



Felépítés

Biztosan Te is gondolkodtál már azon, miért van az, hogy egyesek nagy hálózatot építenek látszólag kevesebb munkával, míg mások sok munkát és időt fektetnek be, mégis valahogyan nem érnek el ugyanolyan eredményeket. Lehet, hogy éppen te magad is úgy érzed, jobban is növekedhetne a hálózatod, valamint a saját és munkatársaid jövedelme is.

Az első és egyik leginkább félreértett és hibásan, vagy egyáltalán nem alkalmazott lépés a felépítés, más néven „edifikáció.”

Sokan azt mondják, ez nem kell, ezért nem használják megfosztva magukat az igazán kimagasló eredményektől.

Ugyanakkor, a felépítésnek óriási ereje van, és akik használják több ezer vagy akár több százezer fős hálózatokat építettek már fel, amelyből a legvadabb álmaik is megvalósultak, és hat számjegyű összegeket keresnek, meg keresnek az alsóvonalai is, még dollárban is. Jó, jó, tudom, hogy Te nem akarsz ekkora hálózatot, vagy mégis? Ha igen, használd ki a felépítésben rejlő lehetőséget. Olyan hálózat felépítéséhez, amely még évtizedek múlva is jövedelmet hoz azoknak, akik megszervezték és foglalkoznak vele, így Neked is.

Nézzük meg mit is jelent a felépítés, miért használjuk, és hol kezdődik?

A felépítés azt jelenti, hogy valakiről vagy valamiről jót, építő jellegűt mondasz. Olyat, ami megfelel a valóságnak, de az adott valakinek vagy valaminek a helyzete jelentősen javul egy másik fél szemében. Így tudsz "hidat" építeni a jelölted és az aktív felsővonalad között. Ez nem egyenlő persze az alaptalan dicsérettel. Úgy alkalmazod, hogy hiteles legyen, ne ess át "a ló túlsó oldalára", de a jelölt érezze, hogy az adott személy, rendezvény, eszköz tud neki segíteni céljai elérésében.

Miért használjuk?

Nézzük, mit is akarunk elérni?

Azt, hogy az új jelölted bízzon a cégben, a felsővonalban, a lehetőségben, a módszerben és nem utolsó sorban, BENNED. Igaz?

Ezt úgy tudod elérni, ha a felépítést folyamatosan és a megfelelő időben alkalmazod. A felépítés már a meghívásnál kezdődik, főleg ha konferenciahívásban hívtok a szponzoroddal, és/vagy az első bemutatókat is ő tartja nálad.

A konferenciahívásban előfordul, hogy a szponzorod hívja meg az új jelöltedet.

Ahhoz, hogy Ő eredményesen járjon el, fel kell őt építened, azaz mielőtt átadnád neki a szót, érdemes elmondani róla néhány fontos, bizalmat keltő dolgot, amitől a jelölted szemében is hiteles lesz, mivel még személyesen nem ismerik egymást. A jelölt csak benned bíz, benne még nem. Sőt, a felépítésben olyat se felejt el kiemelni, amivel esetleg a jelölted azonosulni tud /pld. említs meg a foglalkozását, életkorát, lakhelyét vagy hobbiját, vagy bármit, amiről tudod, hogy közelebb hozhatod a jelöltedhez. / Emlékszel? Épül a bizalom hídja...

Pld. így:

"...Laci, abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy itt van velem egy orvos barátom, Gábor, akivel együtt dolgozunk ezen a projekten, és aki nagyon tapasztalt ezen a területen. Nekem is sokat segít. Át is adnám neki a telefont, hogy megbeszéljétek a további lehetőségeket..."

Ha nyilvános bemutatóra vagy webkonferenciára hívsz meg valakit:

"Marika, a cégünk tart egy nyílt napot/ webkonferenciát, ...-án.....-kor a-ban, ahol be tudlak mutatni annak a fiatal anyukának, aki nekem is megmutatta ezt a lehetőséget. Ő GYES mellett többet keres otthonról, mint a férje menedzserként egy nagy vállaltnál. Lehet, hogy neked is tud ebben segíteni."

Sokszor előfordul az, hogy a szponzorod csak néhány nappal előtted csatlakozott az üzlethez. Úgy gondolod, nincs mit rajta felépíteni, különben is Te úgy érzed, többet tudsz az üzletről, mint ő, mert Te már az összes Big AI könyvet elolvastad, míg ő a "Hogyan lehet gazdag" könyvecskén sem rágta át magát. Ő egyébként is még csak egy egyetemista, míg te már a második cégedet vitted sikerre és előtte hármat csődbe, tehát sokkal tapasztaltabb vagy az üzleti életben.

Mégis, **találd meg azt a pozitív vonást, cselekedetet, amit fel tudsz benne építeni.** Pld. azt, hogy nem felejtett el neked, a sikeres vállalkozónak szólni és megmutatta ezt a lehetőséget, összehozott a módszerekkel és a saját felsővonalával. Ha aktív ez a felsővonalad, akkor beszélj a közös munkáról is amit csináltok.

Miért kell NEKED az, hogy felépítsd a szponzorod, a felsővonalad?

Tehát azért kell, hogy hitelességet adjál a felsővonalnak, hogy utána ő ezt a hitelességet vissza tudja adni neked, vagyis a jelölted szemében TE is hitelességet nyerjél a témában. Felsővonalaként viszont ez a te feladatod - visszaadni a hitelességet.

A gesztusaidból, viselkedésedből, testbeszédedből érezhető, ha a felépítés nem őszinte, tehát válassz egy olyan tulajdonságot, amit őszintén ki tudsz emelni.

Ahogy bánasz a felsővonaladdal, elárulja, mit gondolsz, mindegy, hogy mit mondtál előtte. Fontos a sorrend is, például bemutatásnál. A felsővonalad akkor kap erőt, ha

neki mutatod be a jelöltet és nem a jelöltnek őt. Már a bemutatás előtt elmondhatsz néhány pozitív dolgot róla a jelöltednek.

Amikor ott vagytok a szponzorodnál - akit hívjunk a példa kedvéért Gábornak- annyit mondasz:

"...Szia Gábor, engeddd meg, hogy bemutassam neked Lacit. Gáborról már beszéltem neked Laci, ő az, akitől nagyon sokat tanulok erről a lehetőségről és neked is tud segíteni. Ezért érdemes vele egyeztetnünk egy időpontot a további részletek megbeszélésére."

Ehelyett ezt sokan így teszik:

"...Szia Gábor, gyere má' egy kicsit , hadd mutassalak be a Lacinak. Na, ő az én szponzorom, Lacikám. Fú, úgy örülök, hogy végre már eljött a Laci, nagyon elfoglalt, sikeres vállalkozó, de most szeretne elindulni, kezdőkészlettel lép be és aszonta, hogy nagyon sok ismerőse van itthon is meg Szlovákiában, meg Németországban is."

Érzed a különbséget?

Fontos, hogy minden alkalommal, amikor csak lehet, erősíts az aktív felsővonalad hitelességét. Ez minél inkább megvan annál hatásosabb lesz az ő munkája, előadása az üzletben.

Ez a téma egyúttal felveti azt is, hogy hogyan kell reagálnod a felépítésre, ha Te vagy a felsővonal, vagy szponzor, akit bemutatnak.

Fogadd a felépítést "méltósággal", ne szerénykedj fölöslegesen, ne szakítsd félbe, ne intsd le az üzlettársadat. Ragadd meg az alkalmat, hogy viszonzod az alsóvonaladnak a felépítést. Te hiteles lettél a jelölt szemében, szakteknitely, tehát a legjobb alkalom arra, hogy felépíts az üzlettársadat a leendő üzlettárs szemében és biztosítsd őt arról, hogy a legjobb szponzorhoz csatlakozik. Íme egy példa:

"Üdvözlöm, László, örülök, hogy Sándor meghívta. Olyan segítője lesz, aki teljes lendülettel dolgozik ebben az üzletben, nagyon eredményesen, így biztos vagyok abban, hogy együtt egy nagyon jövedelmező rendszert építenek. A legjobbkor, a legjobb helyre érkezett."

Fontos, hogy minden alkalommal, amikor csak lehet, erősíts az aktív felsővonalad hitelességét. Ez minél inkább megvan, annál hatásosabb lesz az ő munkája, előadása az üzletben.

Amikor előadó vagy a céged, vagy csapatod rendezvényén, webkonferenciáján legyen a mondani valódban is felépítés. Ha meghív előadónak a testvérvonalad, tájékozódj az ottani vezetőkről, ismerd meg őket és építs fel. Ők is meg fogják ezt tenni, amikor nálad lesznek vendégek. Tehát, mondj jót a testvérvonaladról, nyilvánosan és négyszemközt is, mert lehet, hogy a legközelebbi, találkozón ő lesz

az előadó és a te üzlettársaidhoz beszél. Nagyobb lesz a hatás, ha előtte hitelessé tetted.

Azonban **lerontod ezt a hatást**, ha az előadás után pld. azt mondd:

"Nem volt rossz a Géza, de a múltkori előadásán jobban formában volt, meg nem volt ilyen hosszú..."

Ezzel sikeresen "kinulláztad" azt az egy órát, amit a testvérvonalai vezető , de akár lehet felsővonalis, az üzlettársaidba fektetett az előadásával.

Építs fel a rendezvényeket /webkonferenciákat, 3 oldalú beszélgetéseket is/, az üzletépítő eszközöket is /hanganyagokat, könyveket/.

Mondd el a jelöltednek, az üzlettársadnak azt, hogy Te mit nyertél azzal, hogy részt vettél és, hogy ezeket az eszközöket használtad, meghallgattad, elolvastad. Ha jobban ismered már az üzlettársad, jelöltedet, akkor alakítsd az ő szemszögére, emeld ki azokat a dolgokat is, amik szerinted neki fontosak, ami őt motiválja arra, hogy éljen ezekkel a lehetőségekkel, eszközökkel. Ismertesd meg, ő mit nyerhet.

Ne csak azt mondd, hogy ezt meg ezt kell használnia, olvasnia, ide meg ide kell eljönnie, mert abból még nem tudja, MIÉRT.

Példa, hogy jobban értsd és könnyebben meg tudd fogalmazni:

"Amióta elolvastam Robert T. Kiyosaki, „Gazdag Papa, Szegény Papa” című könyvét, egészen megváltozott a nézőpontom a pénzügyekkel kapcsolatban, és sokkal előrelátóbb vagyok és egy csomó dologban felnyitotta a szemem. Szerintem neked is érdemes lenne elolvasnod, ha érdekel az anyagi függetlenség felépítése."

"Sokkal több új jelöltet találtam, amióta Tom „Big Al” Schreiter módszereivel dolgozom. Ha Te is akarod, hogy folyamatosan bővüljön a névlistád, szerintem olvasd el a Szuper jelöltkutató című könyvet..."

"Képzeld, amióta ezt a nagyon meggyőzően összeállított bemutató DVD-t /videót, CD-t, ismertetőt/ használom az új érdeklődők tájékoztatására, megkétszereződött a belépőim száma. Érdemes lenne alkalmaznod, ha Te is több új üzlettársat akarsz."

Tehát, nem kötelező használni, amit ajánlasz, de fontos tudnia, hogy miért ajánlod.

Összefoglalva, a felépítés az egyik legerősebb eszköz arra, hogy egy erős csapatot építs. Alkalmazd jól és teremtsd meg a kultúráját a szervezetedben, építs a segítségével nagy és jövedelmező üzletet!

Sikeredért,

Mátrai Szilárd
www.mlmsiker.hu