

Erweitern Sie den Kreis Ihrer Interessent*innen

Das Potenzial zur Erweiterung Ihres Geschäfts ist unendlich. Bisher haben Sie es vermutlich aufgebaut, indem Sie Personen in Ihrer unmittelbaren Reichweite eingeschrieben haben. Fügen Sie weiterhin Namen zu Ihrer Liste hinzu, um einen stetigen Fluss von neuen Interessent*innen in Ihrer Pipeline zu haben. Jedes Mal, wenn Sie jemanden auf Ihrer Liste kontaktieren, können Sie gleichzeitig nach Empfehlungen fragen und diejenigen finden, die Ihre Botschaft suchen. Je mehr Sie Ihren Einfluss ausweiten, desto mehr Menschen können von Ihrer Botschaft erfahren, und desto mehr Leben werden verändert. Nutzen Sie die untenstehenden Fragen, um neue Möglichkeiten zum Teilen der dōTERRA-Produkte und -Gelegenheit zu erwägen.

MIT WEM KANN ICH LEICHT KONTAKT AUFNEHMEN?

Wer vertraut mir?
Wer sind meine engen Freund*innen?
Wen bewundere ich (Influencer*innen)?

WER IST IN MEINEM DIREKTEN UMFELD?

Telefonkontakte	& Kolleg*innen
Adressbuch	Interessengruppen
Visitenkarten	Clubs/Verein
Weihnachtskartenliste	Aktueller Freundeskreis
Kirchenliste	Freundschaften aus Schulzeiten/von der Uni
Nachbarschaftsliste	
Facebook-Gruppen	
Mitarbeiter*innen	

MIT WEM BIN ICH VERWANDT?

Eltern/ Schwiegereltern	Schwägerinnen
Großeltern	Kinder
Brüder & Schwestern	Nichten & Neffen
Schwäger &	Tanten & Onkel
	Cousins & Cousinen

WEN KENN ICH WOHER?

Frühstückspension	Hotel
Bowling	Bibliothek
Campen	Museum
Autowaschanlage	Frühere Jobs
Secondhand-Laden	Apotheke
Kirche	Postamt
Sprechstunde	Restaurant
Hochschule	Spa
Garten-Center	Supermarkt
Golfkurs	Reisen
Regierung	Tennisplatz
Gesundheitsclub	Theater
Weiterführende Schule	Ehrenamt
Urlaub	Gruppenarbeit
Krankenhaus	

WER INTERESSIERT SICH FÜR ...?

Fitness/Gesundheit	Familienwerte
Natürliche Produkte	Natur
Bio	Unternehmertum

BEI WEM BEKOMME/KAUFE ICH?

Fahrrad	Blumen
Bett	Festtagsbekleidung
Fensterläden	Möbel
Kamera	Haus
Wohnmobil	Versicherung
Auto	Schmuck
Computer	Mobiltelefon
Kosmetik	Haustiere
Kleidung	Schuhe
Chemische Reinigung	Hautpflege
Sportgeräte	Reifen
Brille	
Zaun	

WER IST MEIN*E ...?

Steuerberater*in	Massagetherapeut*in
Fitnesstrainer*in	in
Architekt*in	Hebamme
Babysitter*in	Krankenpfleger*in
Bäcker*in	Ernährungsberater*in
Bänker*in	in
Friseur*in	Büroreinigungskraft
Kosmetiker*in	Augenarzt*
Buchhalter*in	Augenärztin
Busfahrer*in	Maler*in
Geschäftsinhaber*in	Apotheker*in
Fleischer*in	Fotograf*in
Schreiner*in	Physiotherapeut*in
Teppichreinigungsdienst	in
Caterer	Arzt*Ärztin
Chiropraktiker*in	Klavierlehrer*in
Berater/	Handwerker*in
Produktberater	Psychologe*
Zahnarzt*	Psychologin
Zahnärztin	Herausgeber*in
Dematolog*in	Personalvermittler*in
Diätspezialist*in	in
Elektriker*in	Executive im Ruhestand
Mechaniker*in	Handelsvertreter*in
Immobilienmakler*in	in
in	Sicherheitsbeauftragte*r
Facebook-Freund*in	Telemarketer*in
Finanzplaner*in	Tierarzt*Tierärztin
Gärtner*in	Yogalehrer*in
Putzkraft	
Inneneinrichter*in	
Anwalt*Anwältin	

NÄCHSTE SCHRITTE:

Während Sie Namen zu Ihrer Liste hinzufügen, überlegen Sie sich verschiedene Arten, alle Interessierten zu kategorisieren. Dadurch können Sie Interesse und potenzielles Engagement besser vorhersehen und Ihre Herangehensweise an jede einzelne Person verfeinern. Eine Art, Ihre Liste zu sortieren, besteht darin, sich die folgenden Fragen zu stellen:

Kundin bzw. Kunde: Wer braucht Lösungen oder ist offen für natürliche Optionen für das eigene Wohlbefinden?

Sharer: Wer würde einen tollen Öle-Abend abhalten?

Builder: Wenn ich mit jemandem Geschäfte machen könnte, wer wäre es?

Fertigen Sie beispielsweise drei Spalten auf der linken Seite Ihres Success Trackers an, um diese Kategorien darzustellen. Zeichnen Sie für jede Interessentin und jeden Interessenten einen Strich in die entsprechende Spalte. Verwenden Sie die Punkte im orangefarbenen Kasten auf Seite 15 des *Launch Guide*, um potenzielle Builder oder solche mit höheren Erfolgsaussichten zu identifizieren. Denken Sie daran, starke Builder können auch unter denjenigen zu finden sein, die weniger Striche erzielt haben. Wille, Fähigkeit und Engagement sind die wesentlichsten Merkmale eines potenziellen Builders.

Alternativ können Sie die Herangehensweise an die Interessierten bestimmen, indem Sie im Abschnitt für Notizen in Ihrem Tracker festhalten, was ihre größten Schwierigkeiten sind (z. B. Gesundheit oder finanzielle Prioritäten).

Überlegen Sie sich Möglichkeiten, Personen zu verbinden und zu strukturieren. Sie können Beine mit Personen aufbauen, die über Gemeinsamkeiten verfügen (z. B. Familie, geografischer Standort, Gemeindeverbände).