



Szerinted miért van az, hogy nagy hálózatok vezetői sokszor készek magas költséggel sok-sok órát utazni azért, hogy konzultáljanak a felsővonalukkal?

A konzultáció a hálózati siker egyik záloga

El tudnád képzelni azt, hogy pilóta szeretnél lenni, esetleg profi golfozó vagy teniszező anélkül, hogy lenne egy edződ, aki útmutatást ad, aki hisz benned és aki megmondja mi az, ami fontos és mi az, ami nem számít?

Nagyon sok szervezetben találkozom azzal, hogy a vezetők és az aktív üzlettársak egyáltalán nem, vagy csak alkalmilag konzultálnak, ami azt eredményezi, hogy az üzlet is csak „vaktában” épül, nincs mögötte koncepció. Mindenki ott dolgozik, ahol éppen jónak látja, vagy annál, aki szimpatikus... és nem ott, ahol ez a legnagyobb eredményt hozná. Ennek következményeképpen hullámzó, nem tervezhető forgalom lesz, egy nem egységes csapatban.

Ha egy átgondolt, jól fejlődő, megfelelő információáramlásra alapuló üzletet akarsz, fejleszd ki üzlettársaidban is azt a szokást, hogy céljaik megvalósításával kapcsolatban is kérjék ki rendszeresen az aktív felsővonaluk, szponzoruk tanácsát, de ha új, vagy zavartkeltő szituációval találkoznak, akkor is bátran egyeztessenek. Egyszóval konzultáljanak, mint ahogy remélem vezetőként Te is ezt teszed. A felsővonal a kapcsolatod a még nagyobb sikerekhez és tapasztalati bázishoz abban az üzletben, amit csinálsz.

„A felsővonal a te mentőköteled. Nem mentőmellény, ami fenn tart a vízben, hanem mentőkötél.”

(Bob Andrews)

Minden aktív partnernek kell, hogy legyen lehetősége felsővonalával rendszeresen konzultálni.

Az egyetlen, aki komolyan érdekelt a Te célobban és az alsóvonalaid céljaiban az a felsővonalad.

A konzultáció célja, hogy egy egyszerű képletet adj, amit tudnak ezen célok megvalósításához követni. Elmagyarázod a „hogyan”, megmutatod az eszközöket, módszereket és megnézed, ki az, aki véghezviszi a tervét. Ők a jelen és a jövő vezetői. Nagyon fontos, hogy nem bünteted, nem részesíted hátrányban azt, aki nem a csinálja meg. Neki lehet, hogy még nem érett a pillanat, vagy az a motiváció amiért csatlakozott már nincs meg.

Mi az, amit hozzon magával az üzlettársad (és Neked is érdemes magaddal vinned, amikor a felsővonaladhoz méész) egy konzultációra?

- **A konzultációs lapot kitöltve** (mintának egyet csatolva találsz)
- **Terveit egy évre**
- **1 oldalas csoportrajzot**, lábanként rajzolva, csak az aktívakat és az újakat megjelölve.

Nézzük elsőként a terveket!

Ez egy 1 éves ábra az év hónapjaival.

Minden üzletben, így itt is legalább egy évre előre érdemes tervezni, gondolkodni. Legyen az üzlettársadnak képe, elképzelése arról, mit akar elérni.

„Nézzük, mit akarsz elérni, úgy gondolom, tudok neked ebben segíteni a tapasztalataim alapján”

„Szeretnék (pl.) „Arany Igazgató” lenni júniusra és megnyerni a jutalomutazást.”

„Tényleg komolyan akarod ezt a szintet? Meséld el miért!”

Ezzel újra megerősíted őt a céljaiban, feleleveníted a legfőbb motivációit.

Ha irreális célokat írnak le, érdemes visszavezetni rövidtávú célra, amiből világosan kiderül, hogy a leírtak az adott idő alatt nem valósíthatók meg, vagy a szükséges munka az illető lehetőségei alapján nem elvégezhető.

Utána érdemes ezt minél egyszerűbben megbeszélni, hogy az adott eredmény miből fog létrejönni. Arra törekedj, hogy megtudják, mi kell ahhoz, hogy az adott célokat elérjék.

Érdemes a célokat lefordítani egy úgynevezett **„életjel”** célra.

Például: *„Ahhoz, hogy ezt és ezt a célt eléred, 100 új belépő kell. Júniusban”*

(Az új belépők száma szerintem és más szakemberek szerint is a legfontosabb „életjel” a hálózat építésben, mert ebben van a fejlődés záloga. A többi életjel – mint forgalom, hányan mutatják meg a csoportban legalább havi 8 alkalommal a marketing tervet, hányan vesznek részt a találkozókön, a hétvégéken, hányan hallgatnak szakirányú hanganyagokat, ill. olvasnak szakmai és pozitív irodalmat – mind ezután jön.)

„Ha júniusra ez akarsz lenni, ez meg ez kell, hogy történjen márciusban.

Ennyi új belépő itt, ennyi itt, 30 itt, különben nem fog felépülni. Ennyi új

frontot kell még behozni.”

Attól, hogy te adsz javaslatot, hogy minek hogyan kellene történnie a kívánt eredmény érdekében, lényeges, hogy az alsóvonalad is legyen felelős a céljáért és gondolkodjon, miközben építi az üzletét. Ez Rád természetesen ugyanúgy vonatkozik, a felsővonalad felé, mint minden, amit írok.

Tedd félre a „**lottó gondolkodást**”, hogy majd szponzorálom a Bélát, „tuti belép”, és rengeteg ismerőse van, úgyhogy az üzlete „berobban” 3 hónap alatt, meg a Mari is megcsinálja az X szintet és én meg így megleszek Y igazgató. Ebben az esetben a többiek álmára bíztad a sajátodat és lehet, hogy csalódní fogsz a végén és elvesztettél közben három hónapot. **Nincsenek tuti befutók.**

Egyetlen célod a konzultációval, hogy üzlettársad tudja, mi kell ahhoz, hogy innen oda eljusson és mi az, amiben együtt tudtok működni.

Ebben nagy segítséget nyújthat ez, vagy egy hasonló **konzultációs lap**. (ld. csatolva)

Fontos, hogy az üzlettársaid kitöltsék a konzultációs lapot és az alapján konzultáljatok. Ha nem így történik, ők sem fogják ezt jól csinálni az üzlettársaikkal.

A konzultációs lap megmutatja, hol állnak most. Olyan, mint egy kórlap, amiből az orvos tájékozódik a beteg állapotáról és arról, eddig milyen kezelést kapott. Ugyanígy tudsz te is tájékozódni és „felírni” a megfelelő „kezelést” minden egyes „lábra”.

Gyakran hasznos, ha felvételt készítesz a konzultációról, erre ott az okos telefonod hangrögzítője ez jó lehet az üzlettársaknak és neked is, mert így pontosan rögzítve van, amit mondtál, bármikor vissza tudják hallgatni.

A harmadik pontban említettük a csoport rajzot.

A csoportrajzra az aktív partnereket kell felrajzolni, aláhúzni az újakat. (ill. tetszőleges jelöléssel ellátni, de lehetőleg a csapatban egységes jelölést használva, úgy, hogy mindenki el tudjon igazodni a „térképen”, és lássa az üzlet fejlődésének irányát.)

A csoportrajzból meg tudjuk állapítani, jó helyen dolgoznak-e?

Ott érdemes dolgozni, ahol aktivitás van, bár a reflexünk azt mondja, hogy a gyengéknek segítsünk. A hálózatépítésben viszont eredményesebb, ha ott segítünk, ahol aktív munka van.

Mindig van valahol a csapatban egy forró pont. Legyenek az alsó vonalak és te is tisztában azzal, hol jönnek be az újak.

Ha nem tudják, amikor a konzultáción vannak, hogy hol jönnek be az új belépők, akkor nem aktívak, ugyanis, ha valaki aktív, kapcsolatban van az aktívakkal.

Mi az, amit nem csinálsz?

- nem neved ki a csoportrajzot...
- nem viselkedsz úgy, mintha aggódnál

Konzultáció előtt legyen tiszta számodra, mi a Te célod.

Hiszen, hogy tudsz magabiztosan célt adni bárkinek, ha neked nem világos a célod?

- Mindig a megoldásra figyelj.
- Mindig az életjelekkel konzultálj.
- Tedd az üzletépítést folyamattá.
- Vesd papírra, hogy lássák.
- Kérdezz: *Te mit gondolsz? Neked ez mit mond?* – jellegű kérdéseket.

Így tudsz lendületet létrehozni.

Nézd az üzleted lábanként, mindegy melyik országban van az a láb. Konzultálj lábanként. Keresd, ki a legaktívabb abban a lábban, és készíts haditervet vele az üzlete megduplázására.

A konzultáción keresztül is fejlessz vezetőket, ne követőket.

Még néhány összefoglaló iránymutatás a konzultációval kapcsolatban:

1. Soha ne konzultálj az alsóvonaladdal, amíg nem konzultáltál a felsővonaladdal. Ez megvéd attól, hogy az alsóvonaladhoz eltérő stratégiák jussanak a különböző aktív felsővonalaktól, ami őt teljesen összekeverné.
2. Az aktív alsóvonal kéri a konzultációt, attól a felsővonaltól, aki a következő szinten lévő aktív vezető.
3. Konzultálj legalább havonta, minden hó 25. körül, mert ez még ad „reakció időt” az adott hónapban a kvalifikációkhoz.
4. Távolsági (200-300 km-nél távolabbi) csoportok is jelentkezzenek hetente, hogy átnézzétek a fejlődést, az életjeleket és iránymutatást adj.
5. A konzultáció nem automatikus kötelessége a felsővonalnak. Ha nem vagy aktív, nincs mit konzultáljon rajtad, illetve nem aktív partneren nincs mit konzultálni. Ámde, kedves felsővonalak, a nem aktivitásnak lehet kezeletlen probléma vagy félreértés az oka, aminek érdemes utánajárni és amennyiben lehetséges, rendbe hozni, mert lehet, hogy a korábban aktív partner újra az lesz.
6. Minél aktívabb vagy, annál több konzultációra van szükséged. Egy nagyobb üzletben több minden történik, több ismeretet igényel.
7. Konzultálj az üzleted mélyebb szintjein is, valamint a lábak legalsó vezetőivel is, de mindig felépítve a köztetek lévő aktív szponzorokat. Így kézben tudod tartani és irányítani, segíteni tudod a fejlődést, nem csak szemlélni.
8. Emlékezz, nem a gyengeség jele, hogy konzultációt kérsz. Az érettség jele és azé, hogy érted, mi az, hogy csapatmunka. Annak a jele, hogy értékeled felsővonalad tapasztalatát és követed útmutatását a csúcsra.

Tehát, a siker érdekében konzultálj rendszeresen!

A legnagyobb dolgok szemtől-szembe dőlnek el. A személyes konzultációnak nagyon nagy az ereje. Főleg, ha rendszeres.

Sikeredért,

Mátrai Szilárd
www.mlmsiker.hu

1. sz. melléklet

Konzultációs lap

Név:

Hónap:

Az 5 legfontosabb céloom 1 éven belül:

1.
2.
3.
4.
5.

- Üzleti céloom 1 éven belül

.....
.....

- Üzleti céloom 6 hónapon belül

.....
.....

- Üzleti céloom a következő hónapban

.....
.....

Ehhez szükséges életjelek:

- Új belépők
- Teljes létszám
- Össz. forgalom/pont
- 15 bemutatót tartók száma
- Találkozókon résztvevők száma
- Frontvonalaim száma
- Legmélyebb láb
- Saját bemutató frontra.....
- Saját új belépő
- Saját vásárló száma
- Ebből mennyi jövedelem

Életjelek összehasonlítása:

	Előző hónap	Aktuális	Cél
Új belépők száma			
Összes frontvonalad száma			
Összlétszám			
A legmélyebb láb mélysége			
Lábak száma			
Hányan tudnak bemutatót tartani			
Képzési programban részt vesz			
A köv. találkozóra jelentkezett			

A fenti konzultációs lap csak egy váz, amelyet érdemes a saját üzletednek megfelelően alakítani.

Ha bármi kérdésed lenne ezzel kapcsolatban, konzultálj a felső vonaladdal, vagy küldj egy e-mailt a szilard@mlmsiker.hu címre.