sie Ihren Interessenten, sich im Vorfeld ein relevantes Video anzusehen, wie auf Seite 82 vorgeschlagen.

Willkommen. Wenn Ihre Upline den Call/das Gespräch leitet, stellen Sie die Person vor und übergeben ihr dann das Wort. Denken Sie daran, dass Sie bereits das Vertrauen Ihrer Interessierten genießen; jedoch gewinnt auch Ihre Upline an Respekt, wenn ihre Glaubwürdigkeit durch eine Einführung sichergestellt ist.

Die anderen sprechen

- Stellen Sie durch Fragen eine Verbindung her: *Erzählen Sie mir von sich. . . . Wie lange sind Sie schon . . .* (Beruf/Karriere)?
- Bevor Sie in das Gespräch einsteigen, fragt die Person, die das Gespräch leitet: *Welche Fragen haben Sie an mich?* Beantworten Sie die Fragen jetzt oder versichern Sie, dass Sie sie später im Laufe des Gesprächs beantworten werden.
- Bauen Sie die Fragen dann ins Gespräch ein, um die Interessen und Bedürfnisse Ihrer Interessierten besser zu verstehen.
 - *Was würden Sie gerne an Ihrer derzeitigen Situation ändern?*
 - *Wie steht es um Ihre. . . ?* (Gesundheit, Beziehungen, Finanzen, Zeit, Interessen, Sinnhaftigkeit)
 - *Gibt es etwas, das Ihnen Ihr Job/Ihre Karriere nicht geben kann? Frustrationen, unerfüllte finanzielle Bedürfnisse oder Ziele?*
 - *Welche Auswirkungen hat das auf Sie/Ihre Familie?* (Hoffnung, Vertrauen, Beziehungen, Gesundheit, Finanzen, Zeit)
 - *Was könnte passieren, wenn sich die Situation nicht ändert? Wie ernst ist es Ihnen im Moment mit einer Veränderung?*

Top-Tipp:

Um sich besser auf eine effektive Gesprächsführung vorzubereiten, können Sie ein Rollenspiel mit Ihrer Upline-Mentorin bzw. Ihrem Upline-Mentor oder mit Familienmitgliedern durchführen. Üben Sie, damit Sie die Präsentation am Ende meisterhaft beherrschen.



Sie sprechen

Seien Sie authentisch, wenn Sie die Herausforderungen einer Person mit Ihren Lösungen in Abstimmung bringen, und vermitteln Sie ein Gefühl von Sicherheit und Leidenschaft.

1 Erzählen Sie Ihre Geschichte

Ich weiß, dass wir in Ihrem Leben etwas verändern können! Ich möchte Ihnen gern mehr über ____ erzählen (erzählen Sie eine damit zusammenhängende Geschichte über eine andere Person). *Ich würde Ihnen wahnsinnig gern ein wenig über meine Geschichte und meinen Weg erzählen* (bereiten Sie Ihre Geschichte im Voraus auf Seite 36 vor).

2 Warum eine Pipeline

Erzählen Sie die Eimer- und Pipeline-Geschichte und warum der Aufbau einer finanziellen Pipeline für Sie wichtig ist (erzählen Sie von Ihrem Hintergrund, was nicht geklappt hat, wie dōTERRA geholfen hat und wie Ihre Zukunft jetzt aussieht). *Wenn Sie Ihren Zauberstab benutzen und sich Ihr perfektes dōTERRA-Geschäft zaubern könnten, wie würde das aussehen? Möchten*



Sie Ihr Einkommen aufbessern oder steigern? Wie würde es einkommensstechnisch aussehen? Wie wertvoll wäre es für Sie, . . . (z.B. Ihre Verdienstwünsche in 6–12 Monaten zu erfüllen)?

3 Warum dōTERRA

Konzentrieren Sie sich auf das, was diese Person am meisten inspiriert (das könnte die Vorstellung sein, andere mit ätherischen Ölen zu versorgen, das Ziel des selbstbestimmten Wohlbefindens, die Verdienstmöglichkeiten, die am meisten geprüften und vertrauenswürdigen ätherischen Öle in CPTG™-Qualität, außergewöhnliche Unternehmenswerte und Leadership oder globale Initiativen wie dōTERRA Healing Hands™ und Co-Impact Sourcing™). Drücken Sie Ihre Zuversicht aus, dass Ihre Interessentin oder Ihr Interessent sich das Leben aufbauen kann, das sie/er sich wünscht.



4 Großzügige Vergütung

Beleuchten Sie die vier Möglichkeiten, mit dōTERRA Einkommen zu erzielen, und das allgemeine Verdienstpotezial. Zeigen Sie auf Wunsch ein Video.



5 Einladung zum Träumen

Was sind Ihre Hoffnungen und Träume? Welche Ziele wollen Sie erreichen?



6 Einen Weg auswählen

Laden Sie Ihre Interessierten ein, sich auf der Ebene zu engagieren, die sich für ihn richtig anfühlt. *Schauen wir uns an, wie Sie starten könnten. Wie viele Stunden pro Woche wären Sie bereit zu investieren? Welcher Weg passt am besten zu Ihren Bedürfnissen? Bis wann möchten Sie dieses Ziel erreichen?*



Falls nötig, sagen Sie Folgendes: *Ich möchte realistisch mit Ihnen sein. Wenn ich mir Ihre Ziele und die Anzahl der Stunden, die Sie bereit sind zu investieren, so anschau, und auf der Grundlage von Durchschnittswerten des Unternehmens, dann müssen wir eine dieser Zahlen ändern. Entweder müssen Sie die Anzahl der Stunden, die Sie für Ihr Unternehmen arbeiten, erhöhen, oder die Zeitspanne verlängern, in der Sie Ihr Ziel erreichen wollen. Welche Zahl wären Sie bereit zu ändern?*

Legen Sie gemeinsam ein Ziel und einen Zeitrahmen fest, mit denen die Person zufrieden ist. Es kommt selten vor, dass jemand mit weniger als 15 Stunden pro Woche eine nennenswerte finanzielle Pipeline aufbaut. Je größer die Ziele, desto mehr Zeit muss aufgewendet werden.

7 Was dafür nötig ist

Erzählen Sie von den großartigen Schulungen und Materialien, die durch Ihr Upline-Team und das Unternehmen zur Verfügung stehen. Erklären Sie, warum Sie der Meinung sind, dass die Person brillant darin wäre, und helfen Sie ihr dabei, sich selbst mit diesen Fähigkeiten und Erfolg zu sehen.



8 Fragerunde

Beantworten Sie alle Fragen. Wenn Zweifel geäußert werden, hören Sie zu, wiederholen Sie sie und stellen Sie Anschlussfragen. Zum Beispiel:



Sie haben also negative Erfahrungen mit Network-Marketing gemacht. Erzählen Sie mir mehr darüber. Sagen Sie der Person, dass Sie sich ähnlich fühlen würden. Erzählen Sie, wie Sie diese Zweifel überwunden haben. Als ich eine Zeit lang Kunde war, wurde mir klar, dass dieses Unternehmen das Image dieses Berufs völlig neu definiert hat.

9 Zur Partnerschaft und zum Builder einladen

Wenn die Person sich bereits als Produktnutzer*in eingeschrieben und eine Wellness-Beratung erhalten hat, dann ist sie bereit für Schritt 2 auf Seite 10 des Build Guides. Wenn nicht, beginnen Sie mit Schritt 1. *Mein erster Vorschlag ist, dass wir mit Schritt 1 beginnen, nämlich damit, dass die Produkte bei Ihnen und Ihrer Familie etwas bewirken. Gibt es etwas, das in Bezug auf Ihr oder das Wohlbefinden Ihrer Familie verbesserungswürdig ist?* Verwenden Sie bei Bedarf die Skripte auf Seite 54–59 in diesem Leitfaden. *Ich weiß, dass wir in Ihrem Leben etwas verändern können. Wir haben auch bei _____ etwas verändert.* Erzählen Sie die Geschichte einer anderen Person – oder Ihre eigene, wenn sie zu der Situation passt.

A. Wenn der Gast sich noch nicht eingeschrieben hat, geben Sie als Nächstes einen kurzen Einführungskurs über Öle, um die für ihre persönlichen und geschäftlichen Bedürfnisse am besten geeigneten Kits zu präsentieren. Vereinbaren Sie dann einen Termin für die Einführung zum Start.

B. Sobald die Person eingeschrieben ist, machen Sie mit Schritt 2 auf Seite 10 des Build Guides weiter und besprechen oder planen Sie die nächsten Schritte, einschließlich der Einführung zum Start.



Neue Builder einsetzen

Kundinnen bzw. Kunden und Sharer einzuschreiben, verändert Leben und unterstützt Ihr dōTERRA-Geschäft. Die Einschreibung von Buildern kann das Wachstum exponentiell beschleunigen! Ein hoher Prozentsatz beginnt als Kundinnen bzw. Kunden und entscheidet sich irgendwann dafür, ein eigenes Geschäft zu gründen. Es gibt viele, die erfolgreich als Builder beginnen. Wie auch immer – Sie sollten sich an diejenigen halten, die bereit sind, ein Unternehmen aufzubauen.

Denken Sie an die meistbeschäftigte Person, die Sie kennen und die mit dōTERRA ein Einkommen erzielen möchte. Was braucht diese Person, um erfolgreich zu sein? Sie braucht einen bewährten Prozess: wo sie anfangen soll, was erwartet wird und wie sie das, was notwendig ist, tun kann. Dieser Leitfaden bietet genau das – eine systematische Herangehensweise an erfolgreiche Gewohnheiten und Fähigkeiten in einem Schritt-für-Schritt-Muster, das auf natürliche Weise zur Verantwortlichkeit einlädt.

Unterstützen Sie Ihre neuen Builder bei ihren ersten 3–4 Präsentationen sowie bei anderen Interaktionen, die sie zum ersten Mal durchführen. Schulen Sie sie in überzeugenden Präsentationen, indem Sie ihnen vormachen, wie es geht. Erlauben Sie Ihren Buildern, bei jeder folgenden Präsentation schrittweise mehr Verantwortung zu übernehmen, bis sie sich bereit fühlen, selbstständig zu präsentieren. Vervielfältigung ist der Schlüssel zu größerem langfristigen und Downline-Erfolg. Planen Sie während ihrer Anfangszeit kurze und regelmäßige Mitteilungen (alle 2–3 Tage).

Vertrauen Sie auf den Wert, den Sie als neue*r Leader beisteuern, einfach weil Sie schon ein Kapitel weiter sind.

In 6 Wochen zu Elite

Schlagen Sie Ihren Buildern den unten stehenden Zeitplan vor, der die 5 Schritte zum Erfolg nutzt; so zeigen Sie ihnen, wie sie es innerhalb von 6 Wochen vom Start bis zum Elite-Rang schaffen. Die Gründung eines Unternehmens ist wie der Start einer Rakete – wenn man mit hoher Intensität beginnt, nimmt man diesen Schwung mit auf die Reise. Diese gesteigerte Energie führt zu einer größeren Anzahl von Einschreibungen in einem kürzeren Zeitraum, in dem sie ihre Builder finden müssen, was es ihnen wiederum ermöglicht, ihr Team innerhalb des 14-tägigen Zeitfensters zur Platzierung strategischer zu strukturieren.

Idealer Ablauf

Prelaunch





Top-Tipp:

Wenn Sie neue Mitglieder einschreiben, ziehen Sie in Betracht, einige unter engagierten Buildern einzuordnen, die selbst aktiv einschreiben und ihr Team unterstützen. Führen Sie ein klärendes Gespräch, bevor Sie diese Personen oder ihre Downline zum Sponsor machen. Setzen Sie Anreize für gesundes Verhalten, indem Sie die Bemühungen Ihrer Builder spiegeln, anstatt selber zu übertreiben, denn dies könnte die Builder davon abhalten, es selbst zu tun. Es wird dringend empfohlen, dass Sie die Einschreibung Ihres Enrollees so lange bei sich belassen, bis sie vom neuen Sponsor verdient wurde. Sollten sie nicht die versprochenen Leistungen erbringen, haben Sie immer noch die Möglichkeit, Ihren Enrollee als eigenes qualifiziertes Bein zu entwickeln oder später zu verschieben. *Ich habe eine'n neue'n Enrollee, der sich meiner Meinung nach in Ihrem Team am besten entwickeln würde. Es ist wichtig, dass er eine Wellness-Beratung und ein angemessenes Follow-up erhält. Können Sie mir zusagen, ihm diese Unterstützung zu geben? Wenn ja, nenne ich Ihnen seine Interessen und helfe Ihnen bei seiner optimalen Platzierung.*

Startmonat

Woche 2

Einschreiben



SCHRITT 4:

- Mehr als 15 Personen einschreiben
- Wellness-Beratungen durchführen
- Neue Enrollees platzieren



- Dazu einladen, Gastgeber*in und Builder zu werden
- Builder verpflichten

Woche 3

Unterstützen



SCHRITT 5:

- Kundinnen u. Kunden einarbeiten
- Builder einsetzen
- Weiterbildung/Veranstaltungen fördern
- Strategiesitzungen abhalten

Woche 4

Elite erreichen



FEIERN!

Nächste Schritte

Premier werden



Motivieren Sie sich und Ihre Builder ununterbrochen, die nächsten Ränge zu erreichen.

Mentor*in für Builder

Beim Mentoring geht es darum, das Beste aus anderen herauszuholen und sie zu Höchstleistungen anzuspornen!

In dem Maße, in dem Sie Ihre eigene Brillanz entdecken, sind Sie besser in der Lage, Ihren Buildern Strategie- und Verantwortungspartner zu sein. Man muss nicht alles wissen, um ein guter Mentor zu sein. Nutzen Sie diesen Leitfaden und Ihre Upline, wenn Sie mit dem Mentoring beginnen, und lassen Sie sich auf diesen großartigen Prozess des Wachstums ein.

Top-Tipps

- 1. Planen Sie regelmäßige Strategiesitzungen** mit Ihren Buildern am Telefon oder via Zoom.
- 2. Besorgen Sie sich ihren Strategie-Check-in** vor dem Call. Konzentrieren Sie sich auf die wichtigen Handlungsschritte und wie Sie diese effektiv gehen können.
- 3. Laden Sie Ihre Upline-Mentorin bzw. Ihren -Mentor** zu Ihren ersten Calls ein.
- 4. Konzentrieren Sie sich auf Lösungen, nicht auf Probleme.** Drücken Sie Empathie aus und führen Sie die Builder dann schnell von ihren Bedenken hin zu Lösungen. Erzählen Sie nichts, sondern stellen Sie Fragen. Schaffen Sie einen Raum, in dem sie Ideen erkunden können.
- 5. Seien Sie Ihre beste Version.** Schaffen Sie großen Mehrwert in kleinen Zeitfenstern. Entwickeln Sie ein Vertrauensverhältnis, indem Sie Vertraulichkeiten wahren und Verpflichtungen einhalten.
- 6. Unterrichten und ermutigen Sie.** Heben Sie ihre Begabungen und Talente hervor.
- 7. Schlagen Sie Schulungen zur persönlichen Entwicklung und weitere Zusatzschulungen** zur Unterstützung bei der Überwindung einschränkender Gedanken und zur Verbesserung von Fähigkeiten vor.
- 8. Erkennen Sie Erfolge** während der Strategiesitzungen an. Wirken Sie darauf hin, dass Ihre Upline bei Teamveranstaltungen/-Calls und anderen Treffen das Gleiche tut.



Strategie-Check-in

Senden Sie vor Ihrer Strategiesitzung ein Foto eines ausgefüllten Formulars per SMS oder E-Mail an Ihre Mentorin bzw. Ihren Mentor

1. Verbinden und entdecken
Welcher Erfolg hatten Sie letzte Woche?
Was trägt zum Wachstum Ihres Geschäfts bei?
Wie werden Herausforderungen und Sie in Ihrem Geschäft zusammenhängen?

2. Rückblick auf die letzte Woche
Wie lief es letzte Woche und Ihre wichtigsten Handlungsschritte?
Was ist etwas, das sich in Zukunft ändern muss?

Haben Sie in der vergangenen Woche einen Bereich identifiziert, in dem Sie Unterstützung benötigen?

Verbinden	Entdecken	Wachstums	Chancen	Verbinden
<input type="checkbox"/> Geben Sie Rückmeldung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung
<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung
<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung
<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung	<input type="checkbox"/> Erklären Sie die Bedeutung

3. Ziele für die kommende Woche
Ziel: Sie haben einen Plan für die wichtigsten Aktivitäten der Woche entwickelt.
Rang: Power of 3:

Top 3 Aktivitäten	Ergebnis	Wichtige Handlungsschritte	Wichtige Aktivitäten
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

4. Durchbrüche
Welcher persönliche Erfahrung/Erkenntnis (insbesondere bei den letzten 100 Tagen) sind Sie stolz und die Fähigkeiten sind besser?

5. Wichtige Erinnerungen
Team-Call, Präsentation, ...

Warum wöchentliche Strategiesitzungen

- So machen Sie Ihre Builder fit für Erfolg.
- Zur Messung der PIPES-Aktivitäten und Verbesserung der Fähigkeiten.
- Sie bleiben in Verbindung und bieten konsequente Unterstützung.

Agenda der Strategiesitzung (30 Min.)

Schritt 1: Verbindung

Feiern Sie Erfolge und ermitteln Sie Bereiche mit Verbesserungspotenzial.

Schritt 2: Rückblick auf die Aktionen und Ergebnisse der letzten Woche


Helfen Sie dabei, die letzte Woche zu analysieren, damit sie das, was funktioniert, wiederholen und das, was nicht funktioniert, streichen können. Helfen Sie, realistische Ziele in Bezug auf Ränge und Power of 3 zu setzen. Beurteilen Sie den Umsatz und erstellen Sie einen Plan, um Lücken zu schließen.

Schritt 3: Überprüfung der PIPES-Aktivitäten

Bewerten Sie die PIPES-Aktivitäten der letzten Woche. Ermitteln Sie, wo es zu Pannen kommt, und konzentrieren Sie Ihr Mentoring auf das Wichtigste (z. B. Erwerb von Fähigkeiten beim Einladen oder Einschreiben). Setzen Sie PIPES-Ziele für die nächste Woche.

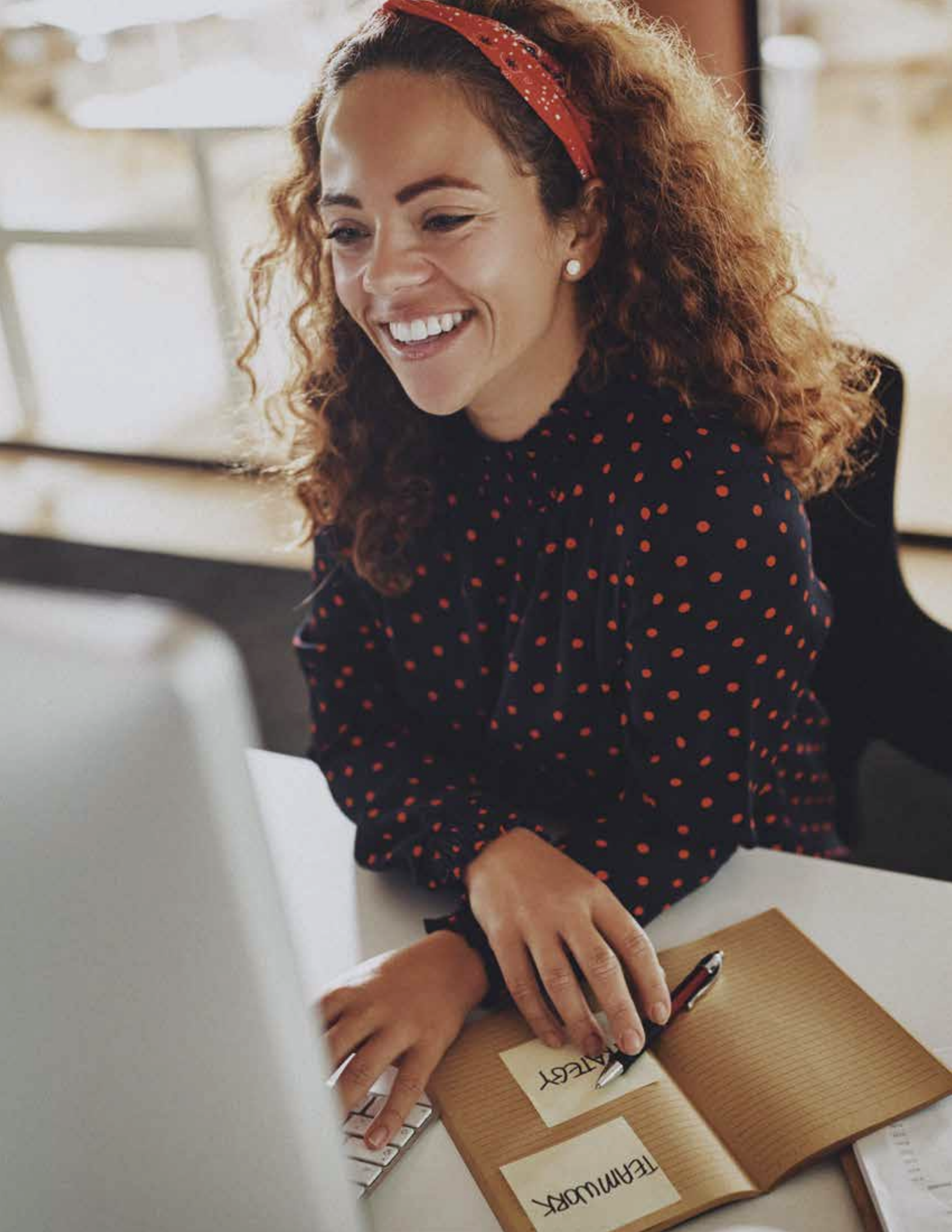
Schritt 4: Identifizierung und Terminierung der wichtigen Handlungsschritte für die kommende Woche

Stützen Sie sich bei den wichtigen Handlungsschritten der kommenden Woche auf die PIPES-Bewertung. Ermitteln Sie, wo und wie sie Unterstützung brauchen. Seien Sie verfügbar, um Präsentationen zu halten und dabei zu unterstützen, um neue Builder zu verpflichten und erste Wellness-Beratungen zu modellieren.

A young woman with blonde hair, wearing a blue denim shirt, is smiling and looking towards the right. She is holding a tablet in her left hand and pointing at the screen with her right hand. In the background, another person's hand is visible, holding a white cup. The background is slightly blurred, showing a wall with circular patterns.

Beim Mentoring geht es darum,
von Wissen zu profitieren, genau
zuzuhören und einen Anstoß in die
richtige Richtung zu bekommen.

John C. Crosby



Persönliche Entwicklung

Die Verpflichtung, sich selbst weiterzuentwickeln, ist eine Verpflichtung, Ihr Unternehmen weiterzuentwickeln.

Nehmen Sie sich die Zeit, Ihre Persönlichkeit zu entwickeln, damit Sie die Person werden können, die Ihre Träume wahr werden lässt.

Ihre Einstellung . . . bestimmt,
wie hoch Sie fliegen werden.

Zig Ziglar

Ihre Zukunft im Blick

Von Beginn an ist es unerlässlich, Ihr ‚Warum‘ mit dem Wachstum Ihres dōTERRA-Geschäfts zu verknüpfen.

Durch den Aufbau einer finanziellen Pipeline können Sie die Möglichkeit schaffen, das Leben zu leben, das Sie sich wünschen. Ihr Warum ist die Inspiration, die Ihre Hoffnungen und Träume beflügelt. Es ist verwirklicht, wenn Ihre Bedürfnisse, Wünsche und Ziele erfüllt sind.

Ihr Warum motiviert Sie, den Fokus zu behalten und Fortschritte zu machen. Überlegen Sie, welcher Bereich die größte Auswirkung hätte, und kreisen Sie ihn unten ein. Setzen Sie sich wichtige Ziele, auf die Sie sich freuen können und die Sie jetzt motivieren, zu handeln.



Mehr verdienen

- Daran arbeiten, schuldenfrei zu werden.
- Ein üppiges Sparkonto anlegen.
- Mehr finanziellen Spielraum haben.
- Mehr für wohltätige Zwecke spenden.



Intelligenter arbeiten

- Kontrolle über meine Zeit und meinen Zeitplan haben.
- Meine eigenen Träume haben.
- Fokus auf Selbstoptimierung und weitere Ausbildung.
- Finanzielle Planung und Vorbereitung.



Das tun, was man liebt

- Mehr reisen.
- Talente entwickeln und Interessen ausbauen.
- Mehr dienen.
- Mehr Zeit mit meiner Familie verbringen.

Große Träume!

Sich seine Träume auszumalen und sie zu Papier zu bringen, ist der erste Schritt, sie wahr werden zu lassen. Setzen Sie sich allein oder mit einer Person, der Sie vertrauen, zusammen und entwerfen Sie Ihre Vision für die Zukunft; verwenden Sie zur Inspiration die folgenden Fragen.

Geschäft

Was wollen Sie in Ihrem dōTERRA-Geschäft erreichen? Was ist Ihr nächster Rang?

Zweck

Wie sehen Sie sich dabei, anderen zu dienen und dabei Erfüllung zu finden? Wofür möchten Sie bekannt sein oder in Erinnerung bleiben?

Beziehungen

Wenn Sie mehr Zeit, Freiheit oder Ressourcen hätten, wen würden Sie anziehen? Mit wem würden Sie Zeit verbringen, wachsen und sich weiterentwickeln?

Geld

Wie würden finanzielle Kontrolle und Wohlstand aussehen und sich in Ihrem Leben und Lebensstil niederschlagen?

Erlebnisse

Wovon würden Sie gern mehr tun? Wohin wollen Sie gehen? Was möchten Sie leidenschaftlich gern erreichen?

Emotionen

Wie wollen Sie sich die meiste Zeit über fühlen?

Spirituell

Wie sieht ein Leben mit einer beständigen Verbindung zu Gott aus und wie fühlt es sich an?

Körperlich

Was sind ideale Erfahrungen mit Ihrem Körper?

Geistig

Was möchten Sie wissen? Wie wollen Sie denken?

Die Zukunft gehört denen, die
an die Schönheit
ihrer Träume glauben.

—
Eleanor Roosevelt



Top-Tipp:

Erstellen Sie ein Visionboard mit Bildern, die Ihre Träume von der Zukunft so darstellen, als wären sie bereits Realität. Richten Sie täglich Ihren Fokus darauf. Beleben Sie Ihre Visualisierungen mit Musik und Ihrem liebsten ätherischen Öl.

Empowerment für Sie

Top-Leader von dōTERRA sagen: „Wir sind ein Unternehmen für persönliche Entwicklung, getarnt als ein Unternehmen für ätherische Öle.“ Wir von dōTERRA sagen gern, dass die Veränderung von Leben zum Besseren „das ist, was wir sind, und das, was wir tun“. Ganz egal, aus welchem Grund eine Person zu dōTERRA kommt – die Wellness-Botschafter*innen sind leidenschaftlich darum bemüht, ihren Teil dazu beizutragen, um ihren anvisierten Erfolg zu erreichen.

Tägliche Gewohnheiten ermitteln

Widmen Sie jeden Tag etwa 20 Minuten Ihrer persönlichen Entwicklung, um sich als Person, als Builder und Leader weiterzuentwickeln. Nachfolgend finden Sie Ideen, wie Sie Ihre Stärken am besten nutzen und Ihren Einfluss und Ihre Fähigkeit, zu verkaufen und für andere zu sorgen, ausbauen können.



LESEN Sie ein Buch über die Entwicklung Ihrer Einstellungen und Fähigkeiten als Unternehmer*in und Leader.



DISKUTIEREN Sie ein Thema, zu dem Sie Input oder Feedback brauchen, mit einer vertrauenswürdigen Person oder einem Coach.



SEHEN Sie ein Video zu einem Thema, auf das Sie sich konzentrieren und in dem Sie Ihr Wissen erweitern wollen.



ERZÄHLEN Sie etwas, das Sie gerade lernen, einem Familienmitglied oder einem Freund, um eine Bestätigung Ihrer Gefühle zu erhalten.



HÖREN Sie regelmäßig den Podcast einer vertrauenswürdigen Person, die über Themen spricht, die Sie interessieren oder kennen müssen.



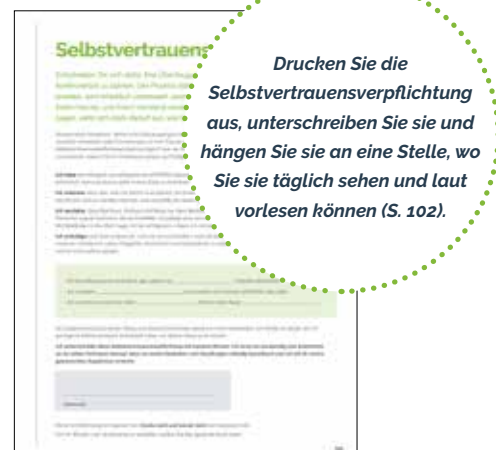
ÜBEN Sie Rollenspiele oder gehen Sie eine geskriptete Präsentation durch, die Sie optimieren möchten.

Auf Ihre Art lernen

Eine der größten Auswirkungen auf Ihren Erfolg hat die Berücksichtigung Ihres individuellen Lernstiles. Kreuzen Sie alle zutreffenden Kästchen an. Sie müssen:

- Es sehen** – Visuelle Hilfen/Bilder, PowerPoint, Skizzen oder Diagramme/Tabellen
- Es hören** – Lautes Sprechen oder Lesen, mündliche Anweisungen, Diskussionen, Nachsprechen oder Rollenspiel
- Es sagen** – Konversation, Fragen stellen, aussprechen oder unterrichten
- Es machen** – Praktische Übungen, beim Lernen/Befolgen/Wiederholen von Handlungen ausführen
- Es lesen** – Schriftliche Form, Notizen zu Begriffen/Informationen, Statistiken oder Notizen machen
- Darüber nachdenken** – Sie brauchen Zeit zum Überlegen, Nachdenken und Verarbeiten

Erzählen Sie Ihrem Upline-Mentor, wie Sie am besten lernen können, und überlegen Sie gemeinsam, wie Sie den größten Nutzen aus diesem Leitfaden und andere Schulungen ziehen können.



Von den Besten lernen

Die Lektüre von Büchern zur persönlichen Entwicklung ist das Beste, was Sie im Rahmen Ihrer täglichen Routine machen können. Hier finden Sie eine Auswahl an Lektüre von Top-Leadern, mit der Sie Ihren Weg zu Elite beschleunigen:

- *Slight Edge: Der kleine Vorsprung* von Jeff Olson
- *Making the First Circle Work* von Randy Gage



Werden Sie Ihre beste Version

Schließen Sie sich Zehntausenden von Wellness-Botschafterinnen und -Botschaftern an und lernen Sie mehr über Ihre einzigartigen Stärken mit Empowered You, einem speziellen Schulungsprogramm, das in Zusammenarbeit mit Gallup entwickelt wurde und die Business-BUILDER von dōTERRA dazu befähigt, ihre Stärken voll zu entfalten.

Sie nutzen die Schulung optimal aus, wenn Sie zunächst mit der Clifton Strengths Finder 2.0-Bewertung Ihre spezifischen Talentthemen identifizieren. Mehr Informationen unter dotterra.com > *Literatur* > *Empowered Success* > *Empowered You*.



Der dōTERRA *Strengths Guide* soll Sie dazu ermutigen, sich bei jeder PIPES-Aktivität auf Ihre individuellen Stärken zu konzentrieren.

Nutzen Sie in Verbindung mit dem Leitfaden die Empowered You-Videos, um Ihre persönliche Entwicklung auszumachen und Ihren PIPES-Handlungen eine ganz neue Qualität zu geben.

Während Sie mit Hilfe des Strengths-Prozesses immer mehr erfahren, lernen Sie, den Unterschied zwischen Prinzipien und bewährten Praktiken zu erkennen. Bewährte Praktiken sind Menschen, die Dinge auf ihre Weise tun. Prinzipien sind bewährt, beständig und unveränderlich und können auf jede Situation angewandt werden. Sie sind die Wahrheiten hinter den Praktiken.

Beobachten Sie, was in einer Situation funktioniert, und analysieren Sie den Erfolg, indem Sie nach den Prinzipien suchen, die den Unterschied machen. Da sich Menschen nicht duplizieren lassen, Prozesse jedoch schon, sollten Sie sich dazu entscheiden, Sie selbst zu sein, Ihre Talente und Fähigkeiten einzusetzen und gleichzeitig das zu tun, was notwendig ist, um Ergebnisse zu erzielen.

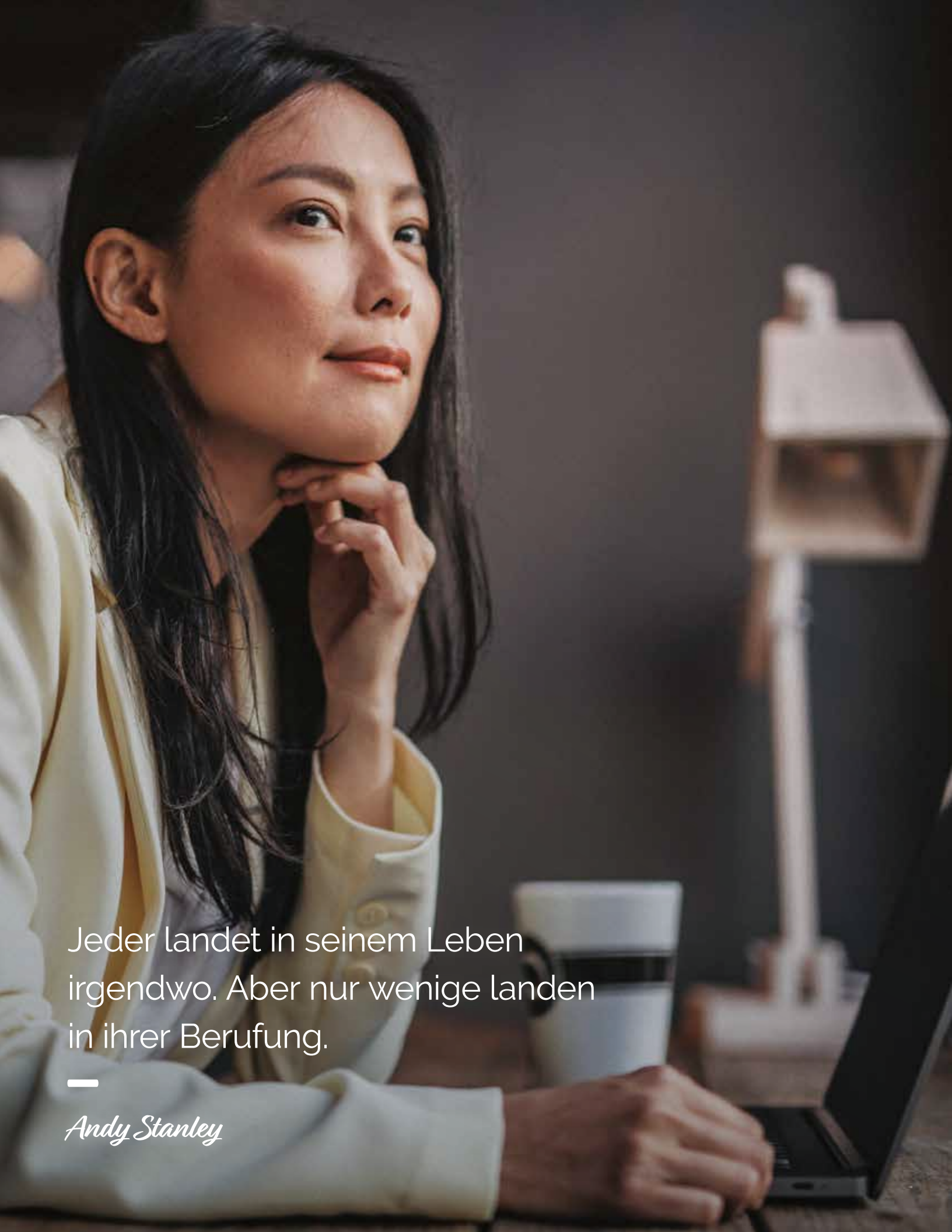
Entlang Ihres Weges wachsen

Schaffen Sie eine Teamkultur, die sich auf das konzentriert, was für Sie und Ihr Umfeld richtig ist. In der besten Kultur werden Sie motiviert, Ihre Stärken auf Maßnahmen zu konzentrieren, die Ihr Geschäft voranbringen. Selbstvertrauen und Selbstliebe ist ein entscheidender Bestandteil von Leadership. Erweitern Sie Ihr Team auf eine Weise, die wirklich authentisch für Sie ist.

In welchen Bereichen können Sie wirklich glänzen?

Welche dieser Stärken soll den größten Einfluss auf Ihren Erfolg haben?



A woman with long dark hair, wearing a white blazer, is sitting at a desk. She is looking off to the side with a thoughtful expression, her hand resting on her chin. In front of her is a laptop, and to her right is a white mug. The background is dark and out of focus, showing a desk lamp.

Jeder landet in seinem Leben
irgendwo. Aber nur wenige landen
in ihrer Berufung.

Andy Stanley

Selbstvertrauensverpflichtung

Entscheiden Sie sich dafür, Ihre Überzeugungen, Ihren Mut und Ihr Selbstvertrauen kontinuierlich zu stärken. Der Prozess dahin, echte und dauerhafte Ergebnisse zu erzielen, wird erheblich verbessert, wenn Sie die lebenswichtige Verbindung zwischen Ihrem Herzen und Ihrem Verstand verstehen. Was Sie immer wieder denken und sagen, wirkt sich stark darauf aus, wie Sie handeln und Ihren Charakter zeigen.

Disziplinierte Gedanken, Worte und Überzeugungen helfen, die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Zusätzlich zu visuellen Hinweisen oder Erinnerungen an Ihre Träume und künftigen Leistungen lesen Sie die folgende *Selbstvertrauensverpflichtung* zweimal täglich laut vor. Bringen Sie Ihr ganzes Selbst in Ihre Arbeit ein, um Ihre Ergebnisse zu erreichen, indem Sie Ihr Unterbewusstsein auf Erfolg programmieren und Ihr Herz zum Handeln bewegen!

Ich habe die Fähigkeit, ein erfolgreiches dōTERRA-Geschäft aufzubauen und meine Lebensaufgabe zu erfüllen. Ich bin beharrlich, wenn es darum geht, meine Ziele zu erreichen.

Ich erkenne, dass das, was ich denke und glaube, am Ende meine Realität wird. Ich konzentriere meine Gedanken auf die Person, die ich werden möchte, und erschaffe ein klares geistiges Bild von dieser Person.

Ich verstehe, dass Reichtum, Einfluss und Rang nur dann Bestand haben, wenn sie auf Handlungen aufbauen, die allen Personen zugute kommen, die sie betreffen. Ich pflege eine serviceorientierte Einstellung, während ich Hoffnung und Wohlbefinden in die Welt trage. Ich bin erfolgreich, indem ich mit anderen Menschen zusammenarbeite.

Ich ermutige und lade andere ein, sich mir anzuschließen, weil ich bereit bin und mich bemühe, den Menschen in meinem Umfeld mit Liebe, Mitgefühl, Ehrlichkeit und Dankbarkeit zu dienen. Andere glauben an mich, weil ich an sie und an mich selbst glaube.

- Ich beeinflusse und verändere das Leben von _____ (Anzahl) Menschen.
- Ich verdiene _____ € monatlich mit meinem dōTERRA-Geschäft.
- Ich erreiche am oder vor dem _____ (Datum) den Rang _____.

Als Gegenleistung für diesen Rang und dieses Einkommen gebe ich mein Allerbestes. Ich handle so lange, bis ich genügend Selbstvertrauen entwickelt habe, um diesen Rang zu erreichen.

Ich unterschreibe diese Selbstvertrauensverpflichtung mit meinem Namen. Ich lerne sie auswendig und wiederhole sie im vollen Vertrauen darauf, dass sie meine Gedanken und Handlungen ständig beeinflusst und ich mit ihr meine gewünschten Ergebnisse erreiche.

Unterschrift

Diese Verpflichtung ist inspiriert von ***Denke nach und werde reich*** von Napoleon Hill.
Um Ihr Wissen und Verständnis zu vertiefen, sollten Sie das gesamte Buch lesen.





Anlage

Zusätzliches Material

Lerne weiter, werde weiser!



Israelmore Ayivor

Vergütungsplan

Handelsspanne

Monatliche Auszahlung

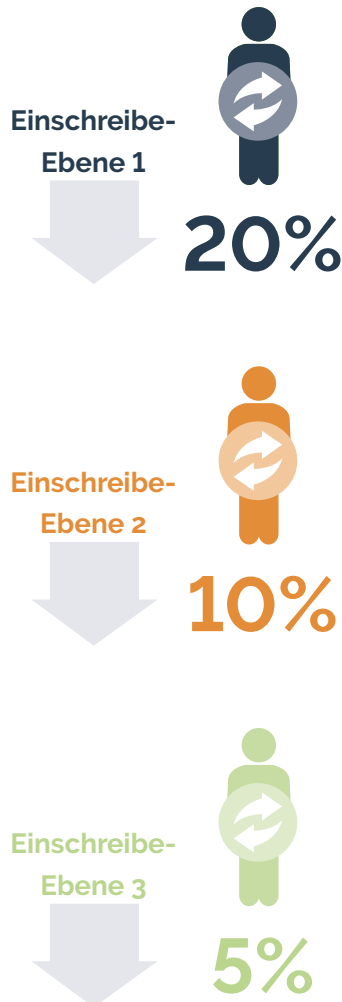
Wellness-Botschafter*innen erzielen 25 Prozent Gewinn (exklusive Mehrwertsteuer) auf die Käufe ihrer Endkundinnen und -kunden.



Fast Start Bonus

Wöchentliche Auszahlung

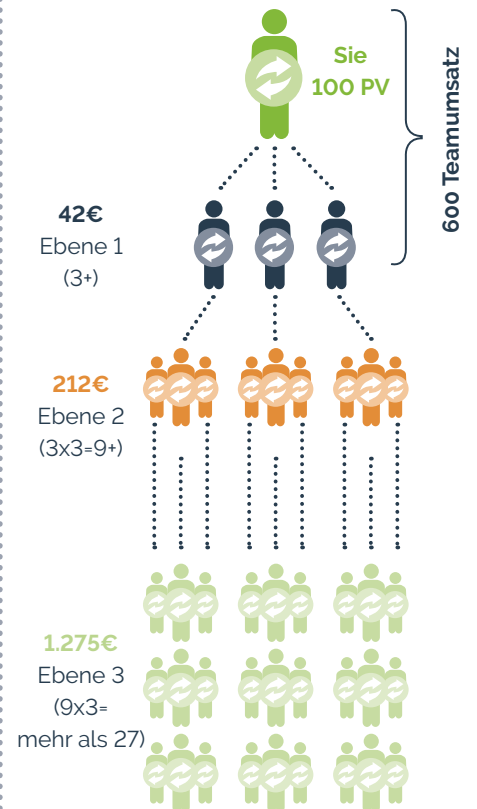
Wird auf das provisionsfähige Umsatzvolumen (CV) der ersten 60 Tage eines neuen Enrollees gezahlt. Jede*r Enroller muss mindestens 100 PV (Persönliches Volumen) per LRP-Bestellungen pro Monat haben und zu jeder Zeit eine Treuevorlage (LRP Template) von mindestens 100 PV halten, um zur Teilnahme berechtigt zu sein.



Power of 3

Monatliche Auszahlung

Jede Person innerhalb Ihrer Power of 3-Struktur muss eine LRP-Bestellung von mindestens 100 PV (Persönliches Volumen) aufgeben, um Sie für den Power of 3-Bonus zu qualifizieren.



Legende Treueprogramm



Treue-
bestellung
über 100 PV



Keine
Treuebestellung

Unilevel-Organisationsbonus

Monatliche Auszahlung

Auch als Rangqualifikationen bezeichnet. Wird monatlich auf das komprimierte Organisationsvolumen ausgeschüttet.

Nach Rang bezahlt	Wellness-Botschafter	Manager	Director	Executive	Elite	Premier	Silver	Gold	Platinum	Diamond	Blue Diamond	Presidential Diamond
Monatliches PV	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Monatliches OV	-	500	1.000	2.000	3.000	5.000	-	-	-	-	-	-
Qualifizierte Beine*	-	-	-	-	-	2	3	3	3	4	5	6
Anforderungen an das Bein	-	-	-	-	-	Executive	Elite	Premier	Silver	Silver	Gold	Platinum
Ebene 1	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Ebene 2		3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Ebene 3			5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Ebene 4				5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Ebene 5					6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Ebene 6						6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Ebene 7							7%	7%	7%	7%	7%	7%
Dynamische Komprimierung		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑

Dieses Dokument darf von dōTERRA Wellness-Botschafterinnen und -Botschaftern für den persönlichen geschäftlichen Gebrauch vervielfältigt werden.

Leadership Pools

Monatliche Auszahlung

Durch die Qualifikation in den Top-Rängen haben Wellness-Botschafter*innen die Möglichkeit, vom globalen Unternehmensvolumen zu profitieren.

Die durch die Pools verdienten Anteile hängen von dem im entsprechenden Monat erreichten Rang ab.

Nach Rang bezahlt	Premier	Silver	Gold	Platinum	Diamond	Blue Diamond	Presidential Diamond
Monatliches PV	100	100	100	100	100	100	100
Monatliches OV	5000	*	*	*	*	*	*
Qualifizierte Beine*	2	3	3	3	4	5	6
Anforderungen an das Bein	Executive	Elite	Premier	Silver	Silver	Gold	Platinum
Leadership Performance Pool							
# der Anteile	1	5	10	10	1	2	3
	1+	1+	1+	1+	1+	1+	1+
		2%				1%	
Empowerment Bonus Pool							
	Premier	Silver	Gold		Diamond Pool	Blue Diamond Pool	Presidential Diamond Pool
# der Anteile für 1 Einschreibung pro Monat	1	1	2	# der Anteile	3	3	3
# der Anteile für 2 oder mehr Einschreibungen pro Monat	--	--	Maximal 2		1+	1+	1+
		1,25%			1%	1%	1%

Empowerment Pool: Jeder Premier, Silver und Gold, der in diesem Monat entweder einen Vorteilskunden oder einen Wellness-Botschafter mit einem qualifizierenden Einkauf von 100 PV (oder höher) persönlich einschreibt, verdient einen Anteil des globalen Unternehmensvolumens. Jeder im Rang Gold, der in diesem Monat zwei oder mehr Personen, entweder Vorteilskunden und/oder Wellness-Botschafter, mit einem qualifizierenden Einkauf von 100 PV (oder höher) persönlich einschreibt, verdient maximal zwei Anteile des globalen Unternehmensvolumens.

Leadership Pool: Jeder Silver verdient einen Anteil, jeder Gold verdient fünf Anteile und jeder Platinum verdient zehn Anteile.

Diamond Performance Pool: Jeder Diamond verdient einen Anteil, jeder Blue Diamond verdient zwei Anteile und jeder Presidential Diamond verdient drei Anteile.

Diamond Pool: Jeder Diamond verdient drei Anteile.

Blue Diamond Pool: Jeder Blue Diamond verdient drei Anteile.

Presidential Diamond Pool: Jeder Presidential Diamond verdient drei Anteile.

Zusätzliche Anteile: Sie können zusätzliche Anteile erhalten, wenn Sie Ihren persönlich eingeschriebenen* Wellness-Botschaftern helfen, zu Elite (Leadership), Premier (Diamond), Blue Diamond und Diamond Performance Pools) und Silver (Presidential) aufzusteigen.

*Beine müssen persönlich eingeschrieben werden. †Müssen erstmalig qualifiziert sein, unbegrenzte Anteile. Für Details siehe Unternehmensrichtlinien. Dieses Dokument darf von dōTERRA Wellness-Botschafterinnen und -Botschaftern für den persönlichen geschäftlichen Gebrauch vervielfältigt werden.

Rollen bei dōTERRA

Jede Person entscheidet selbst, wie sie ihre Beziehung zu dōTERRA maximieren möchte. Im Folgenden werden die vier wichtigsten Rollen und Beispiele für die jeweiligen Mindsets/Ziele aufgeführt.

Verwenden Sie diese Seite, um:

Zu klären, was mit jeder Rolle einhergeht, damit Sie Ihre eigenen Erwartungen und die der anderen erfüllen können. Denken Sie daran, dass das Engagement einer Person durch ihre Handlungen und Entscheidungen bestimmt wird, nicht durch ihre Platzierung oder Position. Respektieren Sie ihre Entscheidungen. Führen Sie klärende Gespräche, um Verpflichtungen festzulegen und die Verantwortlichkeiten in Bezug auf Einschreibung und Sponsoring zu bewerten.

Aufmerksam zu sein. Beobachten Sie in Verbindung mit den Berichten im Virtual Office, was jenseits Ihrer Frontline oder der qualifizierten Leader geschieht. Beurteilen Sie das Wachstum und das künftige Potenzial, indem Sie die Einschreibungen, den Umsatz und die Rangfortschritte beobachten, um herauszufinden, worauf Sie Ihre Zeit und Aufmerksamkeit verwenden.

Teamwurzeln. Bei der Bewertung des Erfolgs oder Misserfolgs von Rollen, die von den verschiedenen Personen erwartet werden, sollten Sie innerhalb Ihrer Organisation nach unten schauen, um die Builder zu erkennen, die ein besseres Mentoring wünschen und brauchen. Manchmal gibt es Möglichkeiten, die Einschreibungsverantwortung zu verlagern und gegenseitige Vorteile für alle Beteiligten zu schaffen. Ihre Fürsorge und Anerkennung kann einen Unterschied machen und das Wachstum dort fördern, wo engagierte Builder in Ihrem Team sind.

Kundin bzw. Kunde Vorteilskundinnen und -kunden

- Ich habe mich dazu entschlossen, die Wellness-Optionen von dōTERRA zu nutzen.
- Ich möchte mehr über die Öle lernen.
- Wenn Freunde oder Familie Interesse zeigen, verweise ich sie gerne an meine*n Wellness-Botschafter*in.
- Ich nutze mein Referenzhandbuch, Online-Foren, den dōTERRA-Kundendienst und meinen Wellness-Botschafter zur Unterstützung.
- Ich erhalte den Einkaufspreis – 25 % Rabatt – auf alle Produkte.
- Ich kann wählen, ob ich Treuepunkte sammeln möchte; dabei erhalte ich 10–30 % in Form von kostenlosen Produkten zurück.
- Ich kann wählen, ob ich:
 - Das kostenlose Produkt des Monats erhalten möchte, wenn ich bis zum 15. eines beliebigen Monats eine Treuebestellung von mindestens 125 PV auf gebe.
 - Promotions und Incentives erhalten möchte.

Zusätzlich zur Rolle als dōTERRA-Kundin bzw. Kunde...

Sharer Wellness-Botschafter*innen

- Ich möchte mehr darüber erfahren, wie die Öle meine Wellness-Ziele und -Prioritäten sowie die anderer Menschen unterstützen können.
- Ich mag es, anderen zu helfen, mit dōTERRA Hoffnung zu finden und Möglichkeiten zu sehen.
- Ich bin bestrebt, mich persönlich weiterzuentwickeln und mehr über das Geschäft zu lernen.
- Ich führe konsequent PIPES-Aktivitäten durch.
- Ich verfeinere meinen Ansatz, um wirksamer das Interesse an einem dōTERRA-Wellness-Lifestyle zu wecken.
- Ich suche Anleitung und Unterstützung bei meinen Upline-Teamleitern und dōTERRA.
- Ich nehme an Schulungen und Mentoring teil, die von dōTERRA und meinem Upline-Mentor und Team angeboten werden.
- Ich gebe Kurse, damit andere die dōTERRA-Produkte und -Möglichkeiten kennenlernen können.
- Ich möchte genug Geld verdienen, um meine monatliche Bestellung zu bezahlen.
- Wenn die Personen, mit denen ich teile, in ihren ersten 60 Tagen etwas kaufen, kann ich einen Fast Start Bonus verdienen, wenn ich insgesamt 100 PV in LRP-Bestellungen auf gebe und meine LRP-Vorlage dauerhaft mindestens 100 PV enthält.
- Wenn ich die Menschen, mit denen ich teile, unterstütze, kann ich einen monatlichen Power of 3-Bonus verdienen, indem ich meine Kunden richtig strukturiere und sicherstelle, dass sie regelmäßig eine Treuebestellung auf geben.

Zusätzlich zur Rolle als dōTERRA-Sharer...

Builder Wellness-Botschafter*innen

- Es ist meine Leidenschaft, dōTERRA mit anderen zu teilen.
- Ich entscheide mich dafür, aktiv mehr über die Öle zu lernen, damit ich andere effektiver unterstützen kann.
- Ich bin bestrebt, mich persönlich weiterzuentwickeln und mehr über das Geschäft zu lernen.
- Ich führe konsequent PIPES-Aktivitäten durch.
- Ich verfeinere meinen Ansatz, um wirksamer das Interesse an einem dōTERRA-Wellness-Lifestyle zu wecken.
- Ich suche Anleitung und Unterstützung bei meinen Upline-Teamleitern und dōTERRA.
- Ich nehme an Schulungen und Mentoring teil, die von dōTERRA und meinem Upline-Mentor und Team angeboten werden.
- Ich gebe Kurse, damit andere die dōTERRA-Produkte und -Möglichkeiten kennenlernen können.
- Ich stelle die für meine Kurse benötigten Aufsteller, Proben, Handouts und anderen Materialien zur Verfügung.
- Ich unterstütze die Kunden, die ich einschreibe, mit einer Nachricht zur Begrüßung und einer Wellness-Beratung.
- Ich bemühe mich um eine sorgfältige Platzierung jedes Enrollees, damit sich alle gemeinsam weiterentwickeln können.
- Mit zunehmender Erfahrung fühle ich mich sicherer darin, anderen beizubringen, wie sie ihrerseits einladen, unterrichten und unterstützen können.
- Ich setze mich – in Voll- oder Teilzeit – dafür ein, ein starkes Unternehmen aufzubauen.
- Ich tue, was notwendig ist, um ein regelmäßiges monatliches Einkommen zu erzielen.
- Wenn ich aufsteige, erhalte ich Unilevel- und Leadership Pool Boni.

Zusätzlich zur Rolle als dōTERRA-Builder...

Leader Wellness-Botschafter*innen

- Ich kämpfe dafür, dass meine Träume wahr werden.
- Ich lebe die Vision von meinem Leben und bin von meiner Mission angetrieben.
- Ich hege eine Leidenschaft für die Themen Wellness und Wohlbefinden und nutze meinen Einfluss und meine Stimme, um diese Botschaft zu verbreiten.
- Ich habe den Wunsch, kontinuierlich zu lernen und zu wachsen.
- Ich überwinde einschränkende Gedanken und werde Tag für Tag zu einem besseren Leader.
- Ich begrüße und suche Mentoring, strategische Unterstützung und Verantwortlichkeit.
- Ich nutze meine Zeit und Energie mit einem bewährten System, damit ich mich auf das Wesentliche konzentrieren kann.
- Ich entscheide mich dafür, das Geld zu investieren, das ich für das Wachstum meines Unternehmens benötige.
- Ich halte mich an meine Zusagen und an mein Wort.
- Ich unterrichte selbstbewusst und bin stark im Abschluss.
- Ich achte darauf, dass mein Team in Bewegung bleibt, indem ich immer wieder relevante Unterstützung anbiete, einschreibe und Builder dazu inspiriere, Leader zu werden.
- Ich arbeite gut mit den Mitgliedern meines Teams zusammen und unterstütze sie.
- Ich unterstütze mein Team durch regelmäßige Schulungen.
- Ich engagiere mich dafür, anderen zu helfen, ein zusätzliches Einkommen zu erzielen.
- Ich würdige und unterstütze Erfolge in meinem Team.
- Ich feiere die Erfolge meiner Teammitglieder, auch wenn sie meine eigenen übertreffen.
- Ich weiß, dass ich Potenzial für Diamond+ habe und vertraue auf meine Zeitachse für Wachstum.
- Ich glaube an die Chance, die eine kontinuierliche Vergütung mit sich bringen kann.
- Ich engagiere mich für den Aufbau einer finanziellen Pipeline.
- Ich genieße und feiere die Früchte meiner Bemühungen.



Black Spruce (Schwarzfichte)

Die Schwarzfichte symbolisiert die Fähigkeit, zu wachsen, zu gedeihen und voranzukommen, und das trotz der rauen arktischen Bedingungen der borealen Waldgebiete.



Aus diesem Grund haben wir diesen Baum ausgewählt, um die Reise der doTERRA Wellness-Botschafter*innen zu repräsentieren, jener Menschen, die beständig sich und ihr Team weiterentwickeln und dabei viele Jahre lernen, mit Entschlossenheit Vertrauen aufbauen, gegen Ablenkungen immun zu sein scheinen und limitierende Gedanken überwinden.

Mit ihren Zapfen symbolisiert die Schwarzfichte, wie wichtig es ist, dass die Samen des Potenzials in den Zweigen verantwortungsvoller Leader wachsen, die erkannt haben, dass Vervielfältigung der Schlüssel zur Schaffung eines florierenden Umfeldes des Erfolgs ist.

Der **beste** Weg, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie zu gestalten.

—
Peter Drucker

Vielen Dank an die Leader-Wellness-Botschafter*innen,

die an diesem Leitfaden mitgearbeitet haben, sowie an unzählige andere Personen, die an der Erstellung von *Empowered Success* mitgewirkt haben.

UK Office, Altius House, 1 North Fourth Street, Milton Keynes, MK9 1DG, UK
doTERRA Global Limited, 32 Molesworth Street, Dublin 2, Irland

© 2022 doTERRA Holdings, LLC, 389 S 1300 W St. Pleasant Grove, UT 84062 • doTERRA.com

Alle Rechte vorbehalten. Alle Wörter mit Marken oder eingetragenen Markensymbolen sind Marken oder eingetragene Marken der doTERRA Holdings, LLC