

डोटेरा®

सेल्स

वेलनेस

एडवोकेट्स मार्गदर्शिका



द डोटैरा वे

जहाँ आपकी राय अहमियत रखती है उस मंडली के साथ डोटैरा® उत्पादों को साझा करने से उन्हें अपने जीवन में क्रांतिकारी बदलाव लाने में मदद मिल सकती है। आपने डोटैरा वेलनेस लाइफस्टाइल जीने के अंतर का अनुभव किया है और आप इसके दमदार असर को समझते हैं। जब दूसरों को जीवन बदलने वाले उत्पादों का अनुभव करने में मदद करना ही आपका प्राथमिक लक्ष्य हो, तो सेलिंग स्वाभाविक लगती है।

एक 'विक्रेता' होने का विचार डराने वाला हो सकता है। दूसरों तक पहुंचना, सुनना, संबंध बनाना और वास्तव में अपने जीवन से जुड़े लोगों की देखभाल करना ही डोटैरा का सेलिंग अंदाज़ है। डोटैरा अंदाज़ या तरीका लोगों को उनकी ज़रूरत के समाधान से जोड़कर बिक्री को प्रामाणिकता, ईमानदारी और सहिष्णुता के रूप में नया अर्थ देता है।

अपने बिक्री कौशल में सुधार करके और एक सफल व्यवसाय को विकसित करने में आपकी मदद करने के लिए उपलब्ध टूल्स और संसाधनों को समझकर वेलनेस एडवोकेट के रूप में अपनी भूमिका में विश्वास और भरोसा बढ़ाने में मदद के लिए इस गाइड का उपयोग एक कार्यपुस्तिका के रूप में करें।

जानिए आप क्या बेच रहे हैं

जब आप डोटैरा® उत्पादों को साझा करते हैं, तो आप सम्पूर्ण आरोग्य जीवन शैली बेच रहे होते हैं – आशा, सशक्तिकरण और उपचार में से एक। आप लोगों को बेहतर खाने, अधिक व्यायाम करने, उनकी नींद में सुधार करने, तनाव कम करने और उनके जीवन से विषाक्त उत्पादों को खत्म करने में मदद कर रहे हैं। आप केवल एसेंशियल ऑयल्स ही नहीं बेच रहे हैं; आप लोगों को खुशहाल और स्वस्थ जीवन जीने में मदद कर रहे हैं।

इस आरोग्यपूर्ण जीवनशैली को जीने की क्षमता का एहसास कराने में दूसरों की मदद करने के लिए, आपको उत्पाद का उत्पाद बनने की आवश्यकता है। जितना अधिक आप उत्पादों को अपनी जीवनशैली में शामिल करेंगे और अपना जीवन बदलेंगे, उतना ही अधिक आत्मविश्वास होगा जब आप दूसरों को डोटैरा उत्पाद बेचेंगे।

“बिक्री यानी कुछ ऐसा साझा करना है जिसके बारे में आप भावुक हैं जिसे आप जानते हैं कि दूसरे पसंद करेंगे।”

– हेले हॉब्सन



जानिए आप क्यों बेच रहे हैं

डोटेरा को साझा करने के अपने उद्देश्य को साफ़ तौर पर स्पष्ट करना आपको उस परिणाम पर ध्यान केंद्रित करने में मदद करने के लिए अहम है जो आप वास्तव में चाहते हैं। साझा करना कम तनावपूर्ण होता है जब आपको यह नहीं सोचना पड़ता कि उस क्षण में क्या कहना है। यह स्पष्ट करने में सहायता के लिए नीचे दिए गए एक्सरसाइज (अभ्यास) का उपयोग करें ताकि आपको स्पष्ट होने में मदद मिले कि आप डोटेरा उत्पाद और आरोग्य समाधान क्यों बेच रहे हैं।

डोटेरा ने आपके जीवन को किन तीन तरीकों से प्रभावित किया है?

1

2

3

आप अन्य लोगों के साथ डोटेरा® उत्पादों को साझा करके उनके जीवन में क्या अंतर ला सकते हैं?

आप उस बदलाव को दूसरों को क्यों देना चाहते हैं?

अगर कोई आपसे पूछे कि आप डोटेरा® उत्पादों को क्यों साझा कर रहे हैं, तो आप कैसे जवाब देंगे?

जानिए कैसे बेचना है

बिक्री प्रक्रिया, या दोहराए जाने योग्य चरणों की एक श्रृंखला का पालन करना, बिक्री में सफल होने के लिए महत्वपूर्ण है। डोटेरा सेल्स साइकल एसेंशियल ऑयल को पेश करने से लेकर उन्हें डोटेरा वेलनेस लाइफस्टाइल में पंजीकृत करने तक, नए और मौजूदा संभावनाओं के साथ आपको हर कदम के माध्यम से मार्गदर्शन करता है।

याद रखें कि जब आपका नंबर एक फोकस रिश्ते होते हैं, तो बिक्री स्वाभाविक रूप से पीछा करेगी। हर स्तर पर सेवा भाव रखें। आपके पास डोटेरा प्राकृतिक समाधानों के साथ लोगों को सशक्त बनाने का अवसर है, इसलिए उनकी ज़रूरतों को सुनें और समझें।



बिक्री को गले लगाओ

आप हमेशा एक सेल्समेन (विक्रेता) रहे हैं

आप अपने बचपन से बड़ी कामयाबी के साथ बिक्री कर रहे हैं। खेल के मैदान पर आपने अपने दोस्तों को समझाने के लिए एक सम्मोहक पिच बनाई कि कौन सा खेल खेलना है। हो सकता है कल ही आपने अपने दोस्तों को एक अच्छे हेयर सैलून, नए रेस्टोरेंट, या वेकेशन गंतव्य पर बेच दिया हो क्योंकि आप इसके बारे में जुनूनी थे और साझा करने से खुद को रोक नहीं सकते थे। आप अपने पूरे जीवन में एक विक्रेता रहे हैं।

पेशेवर सेल्समेन (विक्रेता)

एक पेशेवर विक्रेता के रूप में आपका काम लोगों के लिए मूल्य सृजन और उन्हें आगे बढ़ने या न बढ़ने का निर्णय लेने में मदद करना है। सही तरीके से किया गया, बिक्री आपको स्वाभाविक, संतुष्टि दायक और मजेदार लगेगा। जब आपका रवैया पेशेवर होता है, तो आप अपने ग्राहकों और खुद के लिए एक सहज अनुभव बनाते हैं। आपका लक्ष्य प्रत्येक बातचीत के दौरान एक सकारात्मक अनुभव बनाना है। इसमें से अधिकांश आपके द्वारा दर्शाए ज्ञान और व्यावसायिकता के स्तर पर निर्भर करता है।

नीचे दिए गए चार्ट का उपयोग यह पहचानने के लिए करें कि पेशेवर विक्रेता के कौन से गुण आप अपने में सुधार के लिए चाहते हैं।



“अच्छी बिक्री ग्राहक को शिक्षित करने के बारे में है ताकि वे अपनी व्यक्तिगत जरूरतों के आधार पर सर्वोत्तम निर्णय लेने के लिए सशक्त हों।”

— बेट्टी टोरेस

शौकिया

क्या बेचा जा रहा है इसकी परवाह नहीं है



दबाव बनाता है



रिजेक्ट होने से मायूस हैं



लोगों को विवादित महसूस कराता है



सब कुछ जानने का रवैया



निराशावादी



कोई 'क्यों' नहीं है



बहाने ढूँढता है



पेशेवर

उत्पाद को जानता है और उसमें विश्वास करता है

एक साझेदारी का वातावरण बनाता है

'नहीं' कहने वाले लोगों के साथ संबंध बनाता है

सभी को अच्छे मूड में छोड़ देता है

कोच करने योग्य

सकारात्मक

उनके जीवन और व्यवसाय के लिए एक दृष्टि है

रास्ता खोज लेता है

गलत धारणाओं को तोड़ें

बिक्री को गले लगाने के लिए पहला कदम “सेल्सपर्सन (विक्रेता)” होने के अर्थ के बारे में गलत धारणाओं को तोड़ना है। बिक्री के बारे में नकारात्मक रुढ़ियाँ हो सकती हैं जो आपको सफल ढंग से बेचने से रोक रही हैं। बिक्री की अपनी धारणाओं को परखने के लिए सेल्स गाइड के इस सेक्शन का उपयोग करें और डोटेरा® अंदाज़ से बिक्री को अपनाएँ।

पिछली बार आपको किसी सेल्सपर्सन (विक्रेता) के साथ नकारात्मक अनुभव कब हुआ था। उन्होंने ऐसा क्या किया जो आपको पसंद नहीं आया ?

1

2

3

आपने कैसा महसूस किया? वर्णन करें कि यह आपके लिए कैसे एक नकारात्मक अनुभव बना।

अब जबकि हमने नकारात्मक का पता लगा लिया है, आइए एक सकारात्मक अनुभव देखें। हो सकता है कि आपको सेल्सपर्सन के साथ शानदार अनुभव मिले होंगे, जिन्होंने आपको ठीक वही खोजने में मदद की, जिसकी आपको जरूरत थी। एक पेशेवर विक्रेता के प्रभाव को समझने के लिए उन इंटरैक्शन को याद रखना महत्वपूर्ण है।

उस समय के बारे में सोचें जब पिछली बार आपको किसी विक्रेता के साथ सकारात्मक अनुभव हुआ था। उन्होंने ऐसा क्या किया जो आपको अच्छा लगा ?

1

2

3

आपने कैसा महसूस किया? वर्णन करें कि यह आपके लिए एक सकारात्मक अनुभव कैसे बना।

बीज बोने वाले किसान की तरह, आप जो संबंध बनाते हैं, उसमें समय और देखभाल लगती है। हर बातचीत को उस रिश्ते को मजबूत करने का एक महत्वपूर्ण हिस्सा मानें। आज आप जो बीज बोएंगे वह मजबूत होगा, और आप अद्भुत फल पाएंगे—चाहे वह किसी को अपने जीवन को बेहतरी के लिए बदलते हुए देखने का हो, अपने व्यवसाय को बढ़ता हुआ देखना हो, या आजीवन दोस्त बना रहना हो।



बिक्री की अनिवार्य बातें

बेचने से पहले सुनें

सेल्सपर्सन समझते हैं कि सामनेवाले को सुनना बिक्री का एक अहम हिस्सा है। बेचने की कोशिश के दबाव को अपने ग्राहक के बारे में जानना न भूल जाए। याद रखें कि यह संबंध बनाने की प्रक्रिया है। सुनना आपको दूसरों की ज़रूरतों को समझने में मदद करता है ताकि आप एक ऐसा समाधान पेश कर सकें जो उनकी चुनौती को हल करने में उनकी मदद करे।

कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप कितने प्रेरक हैं या आप उत्पाद के बारे में कितना आत्मविश्वास रखते हैं, हर कोई तुरंत खरीदने के लिए तैयार नहीं होगा। मार्केटिंग रिसर्च इंगित करता है कि **अधिकांश बिक्री पांचवें और बारहवें संपर्क के बीच होती है**,¹ इसलिए बीज बोते रहें और रिश्ते को पोषित करें। आप अक्सर पाएंगे कि किसी व्यक्ति को आज 'नहीं' कहने की इज़ाज़त देने से भविष्य में वे 'हां' कहेंगे। सुनें कि आपका ग्राहक क्या कह रहा है और सम्मानपूर्वक रहें, भले ही वे किसी उत्पाद को खरीदने में रुचि रखते हों या नहीं।

आप जिस व्यक्ति के साथ काम करते हैं, उसकी ज़रूरतों को पहचानने में आसानी के लिए डोटेरा वेलनेस पिरामिड का उपयोग करें और फिर डोटेरा® उत्पादों के माध्यम से समाधान प्रदान करें।

प्रत्येक क्षेत्र में स्वयं को रेट करें (1-10)

↑ सक्रिय चिकित्सा देखभाल	<input type="checkbox"/>
स्वास्थ्य देखभाल	<input type="checkbox"/>
टॉक्सिक एक्सपोजर को कम करें और डिटॉक्सिफिकेशन को सपोर्ट करें	<input type="checkbox"/>
जीवन शैली	<input type="checkbox"/>
आराम करें और स्ट्रेस	<input type="checkbox"/>
मूवमेंट को मैनेज करें	<input type="checkbox"/>
पोषण और पाचन	<input type="checkbox"/>

सुनने के साथ आगे बढ़ें

उनके स्व-मूल्यांकन को निर्देशित करने के लिए प्रश्न पूछने पर विचार करें:

“ अपनी रेटिंग को देखते हुए किस क्षेत्र को सबसे अधिक सपोर्ट की आवश्यकता है?

अधिक स्वभाविक समाधान प्राप्त करने के पीछे आपकी प्रेरणा क्या है?

क्या हम एक साथ 90 दिन की आरोग्य योजना बना सकते हैं?

कैसा होगा आपका जीवन यदि आपने स्थापित किया अपना सबसे कम रेटिंग? ”

समाधान प्रदान करें

डोटेरा® उत्पादों की सेलिंग लोगों की स्वास्थ्य चुनौतियों का प्राकृतिक समाधान प्रदान करके आशा प्रदान करता है। ऐसे लोग हैं जो ठीक वही खोज रहे हैं जो आप प्रदान करते हैं, और आपका काम उन लोगों को समाधानों से जोड़ना है और उन्हें यह देखने में मदद करना है कि उनका जीवन कैसे बेहतर हो सकता है।

प्रतिबिंब

सेल्सपर्सन के साथ अपने पिछले इंटरैक्शन का मूल्यांकन करें, फिर निम्नलिखित सवालों के उत्तर दें।

आपको कैसा लगता है जब एक सेल्सपर्सन (विक्रेता) ही सारी बातें करता है?

आप बहुत अधिक बात करने से कैसे बचते हैं ताकि आप अपने ग्राहकों की ज़रूरतों का पता लगा सकें?

¹ रॉबर्ट क्ले, 'व्हाई यू मस्ट फॉलो अप लीड्स,' 23 जनवरी, 2019 को एक्सेस किया गया, <https://www.marketingdonut.co.uk/sales/sales-techniques-and-negotiations/why-you-must-follow-up> - नेटवर्क करता है।



“जब आप अपने ग्राहक की ज़रूरतों पर ध्यान केंद्रित करते हैं, तो डोटेरा के बारे में बात करने की आपकी क्षमता बढ़ जाती है। बड़े प्रश्न पूछने में निपुण बनो। जितना अधिक आप उन्हें समझते हैं, उतना ही आसान होगा कि आप उनकी आवश्यकताओं के अनुरूप समाधान खोज सकते हैं।”

– मेलोडी वाट्स

असरदार भाषा का प्रयोग करें

कम प्रभावी	अधिक प्रभावी	क्यों
“मैं एसेंशियल ऑयल बेचता हूं।”	“मैं ऊर्जा, नींद और स्वास्थ्य में सुधार के लिए प्राकृतिक समाधानों का उपयोग करके महिलाओं को अपना सर्वश्रेष्ठ निखारने में मदद करता हूं।”	बहुत से लोग एसेंशियल ऑयल बेचते हैं। आप एक संपूर्ण आरोग्य जीवन शैली प्रदान कर रहे हैं।
“आपको कुछ भी खरीदने की ज़रूरत नहीं है।”	“कक्षा के अंत में, मैं आपको दिखाऊंगा कि इन तेलों को अपने घर में कैसे लाया जाए और आपको अपने परिवार के लिए सबसे अच्छा समाधान चुनने में मदद करूंगा।”	खरीदने के मौके के बारे में बताएँ और उन पर छोड़ दें।
“यदि आप मुझे अपने दोस्तों के नाम देते हैं तो वास्तव में मेरी मदद हो जाएगी।”	“आप अनुसार मुझे किससे बात करनी चाहिए?”	देखें कि क्या वे किसी ऐसे व्यक्ति को जानते हैं जो डोटेरा के बारे में जानने के लिए उतना ही उत्साहित होगा जितना वे हैं।
“मुझे पता है आपने कैसा महसूस किया; दूसरों ने भी ऐसा ही महसूस किया।”	“मैंने इसे पूरी तरह से समझ लिया है। मारिया ने लगभग यही बात कही। अपने परिवार की मदद करने के लिए नैचरल सॉल्यूशंस किट के साथ वह सब कुछ कर सकती है, यह जानने के बाद, वह शुरुआत करने के लिए उत्साहित थी।”	आपत्तियों को अलग करके और किसी तीसरे व्यक्ति के खास अनुभव को इंगित करके आपत्तियों का समाधान करें।
“चलो एक अपॉइंटमेंट बुक करते हैं।”	“आइए कुछ मिनटों के लिए विजिट का समय निर्धारित करें.....”	वाक्यांश ‘एक अपॉइंटमेंट बुक करें’ लोगों को ऐसा महसूस करा सकता है कि वे डेंटिस्ट के पास जा रहे हैं। आप विजिट के लिए एक समय तय करना चाहते हैं, जैसा कि आप मित्रों और परिवार के साथ करते हैं।

कामयाबी की मूल बातें



कामयाब वेलनेस एडवोकेट्स तीन मुख्य तत्वों के ढांचे के भीतर प्रमुख आदतों का निर्माण करते हैं: मानसिकता (माइंडसेट)— जिस तरह से आप सोचते हैं, कौशल सेट (स्किलसेट)— आप जो कार्य करते हैं, और टूलसेट— आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले सिस्टम और टूल। अव्वल सेल्सपर्सन इन मूलभूत सिद्धांतों पर ध्यान केंद्रित करके कामयाबी प्राप्त करते हैं।

कामयाबी के मूल सिद्धांतों को स्वयं विकसित करें और अपने व्यवसाय के विकास को गति दें। जैसे ही आप एक सकारात्मक मानसिकता, पेशेवर कौशल और सिद्ध टूलसेट स्थापित करते हैं, आप प्रमुख आदतों को ढलते देखेंगे। इन महत्वपूर्ण आदतों को विकसित करने में समय लगता है, इसलिए इसके साथ बने रहें।

माइंडसेट

किसी चीज को बेचना एक मानसिकता है और इसके लिए अपने आप में और उत्पाद में विश्वास होना ज़रूरी है। इस गाइड की शुरुआत में आपने 'जानें कि आप क्यों बेच रहे हैं' का अभ्यास किया। दूसरे लोगों के जीवन में क्या बदलाव ला सकते हैं और आप उस बदलाव को क्यों पेश करना चाहते हैं, यह याद रखने के लिए कि आप अक्सर इसकी समीक्षा करें। एक सकारात्मक और आत्मविश्वासी मानसिकता स्वाभाविक रूप से अधिक सफल बिक्री की ओर ले जाती है और प्रमुख आदतों को मजबूत करने में मदद करती है।

कामयाबी के मूल सिद्धांतों को स्वयं विकसित करें और अपने व्यवसाय के विकास को गति दें। जैसे ही आप एक सकारात्मक मानसिकता, पेशेवर कौशल और सिद्ध टूलसेट स्थापित करते हैं, आप प्रमुख आदतों को ढलते देखेंगे। इन महत्वपूर्ण आदतों को विकसित करने में समय लगता है, इसलिए इसके साथ बने रहें।



प्रमुख मानसिकता आदतें

अमल में लाते समय प्रत्येक आदत को चेक करें।

- जवाबदेही**—समझें कि आप अपनी सफलता के लिए जिम्मेदार हैं और बहाने न बनाएं।
- कोचबिलिटी**—फीडबैक के लिए दिलो-दिमाग खुला रखें और दूसरों से सलाह लें।
- विजन**—जानें कि आप क्या हासिल करना चाहते हैं और क्यों।
- दृढ़ता**—'ना' को व्यक्तिगत रूप से न लें, लेकिन यह पहचानें कि संबंध बनाने में समय लगता है और अधिकांश बिक्री कई संपर्कों के बाद होती है।
- सकारात्मकता**—गुणवत्ता वाले उत्पादों के लिए आभार व्यक्त करें, एक ऐसी कंपनी जिसके पीछे आप और आपकी टीम के सदस्य खड़े हो सकते हैं—चाहे उनकी संलिप्तता का स्तर कुछ भी हो।
- अनुग्रह**—स्वयं और दूसरों के प्रति दयालु बनें; आपके ग्राहक और बिल्डर जहां हो, वहाँ मिलें।

स्किल सेट

सफल वेलनेस एडवोकेट्स के पास विभिन्न प्रकार की प्रतिभाएं और ताकत होती हैं; हालाँकि, कुछ महत्वपूर्ण बिक्री कौशल हैं जो उन सब के पास हैं। सफल होना काफी हद तक खुद को अनुशासित रखने की एक प्रक्रिया है। व्यवसाय में होने के लिए अपने लिए उच्च स्तर के स्व-प्रबंधन की आवश्यकता होती है। केंद्रित रहने के लिए लक्ष्य निर्धारित करें और अपने लिए एक शेड्यूल बनाएं।

“कार्य सभी सफलता की कुंजी है।”

– पब्लो पिकासो

टॉप सेलिंग स्किल्स

टॉप सेलिंग वेलनेस एडवोकेट्स ने इन कौशलों में महारत हासिल की है। प्रत्येक कौशल के बारे में अपने ज्ञान को बढ़ाने के लिए नीचे दिए गए संसाधनों का उपयोग करें और जब तक आप आश्वस्त न हो जाएं तब तक उनका अभ्यास करें। उन कौशलों की जाँच करें जिन्हें आपने वर्तमान में महारत हासिल की है और अपने कुल योग को सबसे नीचे मिलाएँ। जब आप उन सभी पर अमल कर लें, तो बेहतरी और सुधार करने के लिए वापस जाएँ।

- सक्सेस ट्रेकर** को भरें और लगातार अपडेट करें (लॉन्च पेज 7 देखें)।
- प्रामाणिक रूप से कनेक्ट** करें और भरोसा कायम करें। बिक्री की सफलता उन लोगों की संख्या से संबंधित है जिनके साथ आप जुड़े हैं (लॉन्च पेज 8 और ट्रेन पेज 5 का नीचे का हिस्सा देखें)।
- प्रस्तुतियों के लिए सफलतापूर्वक आमंत्रित** करें। हमेशा अपने कैलेंडर पर कक्षा की तारीखें लिखें (लॉन्च पेज 9 देखें)।
- रोचक कक्षाएं** लेकर सीखाएँ (ट्रेन पेज 10-11 देखें)।
- सफलतापूर्वक **पंजीकरण** करें (लॉन्च पेज 11 देखें)।
- आपत्तियों का समाधान** करें (लॉन्च पेज 11 और ट्रेन पेज 11 देखें)।
- कक्षाओं से कक्षाएं बुक** करें (ट्रेन पेज 12 देखें)।
- ग्राहकों को लाइफस्टाइल ओवरव्यू के बारे में बताएं और उनके अगले तीन लॉयल्टी रिवाइर्स ऑर्डर के लिए **कस्टम प्लान बनाएं** (लॉन्च पेज 12-13 और लाइव गाइड देखें)।
- एक सफल कक्षा आयोजित करने के लिए **मेजबान तैयार** करें (शेयर गाइड देखें)।
- डोटेरा के साथ **व्यवसाय बनाने** के लिए ग्राहकों को प्रेरित करें (देखें ट्रेन पेज 9 और बिल्ड गाइड)।

समस्त कौशल में महारत हासिल

प्रमुख कौशल आदतें

अमल में लाते समय प्रत्येक आदत को चेक करें।

- उत्तरदायित्व**—जब आप कहते हैं कि आप कुछ करेंगे, तो उसे करें।
- समय/प्राथमिकता प्रबंधन**—अपने समय का कुशलतापूर्वक उपयोग करें और हर सप्ताह PIPES गतिविधियों को शेड्यूल करें। अपने अधिकांश व्यावसायिक घंटे IPE गतिविधियों पर खर्च करें (पंजीकरण के माध्यम से आमंत्रित करना, प्रस्तुतकरना और सशक्त बनाना)।
- नियंत्रित करने योग्य को नियंत्रित करें**—पता है कि आप सब कुछ नियंत्रित नहीं कर सकते हैं, लेकिन आप अपनी प्रतिक्रियाओं, शेड्यूल और एकटीविटी के नियंत्रण में हैं।
- अभ्यास**—अपने बिक्री कौशल को सुधारना जारी रखें।
- सुसंगत**—अपनी ऊर्जा को धन कमाने वाली गतिविधियों पर केंद्रित करें जो वांछित परिणाम लाती हैं।

सफलता की मूल बातें

टूलसेट

सफलता का सबसे प्रभावी तरीका एक जांची-परखी प्रणाली और टूलसेट का उपयोग करना है। डोटेरा® ऐसे उपकरण प्रदान करता है जिनकी आपको एसेंशियल ऑयल को प्रभावी ढंग से पेश करने, शिक्षित करने, पंजीकरण करने, प्राकृतिक समाधानों के साथ ग्राहकों को स्वस्थ जीवन शैली में शामिल करने और अपने व्यवसाय को गति देने के लिए आवश्यक है।



सशक्त सफलता

डोटेरा लीडर्स द्वारा लिखित, एम्पावर्ड सक्सेस सिस्टम उत्पादों को सफलतापूर्वक बेचने और आपके व्यवसाय को बढ़ाने के लिए सिद्ध तरीके और संसाधन प्रदान करता है। जैसाकि आप एम्पावर्ड सक्सेस सिस्टम के बारे में अधिक जानेंगे, आप पाएंगे कि इनमें से प्रत्येक टूल का एक उद्देश्य है। आप विशेष कार्य करने के लिए गाइड का उपयोग कर सकते हैं और दूसरों को भी ऐसा करने के लिए प्रशिक्षित करना आसान बना सकते हैं।

doterra.com/IN/en_IN पर एम्पावर्ड सक्सेस वेबपेज पर अधिक जानें।

प्रमुख टूलसेट आदतें

अमल में लाते समय प्रत्येक आदत को चेक करें।

- अनुशासन**—कड़ी मेहनत करें, टूल्स और सिस्टम्स का सतत उपयोग करने के लिए प्रतिबद्ध रहें, और व्हील में फेरबदल न करें।
- सिस्टम**—डोटेरा बिक्री प्रक्रिया के प्रत्येक चरण पर फोकस करें और दूसरों को ऐसा करने के लिए प्रशिक्षित करने के लिए एक प्रणाली लागू करें, जैसे कि एम्पावर्ड सक्सेस।
- तैयारी**—अपने लॉयल्टी ऑर्डर में प्रमुख टूल जोड़ें ताकि आपको वह मिल जाए जिसकी आपको आवश्यकता है और हडबड़ाहट न रहे।

डोटेरा सेल्स साइकल

डोटेरा सेल्स साइकल दोहराए जाने वाले स्टेप्स की एक सीरीज है; शुरू करने से लेकर पंजीकरण करने तक, यह आपके मार्गदर्शक के रूप में कार्य करता है जब आप डोटेरा आरोग्य जीवन शैली को साझा करते हैं।

नौ सरल कदम

- 1 जोड़ना
- 2 आमंत्रित करें
- 3 परिचय
- 4 शिक्षित
- 5 बंद करें
- 6 रजिस्टर
- 7 उत्तर आपत्तियां
- 8 रेफरल इकट्ठा करें
- 9 फॉलो अप करें

ये स्टेप्स आपके द्वारा पहले से परिचित PIPES फ्रेमवर्क में बड़े करीने से फिट होते हैं, आपको एक स्पष्ट रोडमैप देते हैं और यह सुनिश्चित करते हैं कि आप अपना संदेश प्रस्तुत करने और नए ग्राहकों को दर्ज करने में महत्वपूर्ण स्टेप्स को न छोड़ें। सफलता पाने के लिए प्रक्रिया पर भरोसा करें।



डोटेरा सेल्स साइकल को लागू करें

निम्नलिखित पृष्ठ आपको डोटेरा सेल्स साइकल में नौ स्टेप्स की गहरी समझ देते हैं।

प्रत्येक स्टेप के लिए, आप:

- परिभाषा जानें।
- कौशल विकसित करने के व्यावहारिक तरीकों के बारे में पढ़ें।
- नमूना स्क्रिप्ट का अभ्यास करें।
- अपने आप को आंकें कि आप कितने आश्वस्त हैं।

अपनी बिक्री क्षमता को और विकसित करने के लिए, कौशल-निर्माण के विचारों को अमल में लाएं ताकि आप अपनी इच्छा के अनुसार एक मंजे हुए पेशेवर वेलनेस एडवोकेट बन सकें।



डोटेरा सेल्स साइकल

स्टेप 1: कनेक्ट करें

आप जहां भी जाएं वहाँ लोगों के साथ प्रामाणिक संबंध बनाएं। उनकी संपर्क जानकारी प्राप्त करें ताकि आप मित्रता बनाना जारी रख सकें। डोटेरा एक संबंध आधारित बिजनेस है। चाहे किसी मौजूदा रिश्ते के साथ हो या किसी नए के साथ, हर बातचीत में भरोसा कायम करें। आपको जो पसंद है उसे साझा करके जीवन बदलने की कोशिश करें—चाहे आप कहीं भी हों या आप किसके भी साथ हों।

कौशल निर्माण:

- मुस्कराएं और लोगों को नाम से सम्बोधित करें।
- उनकी रुचियों और जरूरतों को जानने के लिए सवाल पूछें और सुनें। अपनी बात रखने से ज्यादा उनकी सुनो।
- उन सभी आपके जानकार लोगों की सूची बनाएं जो स्वास्थ्य, उद्देश्य और स्वतंत्रता को महत्व देते हैं। उनके साथ संबंध बनाएं।
- सकारात्मक रहें। लोग आपकी सकारात्मक ऊर्जा की ओर आकर्षित होंगे।
- कनेक्शन एक बार की गतिविधि नहीं है। समय के साथ जुड़ाव जारी रखें जब तक कि आपको डोटेरा® उत्पादों को पेश करने का स्वाभाविक अवसर न मिल जाए।

“ नमूना स्क्रिप्ट
आप कैसे हैं? आपके परिवार में
सब कैसे हैं? आपके जीवन में
क्या चल रहा है? ”



आप कितनी अच्छी तरह कनेक्ट करते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी सर्वाधिक आश्वस्त।



“आप दूसरे लोगों में रुचि लेकर दो महीनों में ज्यादा दोस्त बना सकते हैं, जबकि दूसरे लोगों को आप में दिलचस्पी लेने की कोशिश में आपको दो साल लग सकते हैं।”

— डेल कार्नेगी

स्टेप 2: आमंत्रण

अपनी नेम लिस्ट (नाम सूची) या सक्सेस ट्रेकर पर लोगों तक पहुंचें और उन्हें क्लास या प्रजेंटेशन में भाग लेने के लिए आमंत्रित करें। बेहतरीन निमंत्रण में पर्सनलाइज्ड, भावुक, विश्वसनीय, और आप जिसे आमंत्रित कर रहे हैं उसके लिए वास्तविक खयाल करने का भाव प्रकट हो। प्रत्येक व्यक्ति के लिए सबसे महत्वपूर्ण क्या है, इसका आपको पता चलता है। वे कौन हैं और वे क्या अनुभव कर रहे हैं, इसके बारे में वास्तविक रुचि लेकर, क्लास में आने का आपका निमंत्रण देने पर वह स्वाभाविक लगेगा।

कौशल निर्माण:

- फोन पर बात करते समय, खड़े हो जाइए, मुस्कराइए और उत्साहित रहिए, भले ही दूसरा व्यक्ति आपको देख न सके। इससे आपको आत्मविश्वास महसूस होगा और वे आपकी आवाज में मुस्कराहट सुनेंगे।
- इस स्तर पर आपका उद्देश्य अपनी सूची में शामिल लोगों से संपर्क करना है, न कि उन्हें खरीदने के लिए विवश करना। उत्पादों को बेचने का प्रयास न करें। क्लास में या वन-ऑन-वन बेचें।
- आपके कैलेंडर में हमेशा कम से कम दो क्लासेज या प्रजेंटेशन होनी चाहिए ताकि आमंत्रित लोग इनमें से किसी एक को चुन सकें।
- सकारात्मक रहें और परिणाम के बारे में चिंता न करें। लोग अक्सर हां कहने से पहले कई बार ना कहते हैं, इसलिए संबंध बनाते रहें।
- कुछ लोग हाँ कहेंगे, कुछ ना कहेंगे, और कुछ दोनों तरफ जाएँगे, यह इस बात पर निर्भर करता है कि आप उनसे कैसे संपर्क करते हैं। आपके लिए क्या कारगर है, इस पर ध्यान दें।

नमूना स्क्रिप्ट

“नमस्कार, क्या हाल है? क्या आपके पास कुछ सेकंड का समय है? बढिया, मैं आपका सिर्फ एक सेकंड लूंगा। मैंने एसेंशियल ऑयल के बारे में काफी सीखा और जाना है और वे मेरे और मेरे परिवार के लिए बहुत बड़ा बदलाव ला रहे हैं। हम उन्हें हर चीज के लिए उपयोग करते हैं: जैसे मीठी नींद लेने, अधिक ऊर्जावान रहने, इम्युनिटी बढ़ाने, गैर विषाक्त सफाई आदि! मुझे आपके घर से पता चला है कि आपने _____ (जैसे मौसमी चुनौतियाँ, सिर में तनाव) के लिए संघर्ष किया है, तब मैंने आपके बारे में सोचा!

मैं एक छोटी हेल्थ क्लास की मेजबानी कर रहा हूँ जिसमें _____ के बारे में एक विशेषज्ञ शिक्षण दे रहा है। मुझे बहुत अच्छा लगेगा कि आप मेरे निजी मेहमान बनें। यह मेरे घर पर गुरुवार 7:00 बजे है, या फिर हम अगले सोमवार मिलकर लंच कर सकते हैं। आप के लिए क्या सबसे अच्छा रहेगा?”

लॉन्च गाइड में डोटेरा सेल्स साइकल में सपोर्ट के लिए और स्क्रिप्ट खोजें।



आप कितनी अच्छी तरह आमंत्रित करते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।

“लोग चार चीजों के बारे में बात करना पसंद करते हैं: उनका स्वास्थ्य, वित्त, भावनात्मक आरोग्य और रिश्ते। वेलनेस एडवोकेट के रूप में, मेरा काम सरल है। बस इतना करना है कि रुकिए, सुनिए, और संबंध बनाएं। यह मेरे लिए अब तक का सबसे आसान काम है।”

— केसी वाउडे



डोटैरा सेल्स साइकल

स्टेप ③: परिचय

डोटैरा सेल्स साइकल में परिचय चरण है, जहां संभावित ग्राहकों को एहसास होता है कि उनकी जरूरत क्या है। इससे खरीदारी का माहौल बनता है। प्रजेंटेशन की शुरुआत में, लोगों को उनके वर्तमान सम्पूर्ण आरोग्य और वांछित आरोग्य लक्ष्यों के बीच अंतर की पहचान करने में सहायता करें। ऐसा करने का एक तरीका यह है कि उनसे लाइव गाइड में डोटैरा वेलनेस लाइफस्टाइल पिरामिड पर खुद को रेट करने को कहा जाए। स्पष्ट रहें कि आप उन्हें कुछ ऐसा दिखाने जा रहे हैं जो उनके जीवन को बदल देगा और उन्हें बताएं कि प्रजेंटेशन के अंत में खरीदने का मौका होगा।

कौशल निर्माण:

- एक दमदार तरीके से शुरुआत करें। मौजूद लोगों से जुड़ें और उनकी सेवा करने का अपना इरादा जाहिर करें।
- व्यवधानों को दूर करें। टीवी बंद रखें और सबको एक ही कमरे में रखिए।
- पूरी तैयारी करके, आत्मविश्वास के साथ, और उत्साह के साथ बोलकर कक्ष पर नियंत्रण रखें।
- “उम” “उह” और “आप जानते हैं” जैसे भराई वाले शब्द प्रयोग करने से बचें।
- उनकी समस्याओं का समाधान बेचें, उत्पाद नहीं।
- पूछें कि प्रत्येक सहभागी क्यों आया और पता करें कि वे कौन से उत्तर खोज रहे हैं ताकि आप अपने प्रजेंटेशन में उनके लिए सबसे महत्वपूर्ण चीजों को कवर कर सकें।
- पहले ही अपनी एक मिनट की डोटैरा कहानी को साझा करने का अभ्यास करें ताकि यह स्वाभाविक लगे।



नमूना स्क्रिप्ट

सभी का स्वागत है, और मुझे सुनने के लिए धन्यवाद! डोटैरा की शक्ति क्या है और लोगों के जीवन को बेहतर बनाने के लिए यह क्या कर सकता है, इसके बारे में बताना बहुत पसंद है। डोटैरा जीवनशैली जीने से मेरा और दुनिया भर में कई सारे लोगों का जीवन बदल गया है। आज रात हम अधिक ऊर्जावान होने, अपनी इम्युनिटी बढ़ाने, नींद में सुधार करने के लिए कुछ प्राकृतिक विकल्पों का पता लगाने जा रहे हैं। हम चिंता भाव कम करने, और यहां तक कि घर के आसपास विषाक्तता को कैसे खत्म करना है, इस पर भी चर्चा करेंगे। क्लास के अंत में मैं आपको दिखाऊंगा कि इन समाधानों को अपने घर में कैसे लाया जाए और आपके परिवार के लिए सबसे अच्छा क्या है यह चुनने में आपकी मदद की जाएगी। आपको यहाँ देखकर मैं उत्साहित हूँ!



आप कितना अच्छा परिचय देते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।



“ग्राहक के लिए मूल्य निर्माण पर ध्यान दें। हम समाधान प्रदान करने वाले हैं। जब हम किसी को उनकी समस्या का उत्तर देते हैं, तो इससे मूल्य निर्माण होता है और इसका परिणाम बार-बार बिक्री के रूप में हो सकता है।”

— शेरी वर्मन

स्टेप 4: शिक्षित करें

डोटेरा सेल्स साइकल में शिक्षित करने का चरण परिचय चरण में उत्पन्न आवश्यकता को उन विशिष्ट डोटेरा® उत्पादों से जोड़ता है जो उनकी मदद करेंगे। पूरी क्लास को एसेंशियल ऑयल के साथ अनुभव कराएँ ताकि वे स्वयं इस शक्ति को पहचान सकें। बताएँ कि कैसे डोटेरा® उत्पाद उनके आरोग्य लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद कर सकते हैं। समझाएँ कि प्राकृतिक समाधान क्यों प्रभावी होते हैं और उन्हें दिखाएँ कि उनका उपयोग कैसे करना है। याद रखें कि एसेंशियल ऑयल का पहला परिचय अप्रत्याशित हो सकता है, इसलिए प्रजेंटेशन को सरल रखें।

कौशल निर्माण:

- उत्पादों के मुख्य लाभों को रेखांकित करें और दिखाएँ कि वे किस प्रकार आरोग्य में सहायता करते हैं।
- प्रजेंटेशन का लक्ष्य ग्राहकों को पंजीकृत करना है ताकि वे शुरुआत कर सकें, न कि लोगों को उत्पादों के बारे में सब कुछ सिखाना।
- अपने प्रजेंटेशन के दौरान पृष्ठें।
- अनुभव को व्यक्तिगत अनुभूति देने के लिए प्रजेंटेशन के दौरान प्रतिभागियों के नामों का उपयोग करें।
- बाद में देखने के लिए अपने प्रजेंटेशन को रिकॉर्ड करने पर विचार करें ताकि आप अपनी डिलीवरी को बेहतर बना सकें।
- चारों ओर तेल घुमाएँ। पूरी क्लास को उत्पादों के साथ अनुभव कराएँ।

प्रजेंटेशन प्रश्न

‘आप क्या अधिक महसूस करना चाहते हैं? आप क्या कम महसूस करना चाहते हैं?’

‘आप ऐसा क्या नहीं कर सकते जो आप चाहते हैं कि आप कर सकें?’

‘यह आपके जीवन को कैसे प्रभावित कर रहा है?’

‘आपका वर्तमान कामकाज क्या है? और इसमें तुम्हारा क्या खर्चा है?’

‘आपका वर्तमान समाधान आपके लिए कैसा काम कर रहा है?’

‘अगर मैं आपको कुछ दिखा सकता हूँ जो _____ मदद करता है, उपयोग में आसान है, और सस्ता, तो क्या आप इसका पता लगाना चाहेंगे?’

‘अगर _____ कोई मुद्दा नहीं होता, तो यह आपके जीवन की गुणवत्ता को कैसे प्रभावित करता?’



आप कितनी अच्छी तरह शिक्षित करते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।



डॉटेरा सेल्स साइकल

स्टेप 5: क्लोज

डॉटेरा सेल्स साइकल का बंद चरण वह है जहां आप प्रजेंटेशन के मुख्य बिंदुओं को सारांशित करते हैं, सदस्यता प्रकार और वैकल्पिक किट की समीक्षा करते हैं, और पंजीकरण करने के विकल्प का परिचय देते हैं। क्लोजिंग ऐसी सेवा है, जिसमें आप लोगों को उनके लिए सबसे अच्छा निर्णय लेने में मदद करते हैं। क्लास में उपस्थित लोगों को याद दिलाएं कि 'एक किताब और एक बक्सा' के साथ अब वे घर पर 80 प्रतिशत आरोग्य प्राथमिकताओं को पूरा करने के लिए तैयार हैं। एक क्लोज (समापन) बनाएं जो आपको प्रामाणिक लगता है और इसका अभ्यास तब तक करें जब तक आप इसका उपयोग करने में दक्ष न हो जाएं।

कौशल निर्माण:

- याद रखें कि क्लोजिंग (समापन) कुछ ऐसा है जो आप किसी के लिए करते हैं, न कि किसी के प्रति। आप उन्हें पृथ्वी के अनमोल उपहार दे रहे हैं जो उनके जीवन को बदल सकते हैं।
- क्लोजिंग के दौरान ये पूछने से बचें कि "क्या आपके मन में कोई शंका है?" यह मौके को नष्ट कर देता है। इसके बजाय नीचे दिए गए क्लोजिंग प्रश्न पूछें।
- उनका विश्वास जगाएं कि आप उन्हें उनकी जरूरतों के लिए सर्वोत्तम उत्पादों या किट के लिए मार्गदर्शन कर सकते हैं।
- सब कुछ उनकी सर्वोच्च प्राथमिकता पर वापस लाएं। उन्हें उनकी चुनौती का हल दिखाएं और उनके हाथ में छोड़ दें।

अपने प्रजेंटेशन के दौरान क्लोजिंग प्रश्नों को बनाने का अभ्यास करें

"यदि आपके पास अपने घर में सुरक्षित, सस्ता, अधिक प्रभावी आरोग्य विकल्प उपलब्ध हैं, तो यह आपके परिवार की मदद कैसे करेगा?"

"यदि आप निश्चित थे कि आप अगले महीने के भीतर अपनी चुनौतियों में से एक का अनुभव करेंगे, और आपके घर में पहले से ही ये उत्पाद हैं, तो आपको कैसा लगेगा?"

"आपको ऐसा क्यों लगता है कि इन्हें आपके घर में लाने के लिए आपकी जीवनसाथी उत्साहित होगी?"

नमूना स्क्रिप्ट 1

अगर मैंने आपको सही तरीके से सुना है, तो ऐसा लगता है कि तनाव नियंत्रण पहली प्राथमिकता है। आइए आपकी देखभाल के लिए आपके पास सही तेल पहुंचें। मेरा सुझाव है।

नमूना स्क्रिप्ट 2

मैं आपसे एक सवाल पूछना चाहता हूँ। अब जब आपने कुछ उत्पादों का अनुभव कर लिया है और यह जान लिया है कि वे कैसे मदद कर सकते हैं, साथ ही उनकी सुरक्षा के बारे में भी, तो क्या अब आप यह देखना चाहेंगे कि इतने सारे लोग उनका उपयोग क्यों कर रहे हैं? ठीक, बहुत अच्छा। अब इसके काम करने के तरीके के बारे में बताते हैं, जो सभी को पसंद है: मैं आज रात आदेश लूंगा। फिर कुछ दिनों में आपके उत्पादों को डिलीवर कर दिया जाएगा ताकि आप अपनी समग्र आरोग्य जीवनशैली जीना शुरू कर सकें।

क्लास हैंडआउट के पीछे की ओर पलटें और ऑर्डर फॉर्म पर छायांकित स्थानों को भरना शुरू करें, और मैं आपके सभी प्रश्नों का उत्तर दूंगा।



आप कितनी अच्छी तरह क्लोज करते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।



स्टेप 6: रजिस्टर करें

ग्राहकों को ऑर्डर फॉर्म पर छायांकित स्थानों को भरने का निर्देश दें ताकि वे इन ऑयल्स (तेलों) को अपने घर में प्राप्त कर सकें। कक्ष में घूमें और व्यक्तिगत प्रश्नों के उत्तर देने की कोशिश करें। बताएँ कि आप उन उत्पादों या किट के बारे में क्या पसंद करते हैं जो आपको लगता है कि उनके लिए सबसे अच्छा है। सब कुछ वापस उनकी स्वास्थ्य प्राथमिकताओं से कनेक्ट करें और कैसे इन उत्पादों को उनकी जरूरतों को पूरा करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। उन्हें बताएं कि किट खरीदना एक बढ़िया विकल्प है, ताकि उनके पास केवल एक या दो नहीं, बल्कि कई उत्पाद हैं।

कौशल निर्माण:

- भ्रमित मन कहता है "नहीं"। आइटम की ज़्यादा संख्या दिखाने से बचें। कुछ दिखाएँ, एक विशेष पेश करें, और चीजों को सरल रखें। क्लास में ऑर्डर करने वालों को एक वाइल्ड ऑरेंज मुफ्त गिफ्ट भी कर सकते हैं।
- सभा में सबसे अधिक उपस्थित को एक प्रीफर्ड कस्टमर के रूप में रजिस्टर करें। जो लोग वेलनेस एडवोकेट के रूप में शेयर या बिल्ड करना चाहते हैं, उन्हें रजिस्टर करें।
- अधिक विस्तृत किट के विकल्प के बारे में सकारात्मक बात करें ताकि वे अपने घर में कई ऑयल्स (तेल) रख सकें और अधिक लाभ उठा सकें।
- टोटल डोटेरा आरोग्य जीवन शैली जीने के लाभों पर ध्यान दें।

“ नमूना स्क्रिप्ट

जब मैंने रजिस्ट्रेशन कराया, तो मैंने एक किट के साथ शुरुआत की, और जो मैंने पाया वह शुरुआत से ही सर्वोत्तम मूल्य देता है। मेरे परिवार ने नेचरल सॉल्युशन किट से शुरुआत की। इसमें कई सबसे लोकप्रिय उत्पाद हैं जिनके साथ आपको अपनी यात्रा शुरू करनी चाहिए — वे आपको नींद, इम्युनिटी सिस्टम, एनर्जी, फोकस, यहां तक कि खाना पकाने या सफाई के लिए तेल के साथ सपोर्ट करते हैं। सूची लम्बी है।”

सफलतापूर्वक रजिस्टर कैसे करें, इस बारे में अधिक विस्तृत स्क्रिप्ट के लिए, लॉन्च मार्गदर्शिका का पृष्ठ 11 देखें



आप कितनी अच्छी तरह रजिस्टर करते हैं?

आप कितना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।



डॉटेरा सेल्स साइकल

स्टेप 7: आपत्तियों का ज़वाब दें

सेल्स साइकल के दौरान ग्राहकों की आपत्तियों का जवाब देना एक महत्वपूर्ण सेवा है। रोचक प्रश्न पूछें और उन्हें अपने अनुभव और चिंताएँ साझा करने दें। कम बोलो और ज्यादा सुनो। आप कम बोलेंगे और उन्हें ज्यादा बोलने दें। वे वास्तव में क्या चाहते हैं ये जानकर और इसे प्राप्त करने के तरीके खोजने में उनकी सहायता करके आप आपत्तियों को दूर कर पाएंगे। पूछें कि क्या वे अगले स्टेप यानी अपने घर में ऑयल (तेल) प्राप्त करने के लिए तैयार हैं।

आपत्तियों का ज़वाब देने के लिए नीचे दिए गए स्टेप्स को फ़्रेमवर्क के रूप में प्रयोग करें।

1 स्वीकार करें कि उनकी चिंता जायज़ है। लोगों को सुनने और समझने की मनोवैज्ञानिक आवश्यकता है।

“मैं समझ सकता हूँ कि यह आपके लिए चिंता का विषय क्यों होगा।”

2 अपने शब्दों में चिंता को सारांशित करें और सहानुभूति दर्शाएँ। समस्या को ठीक से समझना और उनके शब्दों के पीछे भावनाओं का निरीक्षण करना महत्वपूर्ण है। ध्यान रहे कि आप एक ही स्तर पर हो और उनकी भावनाओं का जवाब दें।

“अगर मैं आपको सही सुन रहा हूँ, तो आप एक किट खरीदना चाहते हैं, लेकिन कीमत अभी आप जितना निवेश करना चाहते हैं, उससे कहीं अधिक है। क्या वह सही है? मैं पूरी तरह से समझ गया। तंग बजट पर होना निराशाजनक है।”

3 एक साथ मिलकर विकल्प तलाशने और समाधानों पर मंथन करने की अनुमति मांगें। यह ग्राहक को बातचीत में वज़न देता है और उन्हें समाधान खोजने में संलग्नता महसूस करने में मदद करता है।

“मुझे लगता है कि हम आपके लिए कारगर समाधान खोज सकते हैं। क्या हम इसका पता लगाने के लिए विकल्पों पर मंथन कर सकते हैं?”

4 किसी तीसरे पक्ष के अनुभव का संदर्भ दें और बताएं कि उन्होंने उसी चुनौती को कैसे हल किया। वास्तविक लोगों से वास्तविक कहानियों को साझा करना ग्राहक को और अधिक मान्य रहता है और उन्हें आश्चस्त करता है कि आपने दूसरों को चुनौती से उबरने में मदद की है।

“पिछले हफ़्ते, सुज़ैन की भी यही चिंता थी, इसलिए उसने एक क्लास की मेजबानी की जहाँ उसने दस लोगों को बुलाया और मनचाहा किट खरीदने के लिए पर्याप्त कमाई की। वह बहुत रोमांचित थी!”

5 आमंत्रण दें। विचार-मंथन सत्र में आपके द्वारा बनाए गए अवसर का लाभ उठाएं और रजिस्ट्रेशन प्रक्रिया में आगे बढ़ने में उनकी सहायता करें।

“क्या आप अपने दोस्तों को क्लास के लिए आमंत्रित करने के लिए तैयार हैं ताकि हम आपको वह किट दे सकें जो आप चाहते हैं?”

उनकी हिचकिचाहट का कारण क्या है, इसके लिए मैत्रीपूर्ण और ईमानदार ज़वाब दें। आपको अधिक प्रभावी बनाने के लिए उनकी साझा आपत्तियों को मुख्य अंतर्दृष्टि के रूप में देखें।



आप आपत्तियों का कितनी अच्छी तरह उत्तर देते हैं?

आप कितना आश्चस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्चस्त होना है।



“नौकर इस बात की परवाह किए बिना बेचता है कि आपको बदले में क्या मिलेगा। बिक्री के बारे में चिंता करने के बजाय, आप ग्राहक को समर्पित होकर उनके लिए मूल्य निर्माण की कोशिश करते हैं।”

— नील एंडरसन

कौशल विकास:

- ग्राहक का रजिस्ट्रेशन (पंजीकरण) करते समय आपको कई सामान्य आपत्तियों का सामना करना पड़ सकता है। नीचे दी गई आपत्तियों को दूर करने के लिए तैयार रहें और संभावित ज़वाबों का अभ्यास करें ताकि आप अपने ज़वाबों में आश्वस्त रहें।

सामान्य आपत्तियाँ

नमूना स्क्रिप्ट

डोटेरा® ऑयल क्यों?



“मैं समझता हूँ कि यह आपके लिए चिंता का विषय क्यों होगा; इतनी सारी एसेंशियल ऑयल कंपनियों से कौन सा ब्रांड खरीदा जाए ये थोड़ा भ्रमित करने वाला मामला है। पिछले हफ्ते इरेना को भी यही चिंता थी। क्या आप जानना चाहते हैं कि मैंने उसे क्या बताया? मैंने समझाया कि डोटेरा इस उद्योग में सबसे अधिक जांचा-परखा, सबसे भरोसेमंद ब्रांड है। अधिकतम प्रभाव शक्ति के लिए हमारे छियानवे प्रतिशत ऑयल और ब्लेंड (मिश्रण) विशिष्ट हैं, जिन्हें कारीगर किसानों द्वारा आदर्श स्थानों में उगाया जाता है। उन्होंने sourcetoyou.com पर और भी जानकारी पाई और डोटेरा के अलग अंदाज़ से प्रभावित हुई। आपको और आपके परिवार को सबसे शुद्ध और प्रभावी एसेंशियल ऑयल मिलने चाहिए। क्या आप आज ही ऑर्डर देकर अपने लिए अलग अंदाज़ महसूस करना चाहेंगे?”

धन



“मैं समझता हूँ कि यह आपके लिए चिंता का विषय क्यों होगा। मुझे अंदाज़ा है कि, आप एक किट खरीदना चाहते हैं, लेकिन कीमत अभी आप जितना निवेश करना चाहते हैं, उससे कहीं अधिक है। क्या वह सही है? मुझे लगता है कि हम मिलकर इसका हल निकाल सकते हैं। क्या आप इसके लिए कुछ विकल्पों पर विचार करने खुले मन से तैयार रहेंगे? कुछ रात पहले सुजेन ने भी यही बात कही थी, लेकिन जब उसने आम तौर पर पर्सनल केयर उत्पादों पर खर्च की जाने वाली राशि को जोड़ा, तो उसे एहसास हुआ कि वह वास्तव में डोटेरा उत्पादों को अपनाकर पैसे बचा सकती है। वह अपने परिवार के स्वास्थ्य को सपोर्ट करने के लिए घर में नैचरल सॉल्युशंस किट रखना पसंद करती हैं। क्या आप अपने रूपों का सदुपयोग करने और रोजमर्रा की घरेलू वस्तुओं को अधिक प्राकृतिक, उच्च गुणवत्ता वाले डोटेरा उत्पादों से बदलने के इच्छुक हैं?”

जीवनसाथी



“मैं पूरी तरह से समझ गया हूँ कि आप कहाँ से आ रही हो। आपको चिंता कि आपके पति इस खरीद को सपोर्ट नहीं करेंगे? मैं ऐसे बहुत से लोगों को जानता हूँ जिनकी यही चिंता रही है। क्या मैं बता सकता हूँ कि उनके लिए क्या कारगर रहा? मैंने पाया है कि जब लोग किसी ऑयल का अनुभव करते हैं, तो वे अधिक खुले हो जाते हैं। क्या आप उनके लिए डोटेरा डीप ब्लू® का एक नमूना घर ले जाना चाहेंगे?”

आवश्यकता मत देखो



“मैं समझता हूँ, शुरुआत में मुझे नहीं लगता था कि मुझे भी एसेंशियल ऑयल की आवश्यकता थी। आपने क्लास में कहा था कि आप अधिक ऊर्जा चाहते हैं। कुछ हफ्ते पहले, मैंने व्हिटनी से बात की थी, उनकी भी यही समस्या थी। उसने [मेटाPWR™](http://metaPWR.com) आजमाया, जिससे उसे और अधिक ऊर्जा और जीवन शक्ति मिली। क्या आप देखना चाहते हैं कि क्या यह अगले 30 दिनों में लगातार उपयोग से ये आपके जीवन को बदल देगा?”

एमएलएम से खरीदी



“मैं पूरी तरह से जानता हूँ; बहुत से लोग ऐसा सोचते हैं। मुझे सबसे बढ़िया बात ये लगी कि नेटवर्क मार्केटिंग में डोटेरा अनूठा है। वास्तव में, डोटेरा उत्पाद खरीदने वाले 82 प्रतिशत लोग, केवल ग्राहक हैं जो उत्पाद को बेचते नहीं हैं। डायरेक्ट सेलिंग में यह अनुसुना है। हमारे पास इतने अधिक ग्राहक होने का कारण यही है कि हमारे पास सबसे अधिक जांचे-परखे, सबसे विश्वसनीय उत्पाद हैं जिन पर लोग भरोसा कर सकते हैं। क्या आप उन लाखों लोगों में शामिल होने के लिए तैयार हैं जो प्राकृतिक समाधानों से अपना जीवन बदल रहे हैं?”

आपत्ति के प्रकारों को पहचानें

आपत्तियों को दूर करने की क्षमता विकसित करने के लिए, पहचानें कि इसके दो प्रकार हैं: सच्ची चिंताएँ और खाली बहाने। अंतर को पहचानने से आपको यह जानने में मदद मिलती है कि कब और कैसे जुड़कर बात आगे बढ़ानी है।

सच्ची चिंताएँ

बहाने

प्रामाणिक, अत्यावश्यक, विस्तृत हैं



अस्पष्ट, तुच्छ, गैर-विशिष्ट हैं

हल की जा सकती हैं



आपके समय की बर्बादी कर रहे हैं

रुचि दर्शाते हैं



उदासीनता दर्शाता है

समझने की इच्छा का परिणाम



प्रेरणा की कमी के कारण स्वरूप

सेल को क्लोज करने में बाधाओं के रूप में दिखती हैं (उदाहरण के लिए मूल्य, भय, आदि)



खरीदारी न करने के औचित्य के रूप में दर्शाते हैं

आप आशा के संदेशवाहक हैं। जैसे-जैसे आप दूसरों की सेवा करने पर ध्यान केंद्रित करते हैं और एक्शन की आग को चिंगारी देने के लिए पर्याप्त आशा दिखाते हैं, आपत्तियों की चिंता कम हो जाती है और आपकी समझ के साथ वास्तविक प्रेम और रुचि बढ़ती है।

डोटेरा सेल्स साइकल

स्टेप 8: रेफरल जुटाएँ

रेफरल जुटाने और क्लास के सदस्यों के साथ भावी क्लासेज को बुक करने के लिए क्लास से उत्साह का लाभ उठाएं। विश्वास रखिए लोग अपने दोस्तों और परिवार की मदद करना चाहेंगे। आप बस ये पूछकर कि, 'आप किसे जानते हैं?' आप उन्हें पा सकते हैं। दोस्तों, परिवार, सहकर्मियों, इत्यादि श्रेणियों का सुझाव देकर उनकी याददाश्त जगाने में मदद करें।

कौशल निर्माण:

- उपस्थित लोगों को उनके मित्रों के लिए क्लास आयोजित करने के लिए आमंत्रित करें। अपने कैलेंडर पर हमेशा कम से कम दो टाइम स्लॉट उपलब्ध रखें ताकि वे इनमें से चुन सकें।
- इवेंट में एक नई क्लास बुक करने वालों के लिए इंसेंटीव्ज की पेशकश करें। सस्ते इंसेंटीव गिफ्ट खरीदने के लिए LRP पॉइंट्स का उपयोग करें।
- "रेफरल" शब्द के प्रयोग से बचें। इसके बजाय पूछें कि कक्षा के दौरान आपके दिमाग में कौन आया जो यदि यहाँ होता तो मज़ा आता।

नमूना स्क्रिप्ट

व्यक्तिगत:



आज शाम आपके साथ काम करने में मुझे बेहद खुशी हुई और मुझे पता है कि आपको अपनी फर्स्ट एक्सपरियंस पसंद आएगी। मैंने पाया है कि इन प्रजेंटेशन में आने वाले बहुत से लोग लगभग 10 मिनट का समय लेते हैं और दोस्तों या परिवार के सदस्यों के बारे में सोचते हैं जो यह जानना चाहते हैं कि उन्होंने अभी क्या किया। मैं उन लोगों के लिए क्लासेज सेट अप करना चाहता हूँ जो आपके हिसाब से यह चूक गए हैं। क्या क्लास के दौरान आपके दिमाग में अपना कोई दोस्त, परिवार, वर्कआउट पार्टनर, पड़ोसी ध्यान में आया?

समूह:

अब तक, आप में से अधिकांश के पास ऐसे तीन या चार, या 20 लोग ध्यान में होंगे, जो आज शाम हमने जो कवर किया था, उसका आनंद उठा सकते थे। यदि आप अपनी स्वयं की क्लास की मेजबानी करना चाहते हैं, तो बाद में मेरे से मिलें। हम कुछ व्यवस्था करेंगे। लेकिन जल्दी कीजिए, क्योंकि समय पहले आओ पहले पाओ का है।



आप कितनी अच्छी तरह से रेफरल जुटाते हैं?

आप कि तना आश्वस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्वस्त होना है।



स्टेप 9: पालन करें

अपने कैलेंडर पर अगला स्टेप पर जाएँ। रजिस्ट्रेशन करने वाले प्रत्येक व्यक्ति के लिए एक लाइफस्टाइल ओवरव्यू (जीवन शैली अवलोकन) तय करें। बिजनेस अवसर पर चर्चा करने में रुचि रखने वालों के लिए, बिजनेस ओवरव्यू शेड्यूल करें। बेशक आपको कुछ ऐसे लोग मिलेंगे जो अभी रजिस्ट्रेशन के लिए तैयार नहीं हैं। लेकिन रिश्ता बनाए रखें। आपके व्यवसाय में मजबूत रिश्ता सबसे अनमोल संसाधन है।

कौशल निर्माण:

- प्रत्येक ग्राहक के आरोग्य लक्ष्यों की समीक्षा करने के लिए लाइफस्टाइल ओवरव्यू (जीवनशैली अवलोकन) शेड्यूल करें और उन्हें लायल्टी रिवाइर्स प्रोग्राम में शामिल होने का विकल्प दें।
- अगले स्टेप के लिए समय और तारीख के बिना कभी भी क्लास या आमने सामने की मीटिंग न छोड़ें।
- सदा सुखद रहें।



नमूना स्क्रिप्ट

जैसा कि मैंने क्लास में कहा था, अगला कदम लाइफस्टाइल ओवरव्यू का समय निर्धारण करना है ताकि मैं आपको अपनी किट का उपयोग करना सिखा सकूँ। इसमें केवल लगभग 30 मिनट लगते हैं। मेरे पास बुधवार शाम 7:30 बजे या गुरुवार सुबह 11 बजे का समय है। आपके शेड्यूल में कौन सा सबसे उपयुक्त है?



आप कितनी अच्छी तरह से फॉलो अप करते हैं?

आप कि तना आश्चस्त महसूस करते हैं, इस आधार पर स्वयं को 1-10 के बीच रेट करें, 10 यानी बहुत आश्चस्त होना है।

“लोग लाइफस्टाइल ओवरव्यू को पसंद करते हैं क्योंकि हर कोई यह ग्राहक सपोर्ट की उम्मीद कर रहा है।”
— रॉड रिचर्डसन



आपनी क्षमता निखारें

इस गाइड के दौरान, आपने ऐसे सिद्धांत सीखे हैं जो आपको एक डोटेरा वेलनेस एडवोकेट के रूप में अपनी क्षमता को अनलॉक करने में मदद करेंगे। आप जानते हैं कि डोटेरा® अंदाज़ से बेचने का अर्थ है दूसरों की सेवा करना और संबंध बनाना। यह स्पष्ट करने के बाद कि आप डोटेरा® उत्पाद क्यों बेच रहे हैं और गलत धारणाओं को दूर करते हुए, आपने एक विक्रेता के रूप में अपनी पहचान बना ली है। आपने ज़रूरी कौशल सीखे हैं, सफलता के मूलभूत सिद्धांतों की पहचान की है- मानसिकता, कौशल, और टूलसेट- और डोटेरा सेल्स साइकल (बिक्री चक्र) का अध्ययन किया है। इन बिक्री सिद्धांतों को लागू करना जारी रखें और अपने कौशल का सम्मान करें ताकि आप अपने लक्ष्यों को प्राप्त कर सकें।

अपने बिक्री स्कोर का मिलान करें

अपने वर्तमान बिक्री स्कोर की व्यापक समीक्षा करने के लिए पिछले पृष्ठों से अपने स्कोर यहाँ ट्रांसफर करें और उन्हें पहले कॉलम में मिलान करें। यह बिक्री स्कोर आपकी प्रगति को मापने योग्य बनाता है और आपको अपने सबसे मजबूत और कमजोर क्षेत्रों की आसानी से पहचान करने की सुविधा देता है

बिक्री स्कोर	आज की तारीख	तिमाही पुनरावलोकन:		
		दिनांक	दिनांक	दिनांक
टॉप सेलिंग कौशल (पृष्ठ 9)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
जुड़िए (पृष्ठ 12)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
आमंत्रित करें (पृष्ठ 13)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
परिचय (पृष्ठ 14)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
शिक्षित करें (पृष्ठ 15)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
शिक्षित करें (पृष्ठ 16)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
रजिस्टर करें (पृष्ठ 17)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
आपत्तियों का ज़वाब (पृष्ठ 18)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
रेफ़रल जुटाएँ (पेज 20)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
फॉलो अप (पृष्ठ 21)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
आपका कुल बिक्री स्कोर	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



अपनी टीम को प्रशिक्षित करें

यह गाइड आपकी टीम को प्रशिक्षित करने और उनकी बिक्री क्षमता विकसित करने के लिए एक बेहतरीन टूल है। अपनी टीम के सदस्यों को गाइड भरने और अपने स्कोर रिकॉर्ड करने के लिए प्रोत्साहित करें। जैसे ही आप उन्हें प्रशिक्षित करते हैं, यह पृष्ठ शुरूआत करें कि उनका वर्तमान बिक्री स्कोर क्या है और उन्हें उन क्षेत्रों में सुधार करने में सहायता करें जहाँ उन्हें सहायता की आवश्यकता है।

योजना बनाएं और अपनी सफलता को ट्रेक करें

सेल्स साइकल के अपने दो सबसे मजबूत क्षेत्रों की जाँच करें। विश्लेषण करें कि आप उन स्टेप्स में सफल होने के लिए किस अनूठे कौशल और प्रतिभा का उपयोग करते हैं, फिर अपने दो सबसे कमजोर क्षेत्रों को सुधारने के लिए उन्हीं प्रतिभाओं का उपयोग करने के तरीके खोजें। उदाहरण के लिए, यदि आप आमंत्रित करने में आत्मविश्वास महसूस करते हैं, लेकिन क्लोज (समापन) के काम में परेशान रहते हैं, तो यह पता करें कि आप किस शक्ति का उपयोग आमंत्रित करने के लिए करते हैं और देखें कि क्लोज करन सुगम बनाने के लिए उनका कैसे उपयोग किया जा सकता है। नीचे अपना स्कोर बढ़ाने के लिए एक कार्य योजना बनाएं। इस गाइड में कौशल निर्माण सुझावों को अमल में लाएँ। आत्मविश्वास हासिल करने के लिए रोल प्ले अभ्यास कर। या एक अपलाइन लीडर के साथ काम करने पर विचार करें।

1

कम अंक

इस क्षेत्र में सुधार के लिए आप क्या विशेष कदम उठाएंगे?

आप यह कदम कब उठाएंगे?

आप कैसे जानेंगे कि आपने सुधार किया है?

2

कम अंक

इस क्षेत्र में सुधार के लिए आप क्या विशेष कदम उठाएंगे?

आप यह कदम कब उठाएंगे?

आप कैसे जानेंगे कि आपने सुधार किया है?

बिक्री लक्ष्य निर्धारित करें

अब जब आप जानते हैं कि आप किस पर काम करने जा रहे हैं, तो अपने बिक्री लक्ष्य निर्धारित करें।

आपका ऑर्गेनाइजेशनल वॉल्युम (OV) के लिए बिक्री लक्ष्य क्या है:

30 दिन? _____ 90 दिन? _____ 90 महीने? _____

जब आप अपने लक्ष्यों को प्राप्त कर लेंगे तो आप कैसे जश्न मनाएंगे?

समीक्षा और पुनर्मूल्यांकन

सुधार से सर्वाधिक लाभान्वित क्षेत्रों पर अपने प्रयासों को फिर से फोकस करने के लिए नियमित रूप से अपने बिक्री स्कोर का पुनर्मूल्यांकन करें। जैसे-जैसे आप काम करते हैं और अपने बिक्री स्कोर में वृद्धि देखते हैं, आप डोटेरा अंदाज़ से बिक्री करने में उत्साहित होंगे और एक संपन्न व्यवसाय के निर्माण के फायदे का आनंद लेंगे।

जैसा कि आप दूसरों को विकास और परिवर्तन का अनुभव करते हुए देखते हैं, आप अपने डोटेरा व्यवसाय को न केवल ग्राहकों और बिक्री के संदर्भ में देखेंगे, बल्कि अपने समुदाय और दुनिया में एक बदलाव लाने के तरीके के रूप में भी देखेंगे।

“जब आप डोटेरा® उत्पादों को साझा करते हैं तो आप उन लोगों के लिए *आशा* और *आरोग्य* लाते हैं जिन्हें आप प्यार करते हैं, आपका समाज-समुदाय, और अंततः दुनिया के लिए। डोटेरा अंदाज़ में बेचना एक तरह की *सेवा* है। एक समय में एक बूंद और एक समय में एक व्यक्ति, हम *आरोग्य समाधानों* के साथ दुनिया की सेवा कर रहे हैं।”

– ग्रेग कुक, कार्यकारी संस्थापक

Sales-IN HN 052423

v2 60206994

