

dōTERRA®

Продавайте

Руководство для Велнес консультантов



ō

Путь dōTERRA

Если вы поделитесь продукцией dōTERRA® с близкими, вы сможете им кардинально изменить свою жизнь. Вы сами ощутили изменения, начав здоровый образ жизни с dōTERRA, и понимаете его мощное воздействие. Когда ваша главная цель — помочь другим познакомиться с продуктами, меняющими жизнь, продажа выходит естественной.

Мысль о том, чтобы стать «продавцом», может пугать. Продажа продукции dōTERRA заключается в служении другим — через общение, внимательное отношение и искреннюю заботу о людях в вашей жизни. Путь dōTERRA по-новому определяет процесс продажи — как искренность, целостность и сострадание, давая людям решения, в которых они нуждаются.

Используйте это руководство. Оно поможет вам укрепить веру и уверенность в своей роли Велнес консультанта, когда вы улучшите навыки продаж и начнете применять доступные инструменты и ресурсы, которые помогут вам развить успешный бизнес.

«Продажа — это делиться тем, чем вы увлечены и что, как вы знаете, понравится другим».

— Хейли Хобсон

ПОНИМАЙТЕ, ЧТО ВЫ ПРОДАЕТЕ

Когда вы делитесь продуктами dōTERRA®, вы продаете полноценный здоровый образ жизни — надежду, вдохновение и оздоровление. Вы помогаете людям лучше питаться, больше заниматься спортом, улучшать их сон, снижать стресс и исключать токсичные продукты из своей жизни. Вы не просто продаете эфирные масла; вы помогаете людям жить более счастливой и здоровой жизнью.

Чтобы помочь другим реализовать потенциал здорового образа жизни, вам нужно испытать действие продуктов на своем опыте. Чем больше вы включаете продукты в свой образ жизни и меняете свою жизнь к лучшему, тем увереннее вы продаете продукцию dōTERRA другим.



ПОМНИТЕ, ПОЧЕМУ ВЫ ПРОДАЕТЕ

Четкое понимание своих причин делиться продуктами dōTERRA очень важно для того, чтобы быть сфокусированным на достижении желаемого результата. Делиться легче всего, когда не нужно постоянно думать, что сказать дальше. Приведенное ниже задание поможет понять, почему вы продаете продукты и здоровые решения dōTERRA.

Какими тремя способами dōTERRA повлияла на вашу жизнь?

1

2

3

Что вы можете изменить в жизни других людей, делаясь с ними продуктами dōTERRA*?

Почему вы хотите предложить эти изменения другим?

Если бы вас спросили, почему вы делитесь продуктами dōTERRA*, что бы вы ответили?

УЗНАЙТЕ, КАК ПРОДАВАТЬ

Следование установленному процессу продажи или серии повторяемых шагов имеет решающее значение для успеха. Цикл продаж dōTERRA показывает каждый шаг взаимодействия с потенциальными и действующими клиентами — от представления эфирных масел до регистрации в программе по развитию здорового образа жизни с dōTERRA.

Помните, что если отношения являются для вас приоритетом номер один, продажи последуют сами собой. Сохраняйте желание помогать другим на каждом этапе. У вас есть шанс расширить возможности людей с помощью натуральных решений dōTERRA, поэтому слушайте и старайтесь понять их потребности.



Удовольствие от продажи

ВЫ ВСЕГДА ОБЛАДАЛИ НАВЫКАМИ ПРОДАВЦА

С детства вы продавали с большим успехом. На игровой площадке вы произнесли прекрасную речь, чтобы убедить друзей выбрать вашу игру. Буквально вчера вы, возможно, «продали» своим друзьям хорошую парикмахерскую, новый ресторан или место отдыха, потому что вам самим это очень понравилось, и вы не могли устоять — так вам хотелось поделиться. Вы всю жизнь были продавцом.

«Хорошие продажи это обучение клиента, чтобы он мог принимать наилучшее решение, исходя из своих индивидуальных потребностей».

— Бетти Торрес

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПРОДАВЕЦ

Ваша задача как профессионального продавца — создавать ценность для людей и помогать им принять решение, двигаться вперед или нет. Если все правильно сделано, продажи будут происходить сами собой, с удовлетворением и радостью. Благодаря профессиональному отношению вы создаете комфортные условия для своих клиентов и самих себя. Ваша цель — создать положительный опыт во время каждого взаимодействия. Во многом это зависит от уровня ваших знаний и профессионализма.

Используйте приведенную ниже таблицу, чтобы определить, какие качества профессионального продавца вы хотели бы улучшить в себе.



ЛЮБИТЕЛЬ		ПРОФЕССИОНАЛ
Не заботится о том, что продает	➤	Знает и верит в продукт
Создает атмосферу давления	➤	Создает атмосферу помощи
Расстроен отказами	➤	Налаживает отношения с людьми, которые сказали «нет»
Оставляет противоречивые чувства	➤	Дарит всем хорошее настроение
Не готов обучаться	➤	Всегда готов учиться
Пессимистичный	➤	Оптимистичный
Не задумывается о своем выборе	➤	Четко видит развитие своей жизни и бизнеса
Находит оправдания	➤	Находит способ

РАЗРУШЕНИЕ СТЕРЕОТИПОВ

Первый шаг к получению удовольствия от продаж — это разрушение стереотипов о том, что такое быть «продавцом». У вас могут быть негативные стереотипы о продажах, которые мешают вам успешно продавать. Воспользуйтесь данным разделом «Руководства по продажам», чтобы понять свое восприятие процесса продаж и начать наслаждаться продажей с dōTERRA®.

Подумайте о предыдущем негативном опыте общения с продавцом. Что вам не понравилось в его поведении?

1

2

3

Как вы себя почувствовали? Опишите, что сделало этот опыт негативным.

Теперь, когда мы рассмотрели отрицательную сторону, рассмотрим также положительный опыт. Вероятно, у вас также был замечательный опыт общения с продавцами, которые помогли вам найти именно то, что вам нужно. Важно помнить о таких моментах, чтобы понять, какое влияние может оказать профессиональный продавец.

Подумайте о предыдущем позитивном опыте общения с продавцом. Что в его действиях вам понравилось?

1

2

3

Как вы себя почувствовали? Опишите, что сделало этот опыт положительным.

Как фермер сеет семена, отношения, которые вы строите, требуют времени и заботы. Относитесь к каждому взаимодействию как к важной части развития отношений. Семена, которые вы сеете сегодня, прорастут сильными, и вы соберете чудесные плоды — порадуетесь изменению жизни к лучшему, росту вашего бизнеса или встрече с новым верным другом.



Основы успешных продаж

СНАЧАЛА СЛУШАТЬ, ПОТОМ ПРОДАВАТЬ

Успешные продавцы понимают, что слушание — важная часть продаж. Не позволяйте желанию продать отвлечь вас от изучения вашего покупателя. Помните, что это процесс выстраивания отношений. Слушая внимательно, вы начинаете понимать потребности других и можете предложить решение, которое поможет им.

Независимо от того, насколько вы убедительны или уверены в продукте, не все будут готовы купить его сразу. Маркетинговые исследования показывают, что **большая часть продаж происходит между пятой и двенадцатой встречей**,¹ поэтому продолжайте сеять семена и поддерживать отношения. Вы сами убедитесь, что, позволив человеку сказать «нет» сегодня, вы впоследствии услышите «да». Слушайте, что говорит ваш покупатель, и относитесь к нему с уважением, независимо от того, заинтересован он в покупке или нет.

Используйте пирамиду здорового образа жизни dōTERRA, чтобы помочь каждому человеку, с которым вы работаете, определить потребности, а затем предложить решения с помощью продуктов dōTERRA®.

Проставьте себе баллы по каждому пункту (1–10)



ЛИДЕР, УМЕЮЩИЙ СЛУШАТЬ

Задавайте вопросы, чтобы помочь в самоанализе:

“*Глядя на показатели — где нужна наибольшая поддержка?*

Что побуждает вас искать более естественные решения?

Можем ли мы вместе составить план оздоровления на 90 дней?

Какой была бы ваша жизнь, если бы самые низкие баллы стали выше?”

ПРЕДЛАГАЙТЕ РЕШЕНИЯ

Продажа продуктов dōTERRA® дарит надежду, предлагая естественные решения для здоровья. Есть люди, которые ищут именно то, что вы предлагаете, и ваша задача — дать им решения и помочь увидеть, как их жизнь может измениться к лучшему.

ПОРАЗМЫШЛЯЙТЕ

Оцените свой опыт общения с продавцами и ответьте на следующие вопросы.

Что вы чувствуете, когда продавец говорит, не останавливаясь?

Как избежать лишних разговоров и узнать потребности клиентов?

¹ Роберт Клей, «Почему следует продолжать, даже если вам ответили «нет», по состоянию на 23 января 2019 г., <https://www.marketingdonut.co.uk/sales/sales-techniques-and-negotiations/why-you-must-follow-up-leads>.



«Когда вы сосредотачиваетесь на потребностях своих клиентов, ваша способность открывать их сердца для dōTERRA растет. Умейте задавать важные вопросы. Чем больше вы их понимаете, тем легче найти решение, соответствующее их потребностям».

— Мелоди Уоттс

УБЕДИТЕЛЬНАЯ РЕЧЬ

МЕНЕЕ ЭФФЕКТИВНО	БОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНО	ПРИЧИНА
«Я продаю эфирные масла».	«Я помогаю женщинам раскрыть весь потенциал, используя естественные решения для повышения уровня энергии, улучшения сна и самочувствия».	Многие продают эфирные масла. Вы предлагаете полноценный здоровый образ жизни.
«Вам не нужно ничего покупать».	«По окончании я покажу вам, как использовать эти масла, и помогу выбрать лучшее решение для вашей семьи».	Предложите возможность, но не настаивайте на покупке.
«Вы можете мне, если представите меня друзьям».	«Есть ли среди ваших знакомых те, кому я могу помочь?»	Узнайте, есть ли среди их знакомых те, кто был бы так же рад узнать о продуктах dōTERRA.
«Я знаю, как вы себя чувствуете; многие ощущали то же».	«Я вас полностью понимаю. Мария сказала примерно то же самое. Поняв, сколько она может сделать с набором этих натуральных средств, чтобы помочь семье, она была так рада начать».	При ответе на возражения отделите их и расскажите про конкретный опыт другого человека.
«Давайте назначим встречу».	«Давайте выберем время и встретимся — несколько минут...»	Фраза «назначим встречу» может прозвучать слишком официально. Следует выбрать время и встретиться, как если бы вы встречались с друзьями или семьей.

Основы успеха



Успешные Бизнес консультанты формируют ключевые привычки в рамках трех основных элементов: *образ мышления* — то, как вы думаете, *набор навыков* — действия, которые вы предпринимаете, и *набор инструментов* — используемые вами системы и материалы. Лучшие продавцы добиваются успеха, сосредоточившись на этих принципах.

Следуйте основам успеха и ускоряйте рост своего бизнеса. По мере формирования позитивного мышления, развития профессиональных навыков и применения набора правильных инструментов, у вас начнут появляться ключевые привычки. Помните, для создания таких важных привычек нужно время.

ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ

Продажа — это образ мышления, требующий уверенности — в себе и продукте. В начале этого руководства вы выполнили задание «Помните, почему вы продаете». Регулярно возвращайтесь к этому заданию, чтобы помнить, как вы можете изменить жизнь других людей и почему вы хотите предложить такое изменение. Позитивный и уверенный образ мышления ведет к успешным продажам и помогает укрепить ключевые привычки.

Самомотивация — ключевой элемент правильного образа мышления. Найдите способы поддерживать мотивацию, когда становится тяжело или уверенность пошатнулась. Позвоните наставнику, обновите доску визуализации или посмотрите вдохновляющее видео — любой действенный вариант. Чувство уныния неизбежно в продажах, поэтому важно иметь стратегии, помогающие сохранять бодрость духа и сосредоточенность, когда возникают трудности.



ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИВЫЧКИ

Отмечайте привычки только, если вы их уже развили.

- Ответственное отношение** — помните, что вы ответственны за свой успех, и не ищите оправданий.
- Стремление обучаться** — будьте открыты к обратной связи и прислушивайтесь к советам других.
- Видение** — определите, чего вы хотите достичь и почему.
- Стойкость** — не принимайте «нет» на свой счет, но осознайте, что отношения требуют времени и большая часть продаж происходит после нескольких бесед.
- Позитивное отношение** — благодарите за качественные продукты, поддержку компании и членов вашей команды, независимо от их уровня вовлеченности.
- Доброта** — будьте добры к себе и другим; взаимодействуйте со своими клиентами и партнерами исходя из имеющихся условий.

НАБОР НАВЫКОВ

Успешные Велнес консультанты обладают разнообразными талантами и сильными сторонами; однако у них есть общие навыки продаж. Чтобы добиться успеха, необходимо развивать самодисциплину. Ведение собственного бизнеса предполагает высокий уровень самоорганизации. Ставьте цели для удержания фокуса и занимайтесь планированием.

«Действия —
это основной
ключ к успеху».

— Пабло Пикассо

ГЛАВНЫЕ НАВЫКИ ПРОДАВЦА

Этим владеют самые успешные Велнес консультанты. Используйте указанные ниже ресурсы, чтобы расширить свои знания о каждом навыке и практиковать их до ощущения уверенности. Отметьте навыки, которые вы уже освоили, и подведите итог внизу. Когда вы разовьете их все, необходимо заняться их улучшением.

- Заполняйте и постоянно обновляйте **Таблицу отслеживания успеха** (см. «Начните», стр. 7).
- Начинайте общение с искренности** и укрепляйте доверие. Успех продаж зависит от количества людей, с которыми вы взаимодействуете (см. «Начните», стр. 8 и «Обучайте», стр. 5, конец страницы).
- Активно **приглашайте на презентации**. Всегда отмечайте даты тренингов в календаре (см. «Начните», стр. 9).
- Проводите **увлекательные тренинги** (см. «Обучайте», стр. 10–11 и посмотрите видео в разделе «Естественные решения» («Вдохновляя на успех»)).
- Активно** привлекайте партнеров (см. «Начните», стр. 11).
- Преодолевайте возражения** (см. «Начните», стр. 11 и «Обучайте», стр. 11).
- Постоянно проводите тренинги** (см. «Обучайте», стр. 12).
- Проводите беседы о здоровом образе жизни и **составьте индивидуальный план** для их следующих трех заказов через программу лояльности (см. «Начните», стр. 12–13 и руководство «Живите»).
- Подготовьте организаторов** к успешному проведению тренинга (См. руководство «Делитесь»).
- Вдохновляйте клиентов **начать бизнес** с dōTERRA (см. «Обучайте», стр. 9 и руководство «Создавайте»).

Всего освоено навыков

НАБОР НАВЫКОВ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИВЫЧКИ

Отмечайте привычки только, если вы их уже развили.

- Ответственность** — это когда вы говорите, что что-то сделаете, и делаете это.
- Управление временем/приоритетами** — используйте время эффективно и планируйте мероприятия ПОТОКа каждую неделю. Тратьте большую часть своего рабочего времени на ОТО-деятельность (организация, тренинг и оформление).
- Разумный контроль** — вы не можете контролировать все, но вы контролируете свои реакции, расписание и активность.
- Практика** — продолжайте оттачивать навыки продаж.
- Постоянство** — сфокусируйтесь на действиях, приносящих прибыль, для достижения желаемых результатов.

Основы успеха

НАБОР ИНСТРУМЕНТОВ

Самый эффективный путь к успеху — использование проверенной системы и набора инструментов. dōTERRA® предоставляет инструменты для эффективной презентации эфирных масел, обучения, привлечения партнеров, вовлечения клиентов в здоровый образ жизни и развития вашего бизнеса.



EMPOWERED SUCCESS («ВДОХНОВЛЯЯ НА УСПЕХ»)

Разработанная лидерами dōTERRA система Empowered Success предлагает проверенные методы и ресурсы для успешной продажи продуктов и развития бизнеса. По мере вашего знакомства с системой Empowered Success, вы поймете, что у каждого из этих инструментов есть своя цель. Вы можете использовать руководства для выполнения определенных задач и упростить обучение других.

Узнайте больше на странице Empowered Success на сайте doterra.com.

РАСКРЫТИЕ ВАШЕГО ПОТЕНЦИАЛА

«Раскрытие вашего потенциала» — *Раскрытие сильных сторон для бизнес-партнеров* — это инструмент, предоставленный dōTERRA, чтобы научиться использовать свои сильные стороны для роста бизнеса. Узнайте больше о своих сильных сторонах в видеотеке «Раскрытие вашего потенциала». Эти инструменты помогут вам наслаждаться продажами и добиться успеха.

Исследования показали, что люди, которые используют свои сильные стороны ежедневно, более продуктивны и в шесть раз сильнее вовлечены в работу. Все, кто используют свои сильные стороны, в три раза чаще говорят об отличном качестве жизни.² **Вы можете скачать руководство *Раскрытие сильных сторон для бизнес-партнеров* на странице Empowered You сайта doterra.com.**



НАБОР ИНСТРУМЕНТОВ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИВЫЧКИ

Отмечайте привычки только, если вы их уже развили.

- Дисциплина** — работайте усердно, используя инструменты и системы, и не «изобретайте велосипед».
- Системы** — сосредоточьтесь на каждом этапе процесса продаж dōTERRA и внедрите систему обучения, например, Empowered Success.
- Подготовка** — добавьте ключевые инструменты в заказ через программу лояльности для получения всего необходимого и спокойной организации продаж.

² Gallup, Inc. gallup.com.

Цикл продаж dōTERRA

Цикл продаж dōTERRA это серия повторяемых шагов; от представления до регистрации партнера — он помогает вам делиться преимуществами здорового образа жизни с dōTERRA.

ДЕВЯТЬ ПРОСТЫХ ШАГОВ

- 1 Контакт
- 2 Приглашение
- 3 Представление
- 4 Обучение
- 5 Завершение
- 6 Оформление
- 7 Ответ на возражения
- 8 Привлечение рефералов
- 9 Продолжение взаимодействия

Эти шаги четко вписываются в знакомую вам структуру ПОТОКа. У вас есть четкий план и гарантия, что вы не пропустите важные моменты в представлении своего видения и привлечении новых клиентов. Доверьтесь процессу, чтобы добиться успеха.



ВНЕДРЕНИЕ ЦИКЛА ПРОДАЖ dōTERRA

На следующих страницах подробно описаны девять шагов Цикла продаж dōTERRA.

На каждом этапе вы:

- Узнаете значение этапа.
- Узнаете практические способы развития навыка.
- Попрактикуетесь в применении сценариев.
- Оцените свою уверенность в своих силах.

Для дальнейшего развития навыков успешных продаж применяйте идеи по развитию навыков на практике, чтобы стать профессиональным Бизнес консультантом и реализовать мечту.



Цикл продаж dōTERRA

ШАГ 1: КОНТАКТ

Выстраивайте искренние взаимоотношения со всеми, кого вы встречаете. Попросите их контакты, чтобы вы могли продолжить общение. dōTERRA — это бизнес на основе взаимоотношений. Общайтесь с хорошими знакомыми или совсем новыми людьми, всегда выстраивайте доверительные отношения. Стремитесь изменить жизнь других к лучшему, делая тем, что вы любите — независимо от того, где вы и с кем вы встречаетесь.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Улыбайтесь и обращайтесь к человеку по имени.
- Спрашивайте и слушайте, чтобы узнать его интересы и потребности. Слушайте больше, чем говорите.
- Составьте список всех, кого вы знаете, кто ценит здоровый образ жизни, целеустремленность и свободу. Постоянно развивайте взаимоотношения с ними.
- Делитесь оптимизмом. Людей привлечет ваша положительная энергия.
- Налаживание связей — это не разовое действие. Продолжайте просто общаться, пока не появится шанс представить продукты dōTERRA®.

“ ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ ”
Как дела? Как семья? Что вообще происходит в жизни?



Насколько хорошо вы строите взаимоотношения?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



«Вы можете за два месяца завоевать больше друзей, интересуясь другими людьми, чем приобрели бы за два года, пытаясь заинтересовать других людей собой.»

— Дейл Карнеги

ШАГ 2: ПРИГЛАШЕНИЕ

Направьте приглашение всем, кто указан в вашем Списке контактов или в Таблице отслеживания успеха, и пригласите их на тренинг или презентацию. Лучшие приглашения всегда персональны, мотивируют, ценны и демонстрируют искреннюю заботу о приглашаемом. Когда вы поймете, что является самым важным для каждого участника, проявив искренний интерес к нему и основывая взаимодействие с учетом его опыта, вы сможете естественным образом создать самое вдохновляющее приглашение.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Во время разговора по телефону вставляйте, улыбайтесь и проявляйте энтузиазм, даже если собеседник не видит вас. Это поможет вам почувствовать себя уверенно, и они «услышат» улыбку в вашем голосе.
- Ваша цель на этом этапе — налаживание связей с участниками из вашего списка, а не попытка продать им. Не пытайтесь продавать продукцию. «Продавайте» тренинги и личные встречи.
- В вашем календаре всегда должно быть хотя бы два тренинга или презентации, чтобы приглашенные могли выбирать.
- Будьте позитивны и не беспокойтесь о результате. Люди часто говорят «нет» несколько раз, прежде чем сказать «да», поэтому продолжайте строить взаимоотношения.
- Кто-то скажет «да», кто-то — «нет», а кто-то примет решение в зависимости от того, как вы проявите себя в общении с ним. Записывайте, что действительно получается.

ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

“Привет, как дела? У тебя есть минутка? Отлично, у меня тоже только пара минут. Я давно изучаю эфирные масла, они отлично работают для меня и моей семьи. Мы используем их для всего: сон, больше энергии, лучший иммунитет, экологичная уборка — что угодно! Я знаю, что тебе тоже пришлось столкнуться с _____ (например, сезонные проблемы, напряжение), и мне захотелось помочь! Я провожу короткий тренинг с экспертом по укреплению здоровья _____ и я очень надеюсь, что ты согласишься стать моим гостем. Всё будет происходить у меня дома в четверг в семь утра, или можем вместе пообедать в следующий понедельник. Как удобней?”

Найдите дополнительные сценарии для поддержки Цикла продаж dōTERRA в руководстве «Начните».



Насколько хорошо вы приглашаете?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.

«Люди любят говорить на четыре темы: здоровье, финансы, эмоциональное благополучие и отношения. Моя работа Велнес консультанта проста. Мне нужно лишь остановиться, послушать и построить взаимоотношения. Это самая легкая работа, которая у меня когда-либо была».

— Кейси Водри



Цикл продаж dōTERRA

ШАГ 3: ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

На этапе представления в Цикле продаж dōTERRA потенциальные клиенты определяют свои потребности. Это создает благоприятную среду для покупок. В начале презентации помогите участникам определить разницу между их нынешним самочувствием и желаемым. Один из способов сделать это — предложить им оценить себя по пирамиде здорового образа жизни dōTERRA из руководства «Живите». Дайте понять, что вы собираетесь показать им что-то, что изменит их жизнь к лучшему, и что в конце презентации будет возможность приобрести такое решение.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Начало должно быть ярким. Установите связь с участниками и выразите намерение помочь им.
- Устраните отвлекающие факторы. Выключите телевизор и соберите всех в одной комнате.
- Удерживайте внимание присутствующих благодаря тщательной подготовке, уверенности и увлекательному рассказу.
- Избегайте использования слов-паразитов, таких как «mmm», «вот» и «вы знаете».
- Продавайте решение проблем, а не продукты.
- Спросите, почему пришел каждый участник, и узнайте, какие ответы они ищут, чтобы вы могли осветить наиболее важные для них вопросы в своей презентации.
- Заранее потренируйтесь рассказывать свою короткую историю dōTERRA, чтобы она звучала естественно.



ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Добро пожаловать и спасибо за то, что пришли! Мне нравится делиться силой dōTERRA и тем, как она помогает улучшать жизни людей. Образ жизни dōTERRA изменил мою жизнь и жизнь многих людей по всему миру. Сегодня вечером мы познакомимся с некоторыми натуральными способами получить больше энергии, укрепить иммунную систему, улучшить сон, снизить тревогу и сделать уборку экологичной. В конце я покажу вам, как использовать эти решения дома, и помогу выбрать то, что лучше всего для вашей семьи. Я очень рад(-а), что вы здесь!



Насколько эффективно вы представляете продукты?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



«Сосредоточьтесь на создании ценности для клиента. Мы — поставщики решений. Когда мы предлагаем кому-то решение его проблемы, это создает ценность и может привести к продаже — снова и снова».

— Шерри Фриман

ШАГ 4: ОБУЧЕНИЕ

Этап обучения в цикле продаж dōTERRA связывает потребность, выявленную на этапе представления, с конкретными продуктами dōTERRA®, которые смогут ее удовлетворить. Создавайте новый опыт использования эфирных масел во время всего тренинга, чтобы участники могли сами осознать все преимущества. Покажите, как продукты dōTERRA® могут помочь прийти к здоровому образу жизни. Объясните, почему естественные решения настолько эффективны, и покажите, как их использовать. Помните, что первое знакомство с эфирными маслами может быть ошеломляющим, поэтому сделайте презентацию простой.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Подчеркните основные преимущества продуктов и продемонстрируйте, как они помогают поддерживать здоровье.
- Цель презентации — привлечь клиентов, чтобы они могли начать свой бизнес, а не рассказывать участникам все о продуктах.
- Задавайте вопросы на протяжении всей презентации.
- Называйте участников по именам, чтобы укрепить личное отношение.
- Запишите презентацию, чтобы просмотреть ее позже и подумать над улучшением.
- Передайте масла по кругу. Дайте участникам возможность попробовать продукт.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

«Что вам хотелось бы ощущать больше? Чего вам бы хотелось ощущать меньше?»

«Что вы не можете сделать из того, что хотелось бы?»

«Как это влияет на вашу жизнь?»

«Как вы сейчас решаете проблемы? И чего вам это стоит?»

«Как ваше текущее решение помогает вам?»

«Если я смогу показать вам что-то, что поможет в _____, простое в использовании и доступное по цене, вам будет интересно?»

«Если бы _____ не было проблемой, как бы это повлияло на качество вашей жизни?»



Насколько эффективно вы обучаете?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



Цикл продаж dōTERRA

ШАГ 5: ЗАВЕРШЕНИЕ

Завершающий этап Цикла продаж dōTERRA — это повтор главных моментов презентации, рассказ о вариантах участия и стартовых наборах и приглашение зарегистрироваться. Завершение предполагает вашу помощь участникам в выборе лучшего для них решения. Напомните участникам, что со стартовым набором они смогут решить 80 % задач по улучшению здоровья в домашних условиях. Придумайте логичное завершение и потренируйтесь, пока не сделаете его максимально эффективным.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Помните, что этап завершения — это то, что вы делаете *для кого-то*, а не *кому-то*. Вы предлагаете драгоценные дары природы, которые могут изменить жизнь к лучшему.
- Не спрашивайте: «У вас есть вопросы?» во время завершения. Это портит впечатление. Вместо этого задайте вопросы, указанные ниже.
- Укрепите их уверенность в том, что вы сможете подобрать наилучший набор решений для них.
- Покажите им, что они для вас в приоритете. Дайте им решение их проблемы и предоставьте возможность выбора.

ПОТРЕНИРУЙТЕСЬ ЗАДАВАТЬ ПРАВИЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

«Почему, на ваш взгляд, ваш супруг(-а) будет рад использованию этих масел дома?»

«Если бы вы знали, что столкнетесь с одной из ваших проблем в следующем месяце, как бы вы себя чувствовали, если бы у вас дома уже были все эти замечательные масла?»

«Если бы у вас был доступ к более безопасным, дешевым и эффективным средствам поддержания здорового образа жизни дома, как бы это помогло вашей семье?»



ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ № 1

Если я вас правильно понял(-а), снижение стресса для вас главный приоритет? Давайте посмотрим какие масла смогут вам помочь. Я рекомендую начать с набора Emotional Aromatherapy Diffused («Эмоциональная ароматерапия»).

ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ № 2

Позвольте задать вам вопрос. Теперь, когда вы познакомились с некоторыми продуктами и узнали о том, как они могут вам помочь, как и об их безопасности, вы можете представить, почему так много людей используют их? О, отлично! А теперь перейдем к самому приятному: Я приму заказы сегодня. Ваши заказы будут доставлены через пару дней, и вы сможете начать вести здоровый образ жизни.

Вам нужно только перевернуть раздаточный материал и заполнить затененные области в форме заказа, а я пока отвечу на все ваши вопросы.



Насколько эффективно вы завершаете презентацию?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



ШАГ 6: РЕГИСТРАЦИЯ

Попросите клиентов заполнить затененные области в форме заказа, чтобы они могли получить масла. Обойдите комнату и предложите ответить на конкретные вопросы. Расскажите, что вам нравится в этом наборе, который, по вашему мнению, лучше всего подходит для них. Свяжите все с их приоритетами в отношении здоровья и с тем, как этот набор разработан с учетом их потребностей. Подчеркните, что покупка набора важна, чтобы у них было под рукой несколько продуктов, а не один-два.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Излишество приводит к ответу «нет». Не показывайте слишком много продуктов. Покажите несколько, предложите один, пусть все будет легко. Может быть стоит подарить «Дикий апельсин» тем, кто делает заказ сразу?
- Зарегистрируйте большинство как Привилегированных покупателей. Зарегистрируйте тех, кто хочет продавать и строить бизнес, как Велнес консультантов.
- Раскройте все положительные стороны больших наборов. Больше масел, лучше результат.
- Сосредоточьтесь на преимуществах полноценного здорового образа жизни с dōTERRA.

ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

“ Когда я зарегистрировался(-ась), я начал(-а) с набора, и я уверен(-а), что это лучший выбор для начала. Моя семья начала с набора Natural Solutions Kit («Естественные решения»). В нем есть многие из самых популярных продуктов. Они помогут вам начать путь к оздоровлению — улучшат ваш сон, работу иммунной системы, подарят больше энергии, концентрации, и вы можете даже использовать масла для готовки или уборки. Этот список бесконечен. ”

Более подробные сценарии успешной регистрации см. на странице 11 руководства «Начните».



Насколько успешно вы организуете регистрацию?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



Цикл продаж dōTERRA

ШАГ 7: ОТВЕТЫ НА ВОЗРАЖЕНИЯ

Ответы на возражения клиентов — важная часть Цикла продаж. Задайте вопросы и дайте участникам поделиться своим опытом и проблемами. Меньше говорите и больше слушайте. Вы сможете ответить на любые возражения, поняв, чего люди действительно хотят. Спросите, готовы ли они к следующему шагу.

Используйте приведенные ниже шаги как основу для ответа на возражения.

- 1 Подтвердите, что понимаете их.** У всех нас есть потребность быть услышанными и понятыми.
«Я понимаю, почему вас это беспокоит».
- 2 Кратко опишите проблему своими словами и выразите сочувствие.** Важно точно понимать проблему и наблюдать за эмоциями, стоящими за словами. Убедитесь, что вы находитесь на одной волне и понимаете их эмоции.
«Если я вас правильно понял(-а), вы считаете, что стоимость набора выше, чем вы готовы потратить прямо сейчас. Правильно? Я вас понимаю. Обидно, когда бюджет ограничен».
- 3 Попросите разрешения представить им варианты и вместе обсудите подходящие решения.** Это позволяет клиентам чувствовать себя активными участниками обсуждения и делает их заинтересованными в поиске решения.
«Я думаю, мы можем найти решение, которое подойдет именно вам. Давайте обсудим несколько вариантов и выберем лучший?»
- 4 Сошлитесь на опыт третьей стороны и объясните, как была решена та же проблема.** Рассказы про реальных людей убеждают клиентов, что вы помогли другим решить эту проблему.
«На прошлой неделе у Сьюзан возникло такое же опасение, поэтому она организовала тренинг, на который пригласила десять человек и заработала достаточно, чтобы купить нужный ей набор. Она была в восторге!»
- 5 Оформите приглашение.** Воспользуйтесь воодушевлением, возникшим во время обсуждения, и помогите им убедиться в важности регистрации.
«Хотите пригласить своих друзей на тренинг, чтобы вы получили свой желанный набор?»

Честно ответьте на их сомнения. Рассматривайте их возражения как идеи, которые помогут вам повысить эффективность презентации.



Насколько эффективно вы отвечаете на возражения?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



«Продажа в служении — это отдача без мыслей о том, что получите взамен. Вместо того, чтобы беспокоиться о продаже, вы становитесь на место клиента и стремитесь создать для него ценность».

— Нил Андерсон

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Есть несколько распространенных возражений, с которыми вы можете столкнуться при регистрации клиента. Будьте готовы ответить на возражения ниже и заранее продумайте несколько ответов.

РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ	ПРИМЕРНЫЕ СЦЕНАРИИ
<p>Почему мне стоит выбрать именно dōTERRA?</p> 	<p>«Я понимаю, почему для вас важен этот вопрос; так много брендов эфирных масел, и иногда так сложно сделать выбор. На прошлой неделе Ирена задала мне тот же вопрос; могу я повторить вам то, что ответил(-а) ей? Я объяснил(-а), что dōTERRA — это самый проверенный и пользующийся наибольшим доверием бренд. 96 % процентов наших масел и смесей эксклюзивны, растения выращены фермерами в идеальных местах для максимальной эффективности. Она узнала больше на sourcetoyou.com и была потрясена отличиями dōTERRA. Вы и ваша семья заслуживаете самых чистых и эффективных эфирных масел. Хотите попробовать, сделав заказ сегодня?»</p>
<p>Деньги</p> 	<p>«Я понимаю, почему для вас это так важно. Если я вас правильно понял(-а), вы считаете, что стоимость набора выше, чем вы готовы потратить прямо сейчас. Правильно? Я думаю, мы сможем найти решение, которое подойдет именно вам. Давайте рассмотрим несколько вариантов? Сюзан сказала то же самое несколько дней назад, но когда она посчитала, сколько обычно тратит на средства личной гигиены, она поняла, что сможет даже сэкономить, выбрав масла dōTERRA. Ей нравится набор для дома Natural Solutions («Естественные решения») для здоровья всей семьи. Хотите инвестировать в свое здоровье и заменить стандартные средства более натуральными и высококачественными средствами dōTERRA?»</p>
<p>Супруг(-а)</p> 	<p>«Я полностью вас понимаю. Вы беспокоитесь, что ваш муж (жена) не поддержит эту покупку? Я знаю много людей, у которых были те же опасения — рассказать, что помогло им? Когда супруги попробовали масла, они уже не были столь категоричны. Хотите принести супругу(-е) образец Deer Blue?»</p>
<p>Не вижу необходимости</p> 	<p>«Я понимаю, я сначала тоже не думал(-а), что мне нужны эфирные масла. Вы упомянули, что вам нужно больше энергии. Пару недель назад я разговаривал с Уитни, у нее была такая же проблема. Она попробовала набор dōTERRA Lifelong Vitality Pack® («Энергия жизни») и он подарил ей больше энергии и комфорта. У нас действует 30-дневная гарантия возврата денег за набор dōTERRA Lifelong Vitality®. Вы поймете, изменит ли набор вашу жизнь к лучшему за 30 дней, а если нет, я помогу вам вернуть ваши деньги».</p>
<p>Покупка через сетевой маркетинг</p> 	<p>«Я очень понимаю вас; многие люди так думают. Мне нравится в dōTERRA уникальность компании в сетевом маркетинге. На самом деле, 82 % покупателей масел dōTERRA — это просто клиенты, которые их не продают. Это нелепо для прямых продаж. У нас так много клиентов, потому что у нас проверенные и надежные продукты, на которые люди могут положиться. Готовы присоединиться к миллионам людей, меняющим свою жизнь к лучшему с натуральными решениями?»</p>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПОВ ВОЗРАЖЕНИЙ

Тренируясь отвечать на возражения, помните, что есть два их типа: истинные опасения и пустые отговорки. Понимая разницу, вы будете знать, когда и что делать.

Истинные опасения	Отговорки
Искренние, актуальные, подробные	Расплывчатые, банальные, неконкретные
Можно найти решение	Пустая трата времени
Содержат заинтересованность	Не содержат заинтересованность
Исходят из желания понять	Результат недостатка мотивации
Отражают обстоятельства, препятствующие покупке (например, цена, опасения и т. д.)	Звучат как оправдание отказа от покупки

Вы дарите надежду. Когда вы сосредотачиваетесь на служении другим и делитесь надеждой, яркой, разжигающей огонь действия, беспокойство о возражениях исчезает, а искренняя любовь и забота растут вместе с вашим пониманием.

Цикл продаж dōTERRA

ШАГ 8: ПРИВЛЕЧЕНИЕ РЕФЕРАЛОВ

Используйте возбужденную атмосферу тренинга, чтобы попросить контакты рефералов и договориться о тренингах со всеми участниками. Можно ожидать, что они захотят помочь своим друзьям и семье. Вы можете обнаружить, что люди теряются при вопросе: «Кого вы знаете?» Помогите им вспомнить, упомянув категории: друзья, семья, коллеги и т. д.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Предложите участникам провести тренинги для их друзей. Всегда предлагайте как минимум две даты, чтобы они могли выбирать.
- Предложите поощрение тем, кто сразу согласится на новый тренинг. Используйте баллы программы лояльности для покупки недорогих поощрительных подарков.
- Избегайте использования слова «реферал». Вместо этого спросите, с кем бы им хотелось быть на тренинге.

ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Личная беседа:



Мне очень понравилось, как мы провели время, и я знаю, что вам понравится ваш регистрационный набор. Я обнаружил(-а), что многие участники презентаций уже через 10 минут вспоминают о друзьях или членах семьи, которым бы захотелось поучаствовать. Давайте организуем тренинг для тех, с кем бы вы хотели поделиться. Кто пришел вам в голову во время тренинга: друзья, семья, партнеры по тренировкам, знакомые?

Группа:

К этому моменту у большинства из вас на примете уже есть три-четыре человека, а то и 20, которым бы понравилось то, о чем мы сегодня рассказывали. Если вы хотите организовать отдельный тренинг, свяжитесь со мной, и мы выберем подходящий вариант. Но поторопитесь, поскольку даты разбираются очень быстро.



Насколько эффективно вы привлекаете рефералов?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



ШАГ 9: ПРОДОЛЖЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Внесите следующий шаг в свой календарь. Запланируйте рассказ о здоровом образе жизни для каждого, кто решит зарегистрироваться. Для заинтересованных в бизнесе, запланируйте обсуждение бизнес-плана. Неизбежно будут и те, кто еще не готов зарегистрироваться. Продолжайте развивать отношения. Крепкие взаимоотношения — самый ценный ресурс в вашем бизнесе.

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ:

- Запланируйте беседу о здоровом образе жизни с каждым клиентом, чтобы проанализировать с каждым его цели и зарегистрировать его в программе поощрения лояльности.
- Никогда не завершайте тренинг или личную беседу без назначения времени и даты следующего шага.
- Будьте вежливо настойчивы.

«Людам нравятся беседы о здоровом образе жизни, поскольку это именно та поддержка клиентов, которая всем необходима».
— Род Ричардсон



ПРИМЕРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Как я говорил(-а), следующий шаг — выбор даты для беседы о здоровом образе жизни, чтобы вы узнали как использовать ваш набор. Это займет всего минут 30. У меня есть время в среду вечером в 19:30 или в четверг утром в 11. Какое время подойдет больше?



Насколько эффективно вы организуете продолжение взаимодействия?

Оцените свой уровень уверенности по шкале от 1 до 10, 10 — самый высокий уровень.



Раскройте свой потенциал

Из этого руководства вы узнали о принципах, которые помогут вам раскрыть свой потенциал в качестве Велнес консультанта dōTERRA. Теперь вы знаете, что продажи с dōTERRA® — это помощь другим и укрепление взаимоотношений. Определив для себя, почему вы продаете продукцию dōTERRA® и избавившись от неправильных представлений, вы понимаете, что на самом деле означает быть продавцом. Вы приобрели необходимые навыки, определили основы успеха — образ мышления, набор навыков и набор инструментов — и изучили Цикл продаж dōTERRA. Продолжайте применять указанные принципы продаж и оттачивать свои навыки, чтобы достичь своих целей.

ПОСЧИТАЙТЕ СВОИ БАЛЛЫ

Перенесите свои баллы с предыдущих страниц и суммируйте их в первом столбце, чтобы увидеть текущее значение. Эта цифра позволяет измерить ваш прогресс и легко определить свои самые сильные и слабые стороны.

ПОКАЗАТЕЛЬ УСПЕШНОСТИ ПРОДАЖ	Повторяйте каждый квартал:			
	Сегодняшняя дата	Дата	Дата	Дата
Важнейшие навыки продаж (стр. 9)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Контакт (стр. 12)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Приглашение (стр. 13)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Представление (стр. 14)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Обучение (стр. 15)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Завершение (стр. 16)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Оформление (стр. 17)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Ответ на возражения (стр. 18)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Привлечение рефералов (стр. 20)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Продолжение взаимодействия (стр. 21)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ОБЩИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ УСПЕШНОСТИ ПРОДАЖ	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



ОБУЧАЙТЕ СВОЮ КОМАНДУ

Это руководство — отличный инструмент для обучения вашей команды и развития ее навыков продаж. Поощряйте членов команды проходить оценку эффективности согласно руководству и записывать свои результаты. Во время обучения начните с вопроса об их текущем показателе продаж и помогите им улучшить те этапы, где требуется поддержка.

ПЛАНИРУЙТЕ И ОТСЛЕЖИВАЙТЕ УСПЕХ

Изучите два ваших самых эффективных этапа Цикла продаж. Проанализируйте, какие уникальные навыки и таланты вы используете для достижения успеха на этих этапах, а затем найдите способы использовать те же таланты для улучшения двух наименее эффективных этапов. Например, если вы уверенно приглашаете, но вам сложно завершать, поймите какие сильные стороны вы используете для приглашения, и посмотрите, как их можно использовать для завершения. Создайте план действий по увеличению ваших баллов. Подумайте о внедрении рекомендаций по развитию навыков из этого руководства, попробуйте себя в новой роли для обретения уверенности или поработайте с наставником.

1

Низкие баллы

Что конкретно вы предпримете, чтобы улучшить показатели?

Когда вы предпримете эти действия?

Как вы поймете, что вы добились улучшений?

2

Низкие баллы

Что конкретно вы предпримете, чтобы улучшить показатели?

Когда вы предпримете эти действия?

Как вы поймете, что вы добились улучшений?

УСТАНОВИТЕ ЦЕЛИ ПРОДАЖ

Теперь, когда вы знаете, над чем необходимо работать, установите свои цели продаж.

Какова ваша цель по объему продаж организации (OV) на следующие:

30 дней? _____ 90 дней? _____ 12 месяцев? _____

Как вы отпразднуете достижение целей?

ПРОВОДИТЕ ПОВТОРНУЮ ОЦЕНКУ

Регулярно проводите повторную оценку своего показателя успешности продаж, чтобы переориентировать усилия на те этапы, которые больше всего выиграют от улучшения. Постепенно, усердно работая и видя, как растет ваш показатель успешности продаж, вы почувствуете больше радости от продаж с dōTERRA и мотивацию на развитие процветающего бизнеса.

Наблюдая за тем, как другие растут и меняются, вы посмотрите на свой бизнес с dōTERRA не только с точки зрения клиентов и продаж, но и как на способ изменить к лучшему свое окружение и мир.

«Когда вы делитесь продуктами
dōTERRA[®], вы дарите *надежду* и
благополучие тем, кого любите,
вашему окружению и, в конечном
итоге, всему миру. Продажи
с dōTERRA — это *способ помочь*.
По капле, по одному человеку,
мы помогаем всему миру,
предлагая *эффективные решения*
по поддержанию здорового
образа жизни»
— Грег Кук, учредительный директор

