

Crește-ți baza de potențiali clienți

Potențialul de extindere al afacerii tale este infinit. Pentru construirea afacerii tale până acum, ai înscris probabil preponderent din rândul persoanelor cu care ai relații apropiate. Acestea poartă denumirea de piață caldă. Continuă să adaugi nume la lista ta, pentru a asigura un flux constant de potențiali clienți noi în conducta ta. De fiecare dată când interacționezi cu cineva de pe lista ta, poți solicita și face recomandări, pentru a găsi persoanele care caută mesajul tău. Pe măsură ce îți vei extinde influența, tot mai mulți oameni vor avea acces la mesajul tău și tot mai multe vieți se vor schimba. Folosește sugestiile de mai jos pentru a te gândi la noi posibilități de împărtășire a produselor și oportunității dōTERRA.

PE CINE POT SĂ CONTACTEZ CU UȘURINȚĂ?

Cine mă admiră?
Cine sunt prietenii mei apropiați?
Pe cine admir eu (influenceri)?

CARE ESTE PIAȚA MEA CALDĂ?

Contacte telefonice	Colegi
Carnet de adrese	de serviciu
Cărți de vizită	Grupuri de întâlniri
Lista pentru felicitările de Crăciun	Club/Asociație
Lista enoriașilor	Prieteni actuali
Lista vecinilor	Prieteni de la liceu/facultate
Grupuri Facebook	

CARE SUNT RUDELE MELE?

Părinți/socri	Copii
Bunici	Nepoți și nepoate
Frați și surori	Mătuși și unchi
Cumnați și cumnate	Verișori/-oare

PE CINE CUNOSC DE LA/DIN...?

Bed & Breakfast	Hotel
Bowling	Biblioteca
Tabără	Muzeu
Spălătorie auto	Foste locuri de muncă
Magazin caritabil	Farmacie
Biserică	Poștă
Clinică	Restaurant
Facultate	SPA
Magazin de grădinărit	Supermarket
Terenul de golf	Călătorie
Guvern	Terenul de tenis
Clubul de sănătate	Teatru
Liceu	Grupul de voluntariat
Vacanță	Locul de muncă
Hospital	

CINE E INTERESAT DE...?

Fitness/sănătate	Valori familiale
Produse naturale	Ieșiri în aer liber
Ecologie	Antreprenoriat

CINE MI-A VÂNDUT...?

Bicicleta	Florile
Patul	Hainele de gală
Jaluzelele	Mobila
Aparatul foto	Casa
Rulota	Asigurarea
Mașina	Bijuteriile
Computerul	Telefonul mobil
Produsele cosmetice	Animalele de companie
Îmbrăcămintea	Încălțăminte
Curățarea chimică	Produsele pentru îngrijirea tenului
Echipamentele sportive	Anvelopele
Ochelarii	
Gardul	

CINE ESTE ... MEU/MEA?

Contabilul	Menajera
Instructorul de aerobic	Decoratorul de interior
Arhitectul	Avocatul
Dădaca	Maseurul
Brutarul	Moașa
Bancherul	Asistenta medicală
Frizerul	Nutriționistul
Cosmeticiana	Femeia de serviciu de la birou
Arhivistul	Oftalmologul
Șoferul de autobuz	Zugravul
Patronul	Farmacista
Măcelarul	Fotograful
Tâmplarul	Fizioterapeutul
Spălătorul de covoare	Medicul
Furnizorul de catering	Profesorul de pian
Chiropracticianul	Instalatorul
Consultantul	Psihologul
Dentistul	Editorul
Dermatologul	Recrutatorul
Dieticianul	Directorul ieșit la pensie
Electricianul	Reprezentantul de vânzări
Inginerul	Paznicul
Agentul imobiliar	Operatorul de telemarketing
Prietenul de pe Facebook	Veterinarul
Consultantul financiar	Instructorul de yoga
Grădinarul	

PAȘII URMĂTORI:

Pe măsură ce continui să adaugi la lista de nume, gândește-te la diferite moduri în care îți poți categorisi potențialii clienți, pentru a putea face mai bine previziuni cu privire la interese și la implicarea potențială și pentru a-ți optimiza abordarea pentru fiecare persoană în parte. Una dintre metodele de sortare a listei este să-ți pui următoarele întrebări:

Client: Cine are nevoie de soluții sau este deschis la alternative naturale pentru starea de bine?

Sharer: Cine ar ține un curs excelent?

Builder: Dacă aș putea să fac afaceri cu oricine, cine ar fi această persoană?

Poți să creezi trei coloane pentru a reprezenta aceste categorii în partea stângă a resursei Success Tracker. Marchează cu liniuțe în coloana potrivită pentru fiecare potențial client. Folosește lista cu marcatori din caseta portocalie de la pag. 15 a ghidului *Lansează*, ca să te ajute să identifici mai bine potențialii Builderi sau persoanele cu capacitate mai mare de succes. Nu uita că se pot găsi Builderi puternici chiar și printre cei cu un total mai mic de liniuțe în tabel. Dorința, capacitatea și implicarea sunt calitățile cele mai importante pentru calificarea unui potențial Builder.

Un alt mod de a înțelege cum să abordezi un potențial client este să scrii în partea de Note din Tracker care este cel mai important „punct nevralgic” al său (de ex., priorități legate de sănătate sau de bunăstarea financiară).

Gândește-te la modalități de a crea legături și a structura persoanele din listă. Poți construi Legs pentru persoanele care au ceva în comun (de ex., familie, poziție geografică, asociații comunitare).