

Üzletfejlesztési módszer

Bevezető

Miért van szükség metodológiára? Gyakori kérdés ...

- Mit csinálnak a sikeres emberek másképp?
- Hogyan lehet sikert elérni?
- Hogyan valósítják meg egyes emberek álmaikat?

Első látásra szerencsének, tehetségnek vagy véletlennek tűnhet, de az igazság azonban az, hogy ha valaki véghezvisz valamit, az azt bizonyítja, hogy bárki reprodukálhatja ugyanazt a sikert a jól bevált stratégiák követésével. Ez a személyes fejlődés alappillére, melyet az MLM rendszerek egy jól szervezett formában alkalmaznak.

Az MTH üzletfejlesztési módszer egy útmutató a kitűzött célok eléréséhez, melynek lépéseit szisztematikusan követve bárki sikeres lehet. A módszer elsajátítása folytonos, kitartó munkát igényel, melyet rendszerint a megérdemelt sikerélmény követ.

A módszer alkalmazása az MLM rendszerben lehetővé teszi partnereink számára, hogy érezzék kreativitásuk és alkotóképességük végtelen. Ezáltal szeretnénk, hogy a módszer alkalmazásával mindenki elérje céljait.

1. A Cél

Az eredményes munka egyik alapfeltétele a céltudatosság. Sajnálatos módon a legtöbb ember számára a cél egy elvont és homályos fogalom. Sokan gondolják, hogy álmaik és ideáljaik megfelelnek egy célnak, ez viszont közel sem igaz. Egy cél csak akkor hasznos ha konkrét és megvalósítható.

Mit nevezünk célnak?

Ha az álmok a képzelet szüleményei melyek egy ideális jövőképet festenek elénk, akkor a célok konkrét, megvalósítható és mérhető mérföldkövek.

Például ha valaki szeretne sikeres lenni, akkor lehetséges célként kitűzhet egy konkrét havi vagy éves jövedelmet, a hálózat bővítését adott számú taggal vagy sok mást. Más szóval a cél egy eszköz és egy végeredmény, ezért bátran kell használni mivel tudjuk, hogy több úton eljuthatunk ahova szeretnénk.

Célokat kitűzhetünk az élet sok terén: családban, karrierben, üzletben, egészségben, személyi fejlődésben (szenvedélyek, tapasztalatok, teendők, stb)

Miért fontos hogy legyenek céljaink?

- A célok biztosítják, hogy nem töltsük az időnket fölösleges dolgokkal.
- Ha nincsenek céljaink csak sodródunk az árral, és legtöbbször nem oda kerülünk ahova szeretnénk. A célok viszont irányt adnak erőfeszítéseinknek, egy mércével szolgálnak, emlékeztetnek és motiválnak amikor elveszítjük koncentrációnkat.
- A célok megújult energiát adnak, hogy új dolgokat tanuljunk, felülmúljunk önmagunkat és fejlesszük képességeinket.
- Ha sikeresen elérünk egy kitűzött célt az meglepéssel tölt el, ha viszont nem sikerül akkor hasznos következtetéseket vonhatunk le.

Hogyan határozom meg céljaimat?

A célok elérésének első lépése a helyes meghatározás. Ennek tudatában vegyük figyelembe:

- Konkrét és specifikus. Pontosán, írásban tartalmazza minek kell megtörténnie, hogy tudjuk mikor teljesítettük.
- Mérhető és a jelen idejű.
- Vonzó. A cél elérésének gondolata pozitív érzéseket keltsen. A pozitív érzések fognak motiválni a cselekvésere.
- Valós és felelős. Tudd, hogy elérése csak tőled függ és már voltak előtted akik megvalósították, akiktől tanulhatsz.
- Határidő. A cél megvalósítása legyen felosztva időben behatárolt, kisebb lépésekre.

Például „Szeretnék több pénzt keresni.” helyett, fogalmazzuk „A jövedelmem X összeg / hónap a ... üzletből”. Vagy „...dátumon vásároltam X autót (márka, típus, minden részlet).”

Minden megvalósított cél magával hozza a sikerélményt és az energiát a következő lépéshez.

„Akár azt hiszed, képes vagy rá, akár azt, hogy nem, igazad lesz.” - Henry Ford

Hogyan teljesítsd a céljaidat?

Fontos tényezők:

- **Figyelem:** Koncentrálj arra amit el szeretnél élni, ne arra amit szeretnél elkerülni. Gondolatban tartsd magad előtt a céljaidat, ez cselekvésre készíted.
- **Hit:** Az első lépés a siker irányában a hit, hogy képesek vagyunk rá, bármit megvalósíthatunk. Az önbizalom kulcsfontosságú, ezért fejleszteni kell minden adandó alkalommal.
- **Cselekvés:** A pozitív gondolkodással bármit elérhetsz. Gyakran halljuk de csak részben igaz. Folytonos, hatékony munka nélkül soha nem érhetünk el fenntartható sikereket. A CÉL – CSELEKVÉS – SIKER – ÖNBIZALOM kör elemei mindig ebben a sorrendben követik egymást. Nem léphetünk be a körbe egyből a sikernél, mivel ez mindig a célt és a cselekvést követi. Magabiztosan haladva céljaid felé, tapasztalatokra teszel szert melyek segítenek a továbbjutásban.

A céljaid leszögezésével már tudod, hogy „MIÉRT”, most a kérdés az „HOGYAN”. A gyakorlati rész a "TŐKE" összeszedésével indul és ez nem más mint a kapcsolataink leírása.

„Gondolataink érzelmeket generálnak. Érzelmeink cselekvésre ösztönöznek, tetteink sorozata eredményhez vezet” - Harv Eker

II. Névlista = Tőke

Igaz az, ha valakinek nincs célja, akkor nincs miért dolgoznia és ha nincs névlistája, akkor nincs miből dolgoznia.

Minden üzlet fejlesztése a névlistával kezdődik. Több üzletfejlesztési stratégia létezik, mely részletezi, hogyan növeljük vásárlóink számát. A valóság viszont az, hogy csak a következő eszközökkel rendelkezünk:

- kapcsolatok száma – hányan hallottak az üzletről és a termékekről, hányan tesztelték, látták, olvastak, jelentek meg bemutatókon, látogatták a weboldalt, stb
- csatlakozók száma – az elért személyek közül hányan csatlakoznak a hálózathoz vagy vásárolnak

Az üzletfelek száma végeredményben a kapcsolatok száma szorozva a csatlakozó vagy vásárló emberek százalékaival.

Miért van szükség névlistára?

A névlista fontos eszköz az MLM-ben folytatott munkához. Segítségével átláthatjuk kapcsolataink számát, előkészítjük a meghívásokat, találkozókat, bemutatókat és a marketing tervet.

Kit írunk fel a listára?

A listára mindenkit írunk fel, előzetes válogatás nélkül. Mindenki képes maga dönteni, hogy él az MLM által nyújtott lehetőségekkel vagy sem. Az előítéleteket el kell kerülni, mivel azok az MLM hálózatok ellenségei.

A munka elkezdéséhez a neveket rendszerezhetjük a következő szempontok szerint:

- szomszédok
- munkahely
- várható találkozások
- napi mozgási terület
- klubtagok
- események résztvevői
- megbeszélte találkozások
- rokonok, barátok, volt kollégák
- szakemberek, intézmények, szervizek, gyárak
- ajánlott nevek

A névlista mindig nyitott marad és folyamatosan adjuk hozzá az új neveket. Soha ne töröljünk ki senkit a listáról. Kezdetben mindenki össze tud írni 150-200 nevet, ez a szám idővel bővül, ahogy egyre több embert ismerünk meg munkánk során. Továbbá, a névlistát bővíthetjük azon törzsvásárlóink által ajánlott személyekkel, akik maguk nem kívánnak hálózatot építeni, de ismerőseiket szívesen ajánlják.

Egy személy üzleti kilátásai elemezhetők a következő tulajdonságok alapján:

- ✓ Kiemelkedő karakter, pontos és megbízható üzlettárs, lelkesítő vezető minden téren.
- ✓ Önálló, kreatív, hajlandó kilépni a komfortzónából. Elfogadja az üzleti élet dinamikus jellegét és önállóan fejleszti vállalkozását.
- ✓ Optimista. Pozitív beállítottságú, élvezi az életet, szereti a társaságot, nyitott az újdonságokkal kapcsolatban, törődik másokkal és mindig mosolyog.
- ✓ Elismert. Az emberek értékelik a teljesítményeit, elismerik értékeit.
- ✓ Ambíciós. Hatékony és produktív az élet minden terén. Tudják mi a teljesítmény és mindig törekednek sikereket elérni.
- ✓ Egyensúlyra törekszik az élet fontos területein: munkában, üzletben, családban, szabadidejében.

A kulcsemberek a hálózatban azok, akiknél minél több megtalálható a felsorolt tulajdonságokból.

III. Meghívás

A meghívás célja, a figyelem és érdeklődés felkeltése és egy időpont egyeztetése a bemutatóra. Legyen általános, felesleges részletek nélküli. A meghívás történhet telefonon, személyesen, direkt vagy indirekt. A stílusa legyen rövid, enigmatikus, visszafogott.

Meghívásaidra több pozitív választ kapsz ha röviden, enigmatikusan, visszafogottan, figyelmesen, megértően fogalmazol és csak a minimális szükséges információt adod meg.

Mi kell egy sikeres meghíváshoz?

Hozzáállás

- Legyünk mindig barátságosak, jelenlétünk sugározzon lelkesedést és nyugodtságot. Emlékezzünk, hogy az emberek a külsőségek alapján ítélnek meg: hogyan öltözünk, hogyan és miről beszélünk.
- Legyünk nyitottak és a mosoly soha ne maradjon le az arcunkról.
- Stílusunk legyen optimista és egyszerű, így elnyerhetjük az emberek bizalmát. Emlékezzünk, hogy a lelkesedés amivel a meghívást átadjuk, meghatározó a meghívott hozzáállásában.

Beszédstílus

- Ha a meghívás telefonon keresztül történik, koncentráljunk a hangunkra. Ha mosolyogva beszélünk, az optimizmust, nyitottságot jó hangulatot sugároz. Meg kell találni az emberekkel a „közös hangot”. Ha a vonal másik oldalán gyorsan beszélnek, beszéljünk gyorsabban, ha lassan beszélnek lassítsunk le. Próbáljuk a beszédstílusunkat a meghívottéhoz alakítani, az eredmények meglepőek lesznek.
- Ismerjük meg a személyt akivel beszélünk, így az információt tálalhatjuk az „ő nyelvén”, hogy vonzóbb és érdekesebb legyen. Ha technikai beállítottságú, részletezzük a termék hatását az technikai paraméterekre, ha üzletember, részletezzük az anyagi lehetőségeket, ha siker orientált, beszéljünk a bónuszokról és a rendszer előnyeiről. Az elzárkózottabb, visszafogott embereknek magyarázzuk el a rendszer egyszerűségét és kockázatmentességét.

Hogyan bonyolítsunk le egy meghívást?

- A meghívás előtt határozzuk meg a bemutató helyét és időpontját.
- A meghívást a bemutató előtt 4-8 nappal küldjük ki, megfelelő számú embernek.
- Érjük el minél több pozitív választ, tartsuk észbe, hogy az igennel válaszolóknak átlagosan csak 75% jelenik meg. A beszélgetést zárjuk: „Akkor számítok rád!”, vagy hasonló mondattal.
- Ha meggyőző vagy, néha a meghívottak habozás nélkül igent mondanak. Ebben az esetben a maradék időt felhasználhatod egy vásárlás vagy csatlakozás zárásához.
- A bemutató előtt telefonon kérjük visszaigazolást a meghívottaktól. Például: „Számítok rád!” vagy “Mivel jössz?” stb.
- A meghívás technikája idővel és gyakorlattal egyre jobb lesz. Javasoljuk a meghívottnak, hogy ne egyedül jöjjön és fejezzük be a beszélgetést energikus és optimista hangnemben.

Hogyan reagáljunk egy elutasításra?

- A negatív vagy kikerülő választ kapsz, tartsd meg az optimista hozzáállásod.
- Ne erőltesd a dolgot, senki nem szereti a rámenős embereket.
- Sok esetben a „nem” azt jelenti, hogy „még nem”, „nincs elég információ, nem látom az ajánlat értékét”, ezért jobb ha nem idegenítjük el az embereket, egy későbbi alkalommal meggondolhatják magukat.
- Esetenként felajánlatsz Metalubs reklámanyagot, katalógust, névjegykártyát, stb.
- Ha a személy nem látja az értéket abban amit ajánlasz, a lehető leghamarabb lépj tovább. A cél nem az, hogy mindenkit meggyőzzünk, hanem az, hogy megtaláljuk azokat, akik értik és értékelik a terméket és a lehetőséget.
- Dolgozz a kapcsolataid építésén és tarts a szemed előtt céljaidat. A tapasztalat az mutatja, hogy a véletlen sok lehetőséget állít elénk amikor a legkevésbé számítunk rá.

Fontos! A meghívás legyen rövid és lényegre törő, max 2 perc. Légy távolságtartó a kifogásokkal szemben, próbáld kikerülni őket már a beszélgetés kezdetétől. Takarékoskodj az idővel, lépj tovább.

“A sikereidet a vágyaid erőssége határozza meg, az álmaid merészsége, és az, hogyan viszonyulsz a nehézségekhez a folyamat során.” - Robert Kiyosaki

IV. A Metalubs üzleti bemutató

A bemutató előtt:

- Fogadd a meghívottat szívélyesen és figyelmesen.
- Gondoskodj arról, hogy még a bemutató kezdete előtt jól érzi magát, mutasd be a többi meghívottnak.
- Fejezd ki, hogy értékeled jelenlétét.
- NE hozd szóba a bemutatás tárgyát, ez maradjon a bemutatót tartó személyre.
- Minden meghívottra fordíts időt.

Tippek az előadónak:

- Fontos az elegáns megjelenés, szakszerű hozzáállás és magatartás, önbizalom.
- Légy pontos, felkészült és energikus.
- Vond be a közönséget, tégy fel kérdéseket és várd a válaszokat.
- Egészíts ki az információkat személyes tapasztalatokkal, az emberek felismerik önmagukat mások történeteibe.
- Tartsd meg az egyensúlyt az előadás részei közt.
- Ha kérdéseket tesznek fel, hallgasd meg figyelmesen, majd válaszolja röviden és lényegre törően.

A bemutató alatt:

- Jegyzetelj és javasold másoknak, hogy jegyzeteljenek.
- A megjelenés mellett fontos a professzionális magatartás, add meg a kellő tiszteletet és figyelmet az előadónak. Ez a magatartás befolyásolja a többi jelenlévőt.
- Az előadás végen tedd fel kérdéseid.
- Ha szükségét érzed, hogy hozzáfűzz valamit az előadó mondandójához, tedd azt diszkréten és olyan módon, hogy az alátámasztja a hallottakat.
- A kérdéseiddel tereld a beszélgetést pozitív irányba és erősítsd meg az előadó üzenetét.
- A pozitív személyes véleményeket és élményeket mindig hozzá lehet fűzni az előadáshoz.

A bemutató után:

További eredményeinket jelentősen befolyásolja az előadás utáni munkánk. A hálózat fejlődését döntően meghatározza az igent mondókkal való elindulás és a bizonytalan és határozatlan meghívottak visszakeresése.

- Amikor a meghívott pozitív döntésre jut, minél hamarabb rá kell térni a beiratkozásra vagy vásárlásra. A gyors és lendületes kiszolgálás elvét betartva 1-2 napon belül lehet találkozót megbeszélni.
- Ha a meghívott nem tudott döntést hozni, adjunk neki információs csomagot, köszönjük meg jelenlétét és 1-2 napon belül keressük fel. Próbáljuk jobban megismerni, diszkréten megtudni kívánságait és rávezetni, hogyan segíthet ajánlatunk céljainak elérésében.
- Az információs csomag tartalmazhat könyveket, prospektusokat, referenciákat, leírásokat, stb.
- Emlékezz, hogy az emberek nem azt vásárolják amit éppen felkínálunk, hanem amit szeretnének. Bízz a Metalubs bemutató és előadás által tett benyomás hatásában.

Légy kitartó, ne rámenős!

V. Visszakeresés

Javaslatok:

- A visszakeresést megkezdheted az előadást követően, kezd azokkal a személyekkel, akiknek információs csomagot kölcsönöztél.
- Légy pontos, lényegre törő és határozott.
- Sugald, hogy sietős a dolgod, ezzel motiválva a rövid válaszokat és kérdéseket. Hagyd az érdeklődőt beszélni. Tégy fel kérdéseket és figyeld a válaszokat.
- Add meg az embereknek a kellő időt és teret, érezzék, hogy szabadon döntenek. Kerüld a visszautasító válaszokat, ajánlj fel további információs csomagot ami „véletlenül” nálad van.
- Sokan csak több meghívás és bemutató után vágnak bele az üzletbe. Légy kitartó!
- Egy határozottan elutasító válasz esetében fejezd ki döbbeneted, majd ajánld fel a Metalubs termékeket megvásárlásra, amelyekkel növelhetik hatékonyságukat, csökkenthetik költségeiket és amelyek működési biztonságot nyújtanak.
- Ha a vásárlónak tetszett a termék és meg van elégedve, akkor visszatérő vásárlóvá válik és másoknak is ajánlani fogja.
- Az elbúcsúzás minden esetben legyen kedves ezzel jó benyomást hagysz magadról és a találkozásról.
- Ha pozitív választ kapsz, vedd át az üzlet részleteit röviden, majd kérdezd céljairól, álmairól, vágyairól és eddigi lehetőségeiről.
- Ismertesd a közelgő eseményekről és bátorítsd, hogy hozzon új tagokat a hálózatba.
- Segíts nekik az első vásárlás lebonyolításánál.
- Segítsd az új partnereket, együtt állítsátok össze: 1. Cél, 2. Névlista, 3. Meghívás, 4. Bemutató ideje és helye. Ezzel már bevezeted a tervezésbe, szervezésbe és így elkezdheti ő is a hálózatépítést. Bátorítsd, hogy tegyen fel kérdéseket, válaszolj helyesen és röviden, így kialakíthatok egy kölcsönösen hasznos kapcsolatot.

VI. Önképzés

Miért fordítsunk időt magunk képzésére?

Sokan szeretnének több pénzt keresni, sikereket elérni. Ennek ellenére a legtöbb emberben nem tudatosul, hogy a siker mindig attól függ, hogy mit csinálsz és hogyan gondolkodsz. Nem nehéz kifogásokat keresni, a szerencsére vagy tehetségre fogni, de az igazság az, hogy ha valaki más már megvalósított valamit, akkor bárki képes rá a megfelelő hozzáállással és kitartással.

**Tartsd észben, hogy az üzleted csak annyira fejlődik, amennyire te magad.
Többet fektess be saját magadba, mint üzletedbe!**

Milyen eszközök állnak rendelkezésedre az önképzéshez?

- Olvass könyveket és cikkeket a következő témakörökbe: kommunikáció, önképzés, produktivitás, értékesítés, vezetői attitűd.
- Hallgass audió könyveket az autóban, így hasznosan töltheted a vezetéssel töltött időt.
- Vegyél részt a konferenciákon és nézd át a videó anyagot.
- Figyelj, kérdezz és tanulj azoktól, akik már elérték azt, amit te is szeretnél.
- Vegyél részt olyan szemináriumokon, amelyeken az alkalmazható módszereket oktatnak, hogy legyen tapasztalatod. Az információ mindenkié, az eredmények közti különbség az alkalmazás módjában rejlik.
- Taníts másokat! Oszd meg másokkal a tapasztalataidat, szervezz bemutatókat, oszd meg másokkal az anyagokat és forrásokat.

A hálózatod fejlődésével a személyiségedet is fejleszd, a munkád során sok lehetőséged lesz új tapasztalatokat, képességeket és kapcsolatokat szerezni.

„Az amit elérsz a céljaid teljesítésében, közel sem olyan fontos, mint az, akivé válsz a folyamat során.”

VII. Hálózatépítés

Egy jól megtervezett hálózat ami magától működik, egy stabil jövedelemforrást jelent még a vezető folytonos jelenléte nélkül is. Egy ilyen hálózatot csak alapos, öntudatos, fegyelmezett és tervezett munkával lehet létrehozni.

Mire kell figyelni egy hálózat építésében?

- A hálózat szélessége elsődleges, ez jelenti a jövedelmet.
- A hálózat mélysége a stabilitást és biztonságot hozza meg.

Az Metalubs Hálózatban jutalék jár a hálózatszervezésért és a szponzorálásért (szintkülönbség esetén). Ennek célja az, hogy mindenkinek érdeke az új tagok beszerzése és segítése.

Mi jellemzi a jó vezetőket?

- Nyitott, kedves, energikus, türelmes.
- Mindig kölcsönösen előnyös kapcsolatokat keres.
- Lelkesítő személyiség és motiváló hatással van másokra.

Az ideális jelölt a vezető pozícióra: határozott, figyelmes, mindig hajlandó új dolgokat tanulni. Bevállalás, szívesen megosztja a felelősséget és feladatokat. Egy ilyen vezető dinamikusan és gyorsan tudja fejleszteni hálózatát.

Hogyan építs hálózatot?

A hálózat építésében nagyon fontos, hogy megértsd az MLM hálózatok által nyújtott előnyöket. A sokszorozódás kölcsönös segítségen alapul. A rendszer végtelen lehetőségeket kínál, szabadságot az üzletfejlesztés területén. A sikerhez csak meg kell találni az egyensúlyt a kötelezettségek és a szabadság közt.

- Kezdetben ajánlott legalább 10-15 szélességgel kezdeni. Mivel átlagban csak a munkatársak 20% aktív, a lehetőségeinknek megfelelően kell folytonosan bővíteni ezt a számot.
- Az aktív partnerekkel azonnal meg kell kezdeni a minőségi hálózat építését. Segíteni kell őket a Célok, Névlista megszerkesztésében, Meghívások elindításában.
- Bátorítsd az új partnereket, így már kezdetben részük lesz kisebb sikerélményekben.
- Továbbiakban adj egyre nagyobb feladatokat, melyeket diszkréten ellenőrizz.
- Mutass perspektívát, készítsd fel a jövőbeli vezető szerepre.
- Motiváld az embereket példamutatással, mint egy igazi vezető.
- Kedvezőtlen eredmények esetén, bátorítsd, hogy tanuljon az esetből.
- Amikor a mindennapi gondolataidban az MTH meghatározó szerepet tölt be, és az látszik a hálózatodon – már egy kulcs ember mentalitásával rendelkezel.

Emlékezz: az üzleted fejlődése a lelkesedésedtől függ!

VIII. Szponzorok

Sokan azok közül, akik úgy érzik, kulcsemberek lettek, hajlamosak lelassítani, pedig az igazi munka csak ez után kezdődik és a siker csak ez után következik.

A Hálózatban sokan elérték a 3-4-es szintet, de a magasabb szintek eléréséhez többet kell dolgozni az átlagnál. A kulcsemberek főállásban, teljes munkaidőben foglalkoznak a hálózatukkal.

Mitől lesz valaki kulcsembert?

1. Legalább két bemutatót tart minden héten

A bemutatók elsődleges célja az új kapcsolatok építése érdekelt személyekkel, potenciális vásárlókkal és üzleti partnerekkel. Minden tapasztalat és kisebb siker egy lépés ami közelebb visz a kitűzött célokhoz.

2. Használja az összes Metalubs terméket

Nagyon fontos a termékek és felhasználásuk ismerete. Az ismeretek mellett sokat számít a személyes tapasztalat a bemutatók során. A saját történeteid és véleményed több hitelességet ad és stimuláló hatású a közönségre, a termékek saját kipróbálására, használatára sarkall másokat is.

3. Legalább 10 vásárlót kiszolgál

- Szerezz vásárlókat a bemutatók során.
- Alakíts és tarts fenn egy stabil vásárlói kört, vezess pontos nyilvántartást róluk.
- Tedd hűségessé felhasználóidat. Légy eléhető számukra, lepd meg őket kisebb ajándékokkal, köszönd meg nekik a vásárlást. Hívd őket telefonon különleges alkalmakkor, anélkül, hogy vásárlást ajánlanál, tedd őket barátaiddá és kérj tőlük rendszeresen referenciát.
- Folytonosan bővítsd felhasználóid számát

Fontos betartani a partner és ajánlott ár közti különbséget, így az eladásból fenntartható az azonnali haszon. Minden alkalommal fel kell ajánlani a vásárlónak a partner szerződést és a vele járó diszkontokat, de ha nem élnek vele kizárólag ajánlott áron szolgáld ki őket.

4. Megnézi és meghallgatja az ajánlott anyagokat

Ezekben az anyagokban valós és tanulságos sikertörténeteket ismerhetünk meg, melyek motiválnak és hozzájárulnak a személyes növekedéshez. Adj időt magadnak a személyes fejlődésre!

5. Minden nap legalább 15 percet töltenek személyiség fejlesztő könyvek olvasásával

A különbség a közt aki most vagy és 5 év múlva leszel két dologtól függ: az emberektől akikkel találkozol és a könyvektől amiket olvasol. Keresd a válaszokat, kutass, relaxálj. A könyvek segítenek szembesülni a hibáinkkal és a fejlődés útjára állítanak, edzik az agyunkat.

6. Minden feladatot elvállal

A gyakorlat teszi a mestert. Nem tesz különbséget a feladatok közt, bármit elvállal és a legjobb tudása szerint elvégez.

7. Tanul és tudását tovább adja a rendszerben

A hálózatának mindig hiteles és pontos módon adja tovább az információkat. Mások tanításával egyre több lehetőség nyílik meg előtte így a tanulás útján szerzett siker a legnagyobb elégedettséggel töltheti el.

8. Jó csapatjátékos

Egyedül önös érdekeket hajtani csak rövid távon lehet eredményesen. Csapatban közösen dolgozni több mint öröm. A munka végzése közben egymás kiegészítése, segítése erőt ad a továbbiakhoz. Csak az tudja milyen érzés csapatban dolgozni, aki már egyszer is megakadt a munkájában kicsi, szinte nevetséges dolgon és nem volt aki ezen a nehézségen átsegítse.

9. Részt vesz minden rendezvényen

A különböző rendezvények nagyon jó lehetőséget teremtenek a személyes és üzleti fejlődésre egyaránt. Itt alkalom nyílik a produktív eszmecserére, új emberek megismerésére és új lehetőségek kiaknázására. Itt mindig történik valami, meglepő, váratlan dolgokat lehet átélni. Hiteles előadók hozzák az új információkat, és tapasztalataikat, így a vezetők kisebb rendezvények alkalmával csapataiknak továbbadhatják azokat.