

Mireille Corajod

Bertrand Freymond

Leader d'Organisation en 24 mois

Feuille de route

I



Orga One



© Toute reproduction, totale ou partielle, de ce document ne pourra avoir lieu sans l'accord des auteurs.

OrgaOne 2019

Leader d'Organisation en 24 mois

« Feuille de Route I »



Préambule

Si le document que vous avez sous les yeux se nomme « Feuille de route », c'est qu'il a été conçu pour être le guide qui va vous accompagner pas à pas sur la voie du titre envié de « Leader d'Organisation » chez LR. Vous y trouverez des conseils, des consignes, des suggestions, tout ce qui pourra contribuer au succès de votre entreprise.

De votre capacité à suivre et à appliquer ces consignes dépendra votre réussite.

Pourquoi « Leader d'Organisation » ? Parce que l'on peut considérer que lorsqu'on atteint ce résultat, notre vie commence véritablement à prendre une autre dimension. On jouit d'une considération inespérée ; les revenus générés par les bonus nous ouvrent de nouveaux horizons nous permettant, par exemple, de réduire notre temps de travail de salarié ; nous pouvons concevoir des projets qui jusqu'alors relevaient de l'utopie, etc...

La réussite est vorace ! Elle se nourrit de persévérance, de renoncements, de courage, de sacrifices, de détermination, d'autodiscipline. Il serait illusoire de penser que la route sera libre de toute embûche. D'ores et déjà nous pouvons vous assurer que des désillusions vous pousseront, plus d'une fois, à tout remettre en question.

Or la réussite est aussi généreuse ; elle récompense la ténacité. Elle saura vous dispenser joies et satisfactions, elle balisera votre voie de rencontres aussi inattendues qu'enrichissantes et, inestimable cadeau, elle vous poussera à trouver en vous des ressources extraordinaires que vous ne soupçonniez pas.

Vous découvrirez ce guide parce que vous avez décidé, du moins nous l'espérons, de relever le défi. Cette décision n'est pas anodine car elle constitue le premier pas vers une véritable reprise en main de votre vie. Peut-être allez-vous découvrir pour la première fois le goût exaltant de l'autonomie et de l'indépendance !

Vous serez le premier bénéficiaire de toutes les actions que vous entreprendrez en qualité de seul et unique « patron » de votre entreprise. Par contrecoup, parce que vous aurez changé quelque chose dans vos activités, votre vie va changer et le regard que vous porterez sur vous, sur vos proches, sur le monde qui vous entoure ne sera plus le même.

C'est à faire vôtre ce slogan « More Quality for your life » que nous vous invitons. Qu'est-ce qui, maintenant, pourrait vous manquer sur la voie du succès ?

Rien ! Les cartes routières existent, ce sont les expériences de ceux qui vous ont précédés sur ce chemin et qui vous aideront à l'accomplir, à en surmonter les difficultés. Votre passeport se nomme « ma vision », votre véhicule c'est vous

avec tout votre potentiel ; votre carburant c'est la persévérance.

Vous avez donc tout en main pour démarrer votre activité et la mener à son terme avec succès.

Que faire lorsque nos proches ne croient pas en notre projet ?

Difficile de tenir le cap lorsque notre conjoint, nos amis très proches, nos parents ne croient pas en nos chances de réussir. En toute bonne foi, ils tentent de nous décourager, non pas pour nous nuire, mais bien pour nous préserver, nous protéger de l'échec et des déceptions. Il y a fort à parier que s'ils avaient assisté à une présentation LR, leur opinion serait beaucoup plus nuancée. L'ignorance aiguisé les opinions et les rend tranchantes.

Imaginez que vous avez décidé de construire votre propre maison, en commençant par les fondations et avec la volonté de la bâtir intégralement, mais que vous n'avez aucune expérience dans le domaine de la construction. A qui allez-vous demander des conseils ? A votre dentiste ? A votre charcutier ? A une fleuriste ? Non, bien sûr. Vous allez vous adresser à une personne expérimentée, un professionnel qui sait bâtir une maison, qui a déjà passé par là. Pourquoi en irait-il différemment avec une activité, comme le marketing relationnel, qui peut changer votre vie ?

Vos proches sont sceptiques et vous le font savoir ? Dans ces cas-là, n'insistez pas, ne cherchez pas à argumenter et les convaincre à tout prix. Poursuivez dans la voie que vous vous êtes tracée et vous constaterez que chaque succès que vous enregistrerez les fera reconsidérer leur attitude.

Cependant, rien ne vous empêche de les inviter à un séminaire LR. Cela peut même faire l'objet d'une négociation : « Tu veux me faire plaisir pour mon anniversaire ? Accompagne-moi à ce prochain séminaire et ensuite, en toute connaissance de cause, tu me diras ce que tu penses réellement de ce concept »

Je ne peux pas voler avec les aigles si je reste au niveau des pigeons

Mode d'emploi de ce dossier

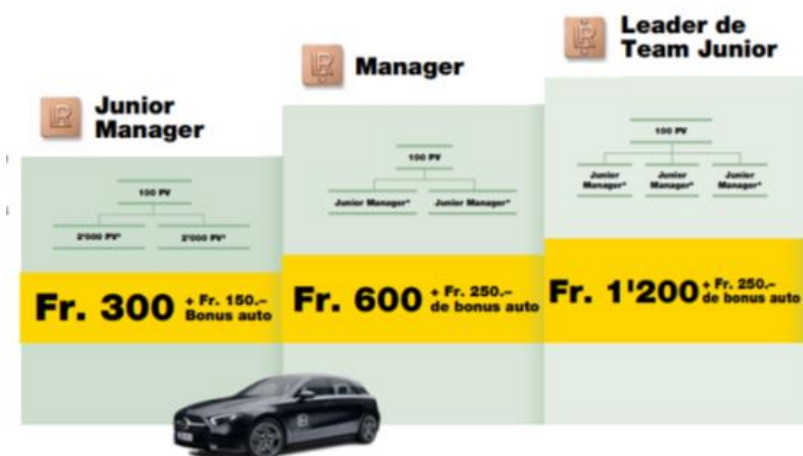
Les chapitres qui suivent correspondent aux 5 étapes de votre progression et sont présentés chacun avec un en-tête de couleur différente ; ils constituent autant d'objectifs intermédiaires à atteindre. Tous les aspects de votre activité sont abordés et passés en revue. Veillez à ne négliger aucune information ni aucun conseil car même si leur importance ne vous apparaît pas aujourd'hui, vous devrez probablement les transmettre, un jour ou l'autre, aux partenaires à qui vous enseignerez les bonnes méthodes de développement d'un réseau.

Bien entendu, dès que vous aurez atteint une nouvelle qualification vous pourrez passer immédiatement aux pages qui concernent le prochain niveau.

Les étapes de votre réussite

- Le **Fast Track**, un bonus minimal garanti, pour lequel vous pouvez prétendre en vous qualifiant dans les 3 premiers mois pleins suivant votre inscription chez LR.

Votre récompense :



- 1^{ère} étape : **Junior Manager** dans les 3 mois qui suivent votre adhésion. Conseil : entre 10 et 15 parrainages (cela implique entre 15 et 25 RDV). Vous conduira à 4'000 PV de chiffre d'affaire, si un ou deux de vos partenaires s'engagent comme vous et commencent à donner de la « profondeur » à votre réseau.

Vos bonus LR :

- Entre 200 frs et 350 frs / 160 – 300 euros
- En Suisse : possibilité de rouler LR avec une Mercedes Classe A
- En France : possibilité de rouler LR, Captur/Clio

- 2^{ème} étape : **Manager** dans les 3 mois qui suivent votre qualification de Junior Manager. Conseil : entre 5 et 10 parrainages de plus. Vous conduira à 8'000 PV de chiffre d'affaire si vous êtes toujours suivi par 2 ou 3 de vos partenaires.

Vos bonus LR :

- Entre 400 frs et 650 frs / 320 – 650 euros

- 3^{ème} étape : **Junior Leader de Team** au plus tard dans les 3 mois qui suivent la qualification de Manager. Conseil : avoir construit un réseau de 15 à 30 partenaires, avoir 3 ou 4 personnes motivées à développer à leur tour. Vous conduira à 12'000 PV de chiffre d'affaire.

Vos bonus :

- Entre 800 frs et 1200 frs de bonus / 650 euros – 1000 euros

- 4^{ème} étape : **Leader de Team** (premier mois de qualification) au plus tard 3 mois après la qualification junior leader de team. Conseil : vous avez continué sur le même rythme que lors des étapes précédentes, en aidant prioritairement vos 3 ou 4 partenaires les plus actifs.

Votre récompense :

- Entre 1600 et 2200 Fr de bonus / 1000 euros – 1800 euros
- Reconnaissance officielle par une présentation dans le magazine « Carrière »
- Mise à disposition, par LR, du programme de gestion informatique de son réseau.

- 5^{ème} étape : **Leader d'Organisation** : qualifié après 24 mois.

Votre récompense :

- Entre 2'500 et 4500 Fr de bonus / 1800 euros – 4000 euros
- Reconnaissance officielle par une présentation dans le magazine « Carrière »
- La remise d'une Mercedes de classe C (plusieurs modèles à choix)

Préliminaire indispensable

se former / s'informer / visionner

Avant toute chose, prenez le temps (quelques heures durant votre 1^{ère} semaine) pour vous informer en vous plongeant dans :

- le **dossier de présentation de l'affaire LR** (*fourni par LR avec la première commande*). C'est ce dossier dont vous aurez besoin lors de vos présentations d'affaire.
- La partie publique du site : www.orgaone.ch puis dans son « espace partenaire ». Pour accéder à cette section du site, vous devrez préalablement demander un mot de passe.

A faire :

- Demandez votre mot de passe pour accéder à l'espace partenaire d'Orga One.
www.orgaone.ch
- Facultatif, mais conseillé : créez votre profil sur votre site LR personnel.
- Déterminez l'organisation du temps hebdomadaire que vous pouvez consacrer à votre affaire LR. (*V. horaire en p. 18*)
- Notez toutes les questions et incompréhensions qui apparaîtront au fil de vos lectures.
- Commencez à faire la liste de toutes les personnes que vous connaissez, particulièrement celles que vous appréciez et qui vous apprécient. (Vous trouverez une liste de noms dans les documents de LR reçus avec votre première commande. Lisez les conseils qui vous sont donnés et qui vous indiqueront comment remplir cette liste)
- Réservez la date du prochain séminaire de base.
- Prenez rendez-vous avec votre Leader pour quelques heures de **formation** avec lui.



Ne parlez de LR à personne tant que vous n'avez pas pris ce rendez-vous avec votre leader ; souvenez-vous que vos proches, bien qu'ignorant tout de LR, se sentiront habilités à vous déconseiller vivement de vous lancer dans une telle entreprise !

Avant même de décider où vous voulez aller, sachez où vous êtes !

Sur cette page, faites un « état des lieux » de ce qui constitue votre vie actuelle. Ecrivez ce que vous voulez changer, ce que vous ne voulez plus faire ou endurer. Etablissez une liste des contraintes que vous ne voulez plus subir, comme : vous lever tous les matins à 6 h, déposer votre enfant à la crèche avant d'aller travailler, finir le mois sans pouvoir épargner un peu d'argent, vous priver de vacances, rogner sur vos loisirs, vivre dans un logement trop petit, etc..

Ce dont je ne veux plus...



Ceux qui n'ont pas d'objectifs travaillent pour ceux qui en ont.

MA VISION

- Dans ce tableau, **écrivez la vision de votre vie dans 5 ans**, en vous projetant avec 8'000 frs (5'000 €) de plus par mois sur votre compte en banque. (Incluez le plus de détails possibles sur les changements positifs que cela vous apporterait, par exemple sur votre vie de famille, votre travail, vos loisirs, logement, voyages, etc...) Laissez libre cours à votre imagination, laissez s'exprimer vos rêves ! En l'écrivant, ne vous posez pas la question « comment est-ce que je vais y arriver ? ». Cette vision constituera la base, le socle de vos objectifs et elle sera le véritable moteur de votre motivation. Important : écrivez votre vision au présent et à la première personne, comme si cela s'était déjà produit. « Je suis ... Je fais... »

Qui voulez-vous être ? Que voulez-vous avoir ? Que voulez-vous faire ? Que voulez-vous devenir ?

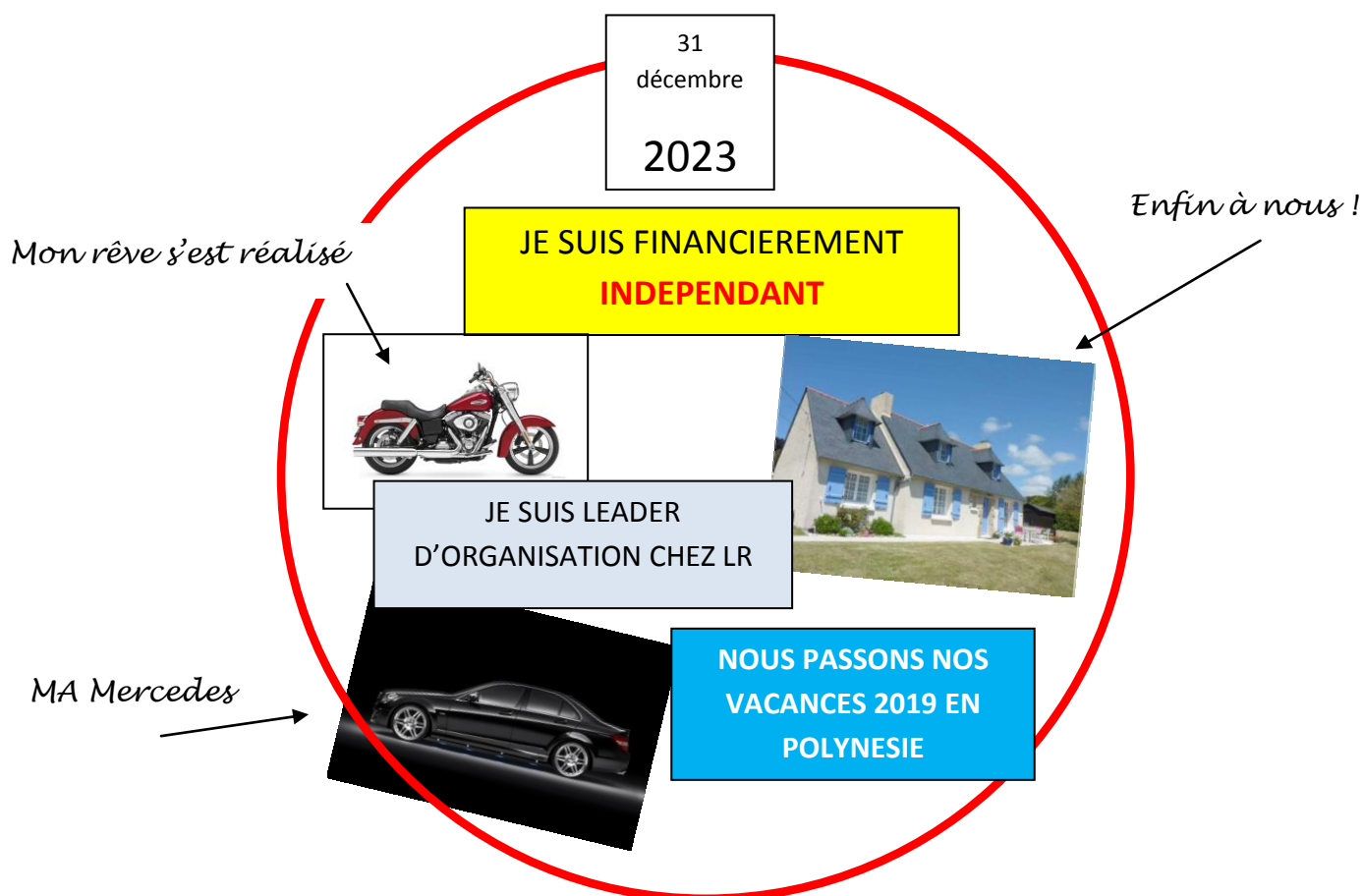
Ma vision dans 5 ans...

MA VISION

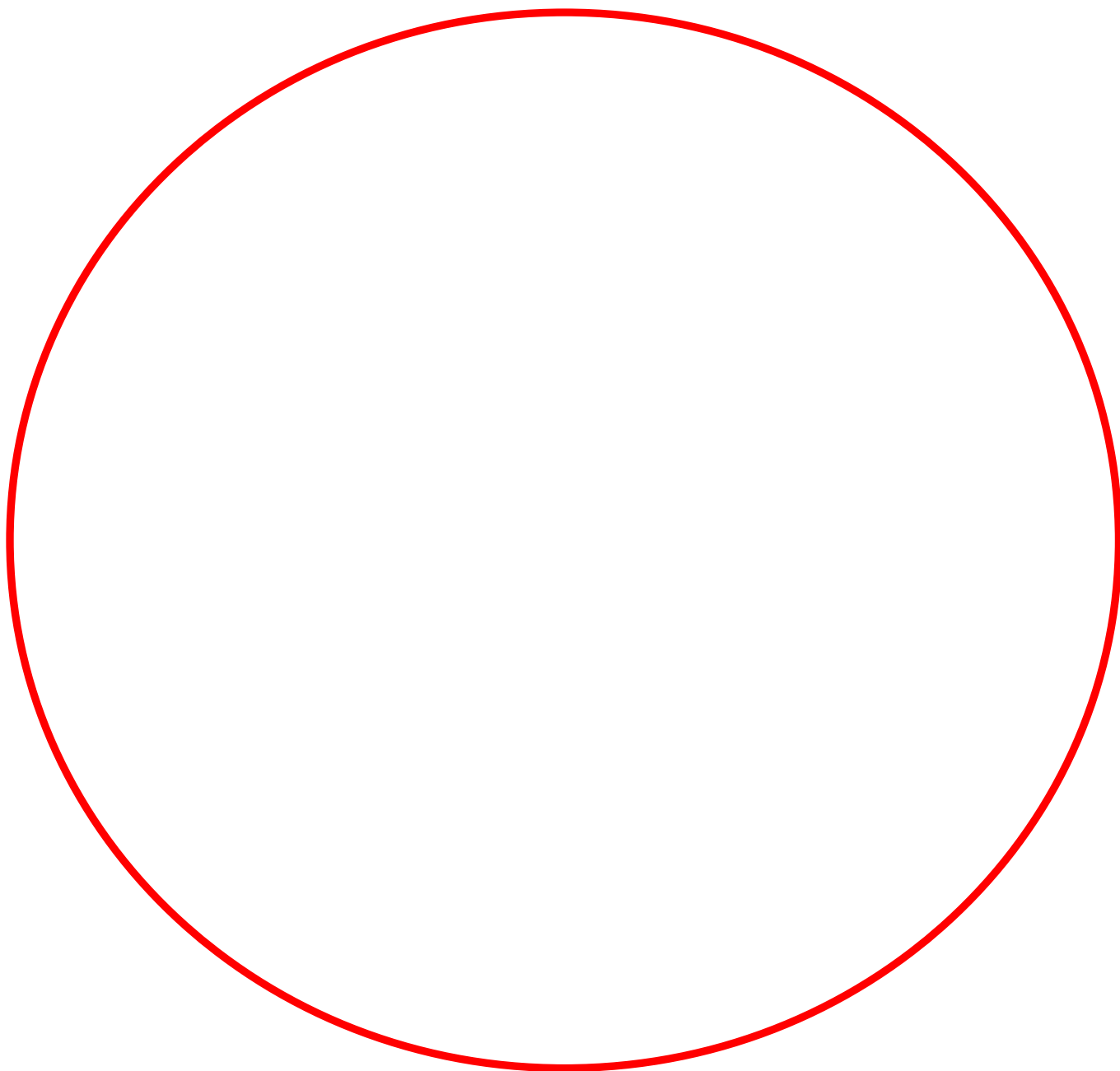
Toute la réflexion que vous venez de faire revêt une extrême importance, car elle va orienter, y compris au plan inconscient, vos actions futures, vos rencontres, vos lectures, votre façon d'être et de vous comporter, vos habitudes, vos rapports avec vos proches, etc... Nous vous invitons maintenant à en extraire l'essentiel, c'est-à-dire les éléments qui vous paraissent les plus importants et de résumer cela sur un tableau, à l'intérieur d'un cercle rouge. Ce cercle sera comme une cible, la cible de votre vie.

Cette façon de procéder est très puissante et nous vous encourageons à faire cet exercice avec beaucoup de sérieux.

Vous pouvez bien entendu verbaliser certains éléments, mais n'excluez pas la force symbolique des images. A vous de « ressentir » ce qui vous parle le mieux et de réaliser votre cible au plus près de vos aspirations. Voici un exemple de ce que cela pourrait donner :



Mes objectifs



- De votre vision vont découler vos objectifs. Avant de les énoncer dans ce tableau, lisez les caractéristiques qui figurent à la page suivante

Ce que je veux



- Je veux être Leader d'Organisation chez LR d'ici au

Les erreurs qui vous empêchent de bien formuler votre objectif :

- Votre objectif est irréaliste (je veux gagner Fr. 3000 dans 3 mois)
- Sa réalisation ne dépend pas de vous mais implique des éléments, ou des circonstances, sur lesquels vous n'avez aucune prise.
- Le manque de motivation par rapport à l'objectif visé (Ca ne me prend pas les tripes)
- La dépendance à des tiers dans vos prises de décisions. Difficulté à s'affirmer vis-à-vis d'un entourage réticent.
- Objectif visé en contradiction avec vos valeurs ou vos croyances

L'attitude pour qu'un objectif soit mené à bien

- Votre **décision** est **irrévocable**
- Vous êtes **imperméable aux pensées négatives** qui vous entourent
- Vous gardez votre **enthousiasme intact** comme celui du premier jour où vous avez décidé votre objectif
- Vous vous **entourez de personnes** qui ont atteint le même objectif que le vôtre

Les obstacles qui vous attendent sur la voie de la réalisation :

- Le doute
- Le manque de désir ardent
- La peur du changement
- Les croyances négatives à propos de soi-même (je n'y arriverai pas... Je ne suis pas doué...)
- L'inaction
- La difficulté à remettre en questions certaines attitudes
- Le manque de communication

Il est important que vos objectifs soient clairement et précisément définis. Les formuler, c'est déjà leur donner corps. Avec votre vision, ils constituent votre **POURQUOI**. Ce *pourquoi* est la raison pour laquelle vous vous battez et il est aussi important que le COMMENT. Dans les moments de doutes et de découragement, vous devrez y revenir, vous y accrocher comme à une boussole. C'est dans ce pourquoi que vous puiserez vos forces, c'est lui qui vous donnera le cap à suivre.

Le marketing de réseau est simple, mais pas facile. De nombreux partenaires abandonnent dans les premiers mois de leur activité, souvent parce que leur *pourquoi* n'est pas assez solide ; leur motivation n'est pas soutenue par un désir enflammé.

Comprenez bien qu'un objectif, ce n'est pas un rêve ou un simple souhait. C'est un projet précis pour la réalisation duquel vous allez vous engager et mettre en œuvre tous les moyens nécessaires. Prenez la ferme décision d'atteindre vos objectifs, contre vents et marées. Pourquoi est-ce si important ? Parce que cet engagement peut changer votre vie.

Soyez bien attentif à leur formulation. « J'espère devenir leader d'organisation chez LR » est un vœu pieu, mais certainement pas un engagement gravé dans le marbre ! De même « je voudrais bien devenir.... » ou pire, « il faudrait que je devienne.... » A bannir également de votre vocabulaire les « Je vais essayer de.... » qui signifient en réalité que l'on s'attend déjà à un échec.

Mieux : **je veux** devenir leader d'organisation chez LR. **Je serai** leader....

Encore mieux : **JE M'ENGAGE A DEVENIR LEADER D'ORGANISATION CHEZ LR**



Parvenu au terme de cette étape préliminaire, nous vous invitons à faire un petit bilan de vos réflexions. Libre à vous de les évoquer ensuite avec votre leader ou de garder pour vous les éléments qui vous paraissent relever de votre sphère privée.

Notes personnelles :

Avez-vous rencontré des difficultés particulières lors de cette première phase ? Quelles sont les questions que vous devrez soumettre à votre leader lors de votre prochaine entrevue ?

A votre avis, quelles sont vos principales ressources personnelles pour vous lancer dans l'activité LR ? De quelles qualités, de quelles forces pouvez-vous disposer ? Sans modestie, en toute sincérité, inscrivez-en ici au moins 4 compétences sur lesquelles vous pourrez compter.

Date de votre rendez-vous avec votre leader

Date et lieu du prochain séminaire de base

Votre organisation hebdomadaire : reportez sur le calendrier suivant les plages horaires que vous vous engagez à consacrer à votre activité LR

MON ACTIVITE LR							
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
8.00						17	
9.00							
10.00							
11.00							
12.00							
13.00							
14.00							
15.00							
16.00							
17.00							
18.00							
19.00							
20.00							
21.00							

👉 Atteindre un objectif, ambitieux comme celui de Leader d'Organisation, requiert de la rigueur et de la méthodologie. N'incluez dans cet emploi du temps que les moments dont vous êtes certain que vous pourrez effectivement les consacrer à votre activité. Considérez cela comme un engagement et tenez-le !

Réseaux sociaux, mon bel espoir

Facebook, LinkedIn, WhatsApp, Messenger et SMS sont sans conteste des outils fascinants de communication. Rien de plus facile que de publier un post, envoyer un message, mettre une vidéo en ligne. Potentiellement, toute la planète peut être informée de nos moindres faits et gestes. Peut-on rêver plus formidable audience ?



Tellement facile !

Justement, tout le problème réside dans cette mensongère « facilité ».

Pourquoi mensongère ? Nous en rêvons tous, d'une réussite qui serait aussi fulgurante que simple, aussi aisée que de cocher les bons numéros au loto et de gagner des millions, comme ça, sans rien faire. Ça doit être possible puisque d'autres y sont parvenus...

Malheureusement, ou heureusement, nous ne sommes pas faits pour la facilité ! Il suffit de regarder autour de soi pour se convaincre qu'aucune réalisation humaine n'a été créée avec un claquement de doigts. Tous les chercheurs, les entrepreneurs, les constructeurs, tous les créateurs ont accouché de leur œuvre dans la douleur. C'est simple : rien ne se conçoit dans la simplicité !

Et notre activité n'échappe pas à la règle. Imaginer que Facebook va donner des ailes à votre activité en révélant à vos amis (et aux amis de vos amis) *vos opportunités qui ne se refusent pas* serait une erreur qui risque de vous conduire à l'échec. Voyons pourquoi :

- inonder vos liens FB de posts consacrés à vos produits et votre activité aura un effet contraire à celui escompté. Il y a bien des chances que, saturés de votre harcèlement, ils se détournent de vous. Vous leur en voudrez de ne pas avoir reconnu l'insigne privilège que vous leur faisiez en vantant vos produits merveilleux, n'empêche que vous avez perdu des amis et définitivement compromis vos chances de leur faire une vraie présentation LR.

- même si l'on peut y partager ses moindres états d'âmes (et certains ne s'en privent pas !) les réseaux sociaux sont trop impersonnels. On a beau appeler cela des réseaux de rencontre, la réalité est que tout y demeure virtuel. N'oublions pas que nous œuvrons dans un secteur qui se nomme *marketing relationnel*, où c'est le contact direct qui est au cœur de la relation.

- s'en remettre à des règles fixées par un tiers (en l'occurrence FB) c'est courir le risque de tout voir s'écrouler le jour où les règles (celles liées à la publicité, à la concurrence, à des changements d'algorithmes etc...) sont modifiées par quelque décideur milliardaire.

Si l'activité en MLM est aussi exaltante, c'est aussi parce que nous ne sommes soumis à aucune autorité, que nous ne dépendons que de nos propres compétences, de nos savoir-faire et de nos talents. Certains appellent cela l'indépendance.

Alors, devrions-nous dire définitivement non aux réseaux sociaux ?

A vous de voir. Vous pourriez, par exemple, conserver une page FB uniquement pour partager avec votre équipe une réussite particulière, par exemple une remise de voiture ou l'accession à une promotion remarquable - titre de Manager... de Leader..., - pour annoncer une prochaine fête, etc...

Pour tout le reste, priorité à la rencontre entre 4 (ou davantage) z'yeux !



challenge

Au prochain séminaire de base, faites-vous accompagner par 3 personnes qui, selon vous, pourraient être intéressées par LR.

1)

2)

3)



Et maintenant, destination JUNIOR MANAGER !





Semaine 1 : ACTION !

Vos ressources : vous avez découvert quelques produits LR, vous avez étudié les documents reçus, vous avez peut-être déjà fait connaissance avec votre Leader d'Organisation, vous avez pu discuter avec lui/elle des questions restées en suspens ? Oui ?
Il est grand temps de passer à l'action !

La première démarche va consister à **travailler sur votre liste de noms**.

LISTE DE NOMS

Les graines de votre futur réseau, ce sont vos contacts ; ceux qui composent votre quotidien et ceux que vous établirez ultérieurement. Toute votre activité en MLM est basée sur votre capacité à inviter ces contacts, vos « prospects », à changer leurs habitudes de consommation. Ainsi, c'est en créant un réseau de consommateurs que vous ferez grandir votre succès.



En MLM, l'équation se résume à ceci :

PAS DE CONTACT - PAS DE PRESENTATION D'AFFAIRE - PAS DE BONUS

Avec les documents qui accompagnaient votre commande de parrainage, vous avez reçu un document qui revêt une grande importance : la liste des noms. Si ce n'est pas encore fait, nous vous encourageons vivement à lire la page 2 de la liste des noms. Vous comprendrez pourquoi les noms sont votre capital. Ensuite, prenez un moment pour la rédiger. 20, 30, 50 noms ? Qu'importe.



L'important, lorsque vous réfléchirez aux personnes à qui vous pourriez présenter l'activité LR, c'est de n'en exclure aucune, sous prétexte que « *cela ne l'intéressera pas* », que « *de toute façon, elle n'est pas faite pour ça... qu'elle n'aura jamais le temps...* ».

La règle ? Ne pas penser à la place des autres, ne pas imaginer quels pourraient être leurs motifs de refuser votre proposition. Vous avez un cadeau à leur offrir, offrez-le ! La réponse leur appartient. Le pire qui puisse vous arriver, ce n'est pas qu'ils vous disent « non », mais que vous ne leur donniez pas l'opportunité de recevoir votre cadeau.

Votre prochaine étape consistera à approcher, à contacter vos prospects pour décrocher un entretien avec eux. Or on ne s'adresse pas de la même manière lorsqu'on parle à un étudiant de 20 ans, une maman au foyer ou à un commerçant fraîchement retraité. Pour chacun d'entre eux, il conviendra d'adapter votre message.

Cette première prise de contact ne doit pas être négligée parce qu'elle déterminera la suite de vos échanges.

Pour cette raison, nous vous invitons à appeler votre Leader et convenir d'un rendez-vous de formation, au cours duquel vous verrez quelle caractéristique donner à vos appels, en fonction du profil de vos contacts.

Votre liste comporte quelques noms ? OK. Avant de passer aux pages suivantes, il est urgent d'appeler votre Leader !



LA PRISE DE CONTACT PAR TELEPHONE

👉 **Attitude** : l'accueil qui sera réservé à votre présentation d'affaire dépendra pour une grande part de la qualité de votre appel téléphonique. (Sourire, enthousiasme, détermination, résistance aux questions, impatience joyeuse)

Si vous en ressentez le besoin, préparez vos appels en écrivant quelques phrases-clés sur un papier. De cette façon, vous ne vous laisserez pas entraîner dans des communications privées sans rapport avec l'objectif de votre appel.

Votre appel n'a qu'un seul but : obtenir un rendez-vous pour une présentation

L'idée principale est de ne rien dire sur le contenu du rendez-vous que vous voulez obtenir afin d'éveiller la curiosité et donner à votre contact l'envie de vous rencontrer.

Si vraiment vous êtes en panne d'inspiration, ou freiné par le trac, appelez votre leader qui vous aidera dans cette démarche.

Consacrez au minimum 1h **pour prendre vos rendez-vous par tél** et ainsi avoir la marge de temps nécessaire pour pouvoir enchaîner les appels.

Les premiers vous sembleront peut-être angoissants ou difficiles, mais vous remarquerez que le fait de les enchaîner vous mettra de plus en plus à l'aise.

Pensez à avoir à côté de vous :

- la liste des **mots à bannir de votre communication** pour ne pas induire de préjugés : produits – LR – Aloé Vera - parfums – cosmétique, etc...
- Il n'est pas inutile de préparer quelques réponses au cas où votre contact, méfiant ou sur la défensive, vous donnerait l'impression qu'il soupçonne quelque chose de menaçant : « ne t'inquiète pas, cela ne ressemble à rien de ce que tu connais – je tiens à te rassurer, je n'ai rien à te vendre – je ne cherche pas des victimes mais des gens avec qui partager - tu me connais, je ne me lancerais pas dans n'importe quoi ... »

L'exercice vous paraît difficile ? Vous trouverez quelques exemples aux pages suivantes. Ne les copiez pas tels quels, mais inspirez-vous en afin de créer vos propres messages



Nicole : Bonjour Monsieur Delapierre, j'espère que vous vous souvenez de moi. Nous avons fait connaissance chez mon amie Ginette, jeudi dernier.

Alain : Ah oui, bien sûr.

Nicole : Je m'étais dit que j'allais vous rappeler car vous m'avez donné l'impression d'être quelqu'un de dynamique, sympathique, qui a le contact facile. Or il se trouve que je me suis engagée dans une activité indépendante et que je recherche des gens comme vous. Seriez-vous intéressé par une deuxième source de revenus ?

Alain : Eh bien, pourquoi pas... De quoi s'agit-il ?

Nicole : Ce serait un peu long à vous expliquer par téléphone et d'autre part j'ai des documents à vous montrer. Je vous propose que nous nous rencontrions pour que je puisse vous exposer en détails mon activité. Je suppose que vous travaillez pendant la journée, est-ce que vous seriez libre en fin de semaine, par exemple jeudi ou vendredi en fin d'après-midi ?

Alain : Vendredi, pourquoi pas.

Nicole : A 18 heures, cela vous conviendrait ?

Alain : Parfait pour moi. A quel endroit ?

Nicole : Eh bien je pourrais venir chez vous. Ce serait bien si votre épouse pouvait être présente. Est-ce que ce serait possible ?

Alain : Je pense que oui, Je vais lui demander.

Nicole : Je vous remercie. Passez une bonne semaine et à vendredi.





Nicole : Bonjour Stéphane. Comment vas-tu ?

Stéphane : Nicole, quelle surprise. Je vais bien, et toi ?

Nicole : Super. Je t'appelle pour une bonne raison ! Je suis en train de faire de grands changements dans ma vie professionnelle et j'ai immédiatement pensé qu'il faudrait que je t'en parle.

Stéphane : Ouhaou... C'est à voir. De quoi s'agit-il ?

Nicole : C'est une activité indépendante que l'on peut exercer pendant son temps libre, sans contraintes. L'idée c'est de se construire un revenu passif, régulier et sans dépendre d'un patron. J'ai aucun doute que ça te parlerait. Mais pour t'expliquer le concept en détail, il faudrait que nous nous rencontrions.

Stéphane : D'accord, mais tu peux m'en dire plus ?

Nicole : Ce serait trop long par téléphone. Nous pouvons nous voir d'ici la fin de la semaine ? Disons... jeudi ou vendredi, en fin de journée.

Stéphane : Vendredi c'est OK pour moi. A quel endroit ?

Nicole : Eh bien je pourrais venir chez vous. Ce serait bien si ton amie pouvait être présente. Est-ce que ce serait possible ?

Stéphane : Je pense que oui, Je vais lui demander.

Nicole : Quelle heure te conviendrait ? 18h00 ? 19h00 ?

Stéphane : Va pour 19 heures.

Nicole : Alors à vendredi, 19h00. Au revoir Stéphane





Nicole : Bonjour José. Mon mari et moi avons commencé récemment une activité indépendante et Jacques a tout de suite dit : « Il faut absolument que nous expliquions cela à José »

José : C'est quoi ?

Nicole : Je pense bien que tu auras beaucoup de questions à nous poser. Est-ce que nous pouvons nous rencontrer pour boire un café et je t'explique tout cela tranquillement ? Tu es libre quand ? Lundi ou mardi, cela irait pour toi ?

José : Minute... Tu peux m'en dire plus ?

Nicole : C'est une activité indépendante que l'on peut exercer pendant son temps libre, sans contraintes. Je te rassure, nous n'avons rien à te vendre ! Comprends que ce serait beaucoup trop long à expliquer par téléphone. Alors, lundi ou mardi ?



Nicole : Bonjour Julien. Serais-tu d'accord de me rendre un service ?

Julien : Bien sûr. De quoi s'agit-il ?

Nicole : Super. Je voudrais me lancer dans une activité commerciale très originale et j'aurais aimé t'expliquer le concept pour que tu me donnes ton avis, même si cela ne ressemble à rien de connu. Je pense que tes conseils me seront précieux. Est-ce que tu aurais un moment entre mercredi ou jeudi ?



Attention : n'excluez pas de la liste de vos prospects les gens que vous n'avez pas vus depuis longtemps. Eux aussi peuvent être intéressés par votre proposition.



La prise de rendez-vous par téléphone en résumé

- Saluez positivement
- Souriez (cela s'entend !), ayez de l'enthousiasme dans la voix.
- Pour éviter les préjugés, ne parlez jamais de produits.
- Eveillez la curiosité
- Proposez deux dates
- Invitez toujours le conjoint ou le compagnon ou la compagne. (L'affaire LR que vous allez leur proposer peut véritablement changer leur vie de couple ; les deux doivent entendre en même temps ce que vous avez à leur dire.)

Inscrivez ici le contenu « type » de votre appel personnalisé. (Souvenez-vous des mots à ne pas prononcer, par exemple : produits – cosmétiques – bijoux – marketing de réseau, etc...)

challenge

Faites des appels téléphoniques jusqu'à ce que vous ayez obtenu au moins 2 rendez-vous.

1^{er} rendez-vous : Nom : Date :
Lieu :

2^e rendez-vous : Nom : Date :
Lieu :

L'étape suivante, de cette première semaine, sera **la présentation d'affaire**, étant bien entendu que vous l'avez préalablement bien préparée avec votre leader. Il vous en expliquera le déroulement, vous conseillera sur les documents et produits à prendre avec vous, etc... Vous trouverez aux pages suivantes une marche à suivre pour réaliser vos propres présentations avec succès.



Votre présentation devrait poursuivre ces 2 buts :

1- Votre **satisfaction personnelle**. Si vous avez le sentiment, à la fin de la présentation et quel qu'en soit le résultat, que vous avez fait du bon travail, considérez votre objectif comme atteint.

2- Inviter votre contact à **assister à la prochaine présentation publique de LR** et cela même, et surtout, s'il vous a dit qu'il souhaitait réfléchir et ne pas prendre de décision tout de suite.

Votre leader peut vous accompagner à vos premiers RDV, mais il est beaucoup plus productif de vous jeter à l'eau seul, de faire vos armes et ainsi d'accumuler les expériences.

Voici donc, dès la page suivante, un canevas de présentation d'affaire. Il s'agit d'une proposition. Avec le temps et l'expérience, vous verrez que vous serez amené à adapter celle-ci à chacun de vos prospects, en fonction de ses attentes, bien sûr, mais aussi en fonction de votre personnalité. L'important est que vous preniez plaisir à façonner votre propre présentation d'affaire.

La présentation d'affaire

Que prendre avec soi ?

- ✓ Le dossier de présentation. Ce sera votre guide pendant l'entretien
- ✓ Un formulaire d'inscription
- ✓ Le catalogue
- ✓ La Star Box
- ✓ 3 ou 4 produits que vous utilisez
- ✓ De quoi faire déguster l'aloé vera et le Mind Master
- ✓ Les fiches sur les produits à l'aloé vera
- ✓ Le programme imprimé des prochains événements



Quelques conseils

- Ayez à disposition une sacoche de présentation, qui est toujours prête, pour que vous puissiez faire une présentation à tout moment.
- Confirmez le rendez-vous un jour avant la rencontre.
- Soyez ponctuel.
- Vous êtes la carte de visite de votre entreprise. Tenue correcte exigée, svp ! Messieurs, n'hésitez pas à porter une cravate si vous devez rencontrer un homme d'affaire ou un commercial. Adoptez comme règle de ne jamais être moins bien habillé que votre interlocuteur.
- Montrez votre enthousiasme et votre motivation.
- Ne tutoyez jamais un inconnu, mais attendez d'y être invité par lui.

Vous pouvez présenter quelques produits (Star-box, aloé, etc...) mais votre produit no 1 est le concept marketing de LR. Ne montrez le catalogue que vers la fin de la présentation, jamais au début si vous voulez éviter d'être considéré comme un vendeur de produits.

- Ne vous engagez pas dans des explications périlleuses (exemple : bonus de différence) si vous ne maîtrisez pas le concept. Qu'importe si vous ne savez pas répondre à toutes les questions. En avouant vos lacunes, vous montrerez votre honnêteté. « *Comme tu le sais, je viens de démarrer dans cette activité et je n'ai pas la réponse à ta question. Mais je vais la poser à mon parrain.* »
- N'essayez pas de tout dire. Trop d'informations nuisent à l'information.

Considération stratégique

- Vous vous apercevrez qu'il est relativement aisé d'intéresser des gens en leur présentant les produits LR, tant est indiscutable leur qualité, et par conséquent de cumuler des parrainages avec une certaine facilité. Or, que cela soit bien clair : en ne parrainant que des consommateurs, vous ne dépasserez jamais le niveau de 14 %. N'espérez pas réaliser des gains importants en vous contentant de promouvoir des produits. L'expansion de votre réseau ne pourra se faire que si vous parvenez à communiquer votre enthousiasme pour le concept LR, si vous parvenez à persuader vos contacts de développer, à leur tour, leur propre activité. Notez qu'il est fort probable que seuls 20 % d'entre eux voudront poursuivre plus loin et passer à l'action, mais c'est avec ceux-là que vous construirez votre succès.
- De ce constat découle la règle suivante : lorsque vous démarrez votre présentation d'affaire, placez la barre au niveau le plus haut et visez, en première instance, de proposer à votre prospect l'idée qu'il peut s'assurer un retour d'argent par le développement d'une activité LR. Si, au cours de l'entretien, vous décelez des signes de désintérêt, si vous vous apercevez qu'il n'en veut pas, qu'il n'en a pas besoin ou, tout simplement, qu'il

n'éprouve aucun intérêt pour ce concept, vous pourrez vous « rabattre » sur les produits et vous contenter de les lui proposer. Vous aurez trouvé un consommateur, il faudra en prendre votre parti, sans oublier que rien n'est définitif et qu'un jour, peut-être, votre nouveau partenaire considérera avec plus d'attention la chance qui lui a été offerte de gagner de l'argent.

Déroulement de la présentation d'affaire

Conversation préalable (3 min. ou davantage)

Faites connaissance avec votre contact, écoutez-le. Quels sont ses rêves ? Ses attentes ? Ses problèmes ? Sa situation professionnelle actuelle ?

- Que faites-vous professionnellement ? *(Si vous ne connaissez pas la personne)*
- Comment va ta vie, en ce moment ? Est-ce que tu saurais quoi faire avec 500.- de plus par mois ? *(Si vous connaissez bien la personne)*
- Je vais vous présenter une idée commerciale avec laquelle vous pouvez gagner, en-dehors de votre profession régulière, 500 ou 1000 francs/Euros par mois. Il y a encore d'autres perspectives à plein-temps, mais d'abord je veux vous expliquer l'affaire comme deuxième source de revenus.

 **Liaison** (sortez seulement maintenant le dossier de présentation)

- Je suis partenaire de la société LR. Est-ce que vous connaissez cette entreprise ?
- Ben.... Non !
- C'est tout à fait normal, car cette société ne se fait connaître que par le « bouche à oreille »



Il peut arriver, mais c'est rare, que certaines personnes connaissent déjà LR, et qu'elles n'en gardent pas une expérience positive. (En général, parce qu'elles ont été mal informées par la personne qui a tenté de leur présenter le concept.) Dans ce cas, après les avoir fait parler, leur expliquer, en quelques mots, ce qu'est réellement LR et leur demander si vous pouvez poursuivre ou si l'entretien s'arrête là.

Présentation de l'entreprise. (3min.)

- LR est une entreprise allemande dont le siège est à Ahlen
- Elle existe depuis plus de 30 ans. Je précise cela pour vous montrer qu'elle n'est pas née avec internet.
- Le chiffre d'affaire a augmenté chaque année, depuis sa fondation. La moyenne annuelle de la croissance est d'environ 12 %. Cette croissance est la preuve que les produits sont excellents car ce ne sont que des gens contents qui en parlent à d'autres. Il y a aussi tous ceux qui sont enthousiastes à l'idée de pouvoir changer quelque chose dans leur vie ; eux également ont envie de partager leur découverte.



Montrez la photo de l'entreprise.

Expliquez ce qui vous a personnellement incité à devenir partenaire de LR. Par exemple : « Jusqu'à maintenant, j'ai échangé mon temps contre un salaire fixe, mais j'ai le sentiment d'avoir travaillé pour la prospérité de mon patron, pas pour la mienne ! Avec LR, j'ai la chance de pouvoir m'assurer une 2^e source de revenus, sous forme de rente. Je vais y venir... »



Liaison « Une des raisons de notre succès est la qualité des produits LR »

Présentation des produits (5 min. ou davantage, selon l'intérêt) P. 4 à 15 de la brochure

- LR s'investit beaucoup dans le secteur de la santé, avec comme produits phares l'aloé vera et le Mind Master, mais aussi les oméga 3, le concept 5 en 1, etc...
- Autre spécificité de LR : des contrats d'exclusivité avec des personnalités, comme Bruce Willis.



Montrez la Star Box et faites parler la personne sur son intérêt pour les parfums, combien elle achète son parfum, etc... Mettez en avant les prix particulièrement avantageux de LR.

Remarque : ne vous engagez pas dans des explications sur les vertus de l'aloé vera, car votre but reste de présenter votre opportunité d'affaire. Parlez avec enthousiasme de ce que l'aloé vera ou le Mind master ont fait pour vous. Si votre contact veut en savoir plus, répondez à une ou deux des questions mais dites-lui que si le concept l'intéresse, vous lui expliquerez tout sur l'aloé vera plus tard.

Si vous en avez avec vous, faites déguster le gel à boire ou le Mind Master.

 **Liaison** : « Je vous ai dit que je n'ai rien à vous vendre, je ne vais donc pas m'attarder sur les produits. Je veux vous montrer comment on peut faire des économies avec LR et ensuite comment gagner de l'argent. Cela vous intéresse ? »

Les avantages de devenir partenaire LR (5 min.)

Voici les avantages que nous avons en étant partenaire de LR :

- Premièrement : nous recevons tous ces produits directement de la fabrique, à un prix d'usine. Nous avons les avantages d'un grossiste.
- Deuxièmement, nous pouvons vendre ces produits, en bénéficiant d'une marge commerciale de 40 % ce qui nous assure quelques revenus.



Il faut cependant savoir que ces revenus, même pour un bon vendeur, n'excéderont que rarement 300 ou 500 francs/Eur. par mois. Raison pour laquelle je ne fais personnellement jamais de vente.

- Troisièmement : nous pouvons nous assurer un revenu passif, sous forme de rente.

Comme je vous l'ai dit, mon but n'est pas de vous vendre des produits, mais de vous offrir la possibilité de vous les procurer au même prix que moi.

Expliquez le mode de distribution (3 min.)

- On ne peut pas trouver nos produits dans le commerce. Tous les produits LR ne sont disponibles que chez les partenaires, en **distribution directe**.
- Ce mode de distribution, où tous les intermédiaires ont été éliminés, diminue considérablement les dépenses de publicité, ce qui permet à LR :



1) de proposer des produits à des prix imbattables.

2) d'améliorer constamment la qualité de ses produits.

3) de reverser de l'argent aux partenaires qui font connaître le concept. En réalité, LR gagne beaucoup d'argent, mais l'originalité de ce concept c'est que plus l'entreprise en gagne, plus elle en distribue. Nous sommes donc directement bénéficiaires de son succès, et pas seulement ses actionnaires !

 **Liaison** : « J'ai gardé le meilleur pour la fin et ne vous ai pas dit comment on peut véritablement gagner de l'argent avec LR en développant un réseau de consommateurs. Cela vous intéresse ? »

Construction d'une organisation (10 min.)

- J'imagine que vous connaissez beaucoup de personnes qui seraient heureuses de connaître l'existence de ces produits ; certaines d'entre elles pourraient même être intéressées à gagner de l'argent hors de leur travail quotidien.

- Je vous propose de vous aider à présenter le concept LR à ces personnes. Quel serait votre intérêt à agir ainsi ? C'est de vous voir récompensé, sous forme de revenus passifs, par LR pour chacune des commandes passées par les partenaires que vous aurez inscrits et ce même si elles déménagent, changent de pays ou ne passent des commandes qu'épisodiquement.



Transition : « Vous vous demandez certainement combien cela devrait vous coûter pour pouvoir bénéficier de ces avantages ? »

Montrer le formulaire de parrainage.

Indiquer les conditions spécifiques à votre pays: pour la Suisse, 120 francs de commande minimale, 29 francs pour le kit de démarrage. Pour la France, expliquez la différence entre les statuts VDI et client privilégié. Mentionnez les conditions générales : pas d'achats exigés - délais de livraison 4-5 jours – paiement par prélèvement bancaire sous 7 jours, etc...

Comment est-il possible que LR ne vous demande rien en échange de ces privilèges ? C'est en réalité la stratégie commerciale de LR de compter uniquement sur la **qualité de ses produits** et de miser sur la **satisfaction des consommateurs** qui vont en parler plus loin. LR ne vous oblige même pas à le faire ! Vous pouvez devenir partenaire, garder tous ces privilèges pour vous et n'en parler à personne.

Remarques : pour l'explication du plan marketing, n'abordez pas immédiatement les détails du système de rémunération, lequel peut s'avérer relativement complexe. A vous de juger, en fonction de l'intérêt de votre interlocuteur, s'il faut expliquer les bonus de différence et les différents plans de rémunération. Mesurez son intérêt, attendez ses questions et évitez de vous lancer dans des explications trop « techniques » qui ne feraient qu'ajouter de la confusion et alourdirait votre exposé. L'essentiel est que votre contact retienne que pour chaque achat effectué par un de ses partenaires, il recevra de l'argent de LR.

- Mais il y a encore mieux ! Vous serez également rétribué pour toutes les commandes indirectes passées par les partenaires de vos partenaires ! Voici

ce qui arrive très fréquemment : vous aurez une grande proportion de personnes qui ne voudront que consommer des produits et ne porteront aucun intérêt au développement d'une activité. Vous trouverez quand même quelques personnes qui voudront faire comme vous, c'est-à-dire développer leur propre réseau.

Si vous êtes déjà en possession d'un relevé mensuel de bonus, montrez-le, afin que vos explications deviennent plus concrètes pour votre interlocuteur. N'hésitez pas à le montrer en prétextant que vous n'avez pas encore gagné beaucoup ! Cela n'a aucune importance. Votre contact doit comprendre le principe de la rémunération par les bonus. Vous pouvez lui préciser que vous commencez seulement cette activité et que ce n'est plus qu'une question de temps. En outre, le message sous-jacent que vous ferez passer en dévoilant vos revenus, c'est que chez LR tout est transparent et que nous n'avons rien à cacher. Enfin, sur la dernière page de la brochure, sur le plan de carrière, montrez où vous vous situez et où se trouve votre Leader d'Organisation.

Finaliser la présentation d'affaire

La fin de la présentation d'affaire est souvent l'occasion pour nos prospects de faire appels à des objections, lesquelles sont l'expression de craintes. Les gens ont peur de se lancer dans l'inconnu. Il convient donc de les rassurer, par exemples en leur rappelant qu'ils ne courent aucun risque financier en adhérant à LR.

Pour éviter l'émergence des objections, vous pouvez conclure de la façon suivante :

« Pour résumer tout ce que je viens de vous expliquer : quand on adhère à LR, on bénéficie de 3 avantages :

- 1. Nous bénéficions, à vie, de prix d'usine et de ce fait réalisons de réelles économies sur plus de 700 produits d'usage quotidien.*
- 2. Nous avons la possibilité, si le cœur nous en dit, de vendre ces produits. Nous bénéficions alors d'une marge commerciale de 40 %*
- 3. Nous pouvons développer un réseau de partenaires et nous assurer ainsi une rente financière.*

De ces 3 avantages, lequel vous intéresse le plus ?

Que faire si mon contact se montre intéressé par ce que je lui ai présenté, mais qu'il veut réfléchir ?

- Cette attitude n'est en fait qu'un prétexte qui peut avoir plusieurs causes : votre interlocuteur cherche encore le hic ou la faille dans un système qui lui paraît trop beau pour être vrai ; il croit devoir s'engager dans ce qui lui paraît un travail ; il n'a pas d'objectif personnel ; inconsciemment, il ne se croit pas capable de réussir s'il devait se lancer dans cette activité ; il ne s'est pas identifié avec votre démarche ; l'activité proposée lui fait peur, etc...



Vérifiez, dans un premier temps, s'il a bien compris vos explications. *« Si vous devez encore réfléchir, c'est que je n'ai pas été assez clair. Voulez-vous que je reprenne certaines explications ? »*

L'expérience montre que 60 % des intéressés qui veulent réfléchir après la présentation ne s'inscriront jamais ! Il s'agit donc, si l'intéressé persiste à vouloir réfléchir, de tenter encore d'aboutir à une décision, sans toutefois le bombarder d'arguments, ce qui aurait pour effet de consolider sa position. Le mieux est de se montrer compréhensif avec son scepticisme. Expliquez ce qui vous a incité à vous inscrire chez LR.

- *« Au début, j'avais les mêmes hésitations que vous. Je ne pouvais pas m'imaginer que tout peut fonctionner aussi bien, j'ai cherché la faille, sans en trouver une. En fait, j'ai perdu du temps ! »*
- *« Dans la réalité, vous ne prenez aucun risque ; dans le pire des cas, vous aurez tout simplement essayé des nouveaux produits »*

Vous avez encore quelques arguments à utiliser, mais ceux-ci sont à avancer avec prudence, en tenant bien compte de l'attitude de votre contact. A vous de voir s'il peut encore vous écouter, s'il est ouvert à d'autres arguments, ou s'il faut, provisoirement, renoncer. Voyez quelques exemples à la page suivante.

« Voulez-vous exercer votre profession actuelle jusqu'à 65 ou 67 ans ? »

« La robotisation et l'intelligence artificielle me paraissent être les pires menaces pour le marché de travail »

« La situation économique actuelle est telle que nous avons intérêt à nous constituer un plan B »

« Etes-vous satisfait de votre salaire actuel ? Est-ce que vous pouvez mettre chaque mois 500 francs de côté ? »

Comment répondre aux objections

Une objection est un argument que votre contact oppose à votre proposition. Elles ont parfois le don de nous déstabiliser, raison pour laquelle il faut s'y préparer. Voici quelques exemples d'objections que vous pourriez rencontrer :

- En fait, votre affaire, c'est un système pyramidal.
- Je ne suis pas vendeur... Je ne sais pas vendre
- Je n'aurai jamais le temps pour une telle activité.
- C'est intéressant, mais je n'ai pas l'argent pour démarrer.
- Je n'ai pas un réseau de connaissances assez grand.

S'y préparer – ne pas les croire – ne pas les combattre

S'y préparer. Il est important d'avoir réfléchi sur ces objections, qui sont très fréquentes, de s'être préparé à chacune d'entre elles afin de ne pas paraître embarrassé, emprunté ou hésitant lorsqu'elles surviennent.

Ne pas les croire. La plupart du temps, les objections avancent masquées ! Il est donc important de s'entraîner à déceler ce qui se dissimule derrière le masque ou, tout au moins, de ne pas être dupe de ce qui est très souvent l'expression d'une peur inconsciente. Un contact qui vous dit « C'est intéressant, mais je n'aurai jamais le temps de faire ça » sait, en réalité, qu'il trouverait toujours, en cas d'impérieuse nécessité, à dégager un peu de temps. En fait, il exprime là un autre message. Comment s'y prendre avec ce genre d'attitude ? Voici quelques règles à respecter si l'on veut éviter de consolider son objection.



Règle no 1 : je ne perds pas de temps à combattre une objection mensongère.

Attention : cela ne signifie pas que votre interlocuteur est un menteur et que vous devez le lui dire en face ! Encore une fois, les véritables raisons sont inconscientes et il s'agit de les respecter, quelles qu'elles soient. On évitera donc de tomber dans le piège de l'argumentation, qui n'aurait d'autre effet que de renforcer la position de votre interlocuteur. Mieux vaut continuer à présenter les avantages de votre concept, en vanter les mérites, faire naître l'envie. Souvent les objections se dégonflent d'elles-mêmes lorsque les personnes découvrent les intérêts qu'elles pourraient tirer d'un partenariat.

Règle no 2. Je n'affronte jamais une objection de face.

Exemples. Et pour commencer, ce qu'il ne faut pas faire :

- C'est intéressant votre affaire LR, mais je ne connais pas assez de monde et...
- Alors là je vous arrête tout de suite. Des études montrent que nous avons tous un cercle de connaissance d'au moins 2000 personnes.
- Peut-être, mais ce que je voulais vous dire c'est que mes amis ne seront probablement pas intéressés....
- Pas d'accord avec vous ! Pouvez-vous savoir ce que pensent vos amis ? En parlant comme cela, vous pensez à la place des autres.

On ne peut que ressentir de la compassion pour ce pauvre contact qui, comme dans un match de boxe, s'est retrouvé deux fois au tapis ! Inutile de préciser qu'une telle attitude est catastrophique et conduit inmanquablement à l'échec de la présentation.

Dans un tel cas, quelle aurait pu être la bonne attitude du partenaire LR ?

- C'est intéressant votre affaire LR, mais je ne connais pas assez de monde...
- Je comprends, j'avais la même crainte lorsqu'on m'a proposé LR. C'est ensuite, en faisant ma liste de noms, que j'ai véritablement pris conscience qu'en fait nous connaissons, de près ou de loin, une foule de gens.
- Peut-être, mais ce que je voulais vous dire c'est que mes amis ne seront probablement pas intéressés.
- Qu'est-ce qui vous fait penser cela ?
- Et bien ... une impression... Vous savez, je les connais bien, je ne pense pas qu'ils voudront se lancer dans une activité comme celle-ci.
- Avez-vous le sentiment qu'en leur présentant l'affaire LR comme je l'ai fait avec vous, ils pourraient se sentir manipulés ou imaginer que vous tentez de leur vendre quelque chose, voire même de les arnaquer ?
- Non, je ne crois pas... Mais...
- Vous pensez que vos amis ne vous font pas vraiment confiance ?
- Si, bien sûr... Mais...
- N'oubliez pas que ce que nous proposons avant toute autre chose, ce sont des solutions à l'un ou l'autre de leurs problèmes. Ne pensez-vous pas qu'ils pourraient être aussi contents de bénéficier de produits de qualité moins cher, ou de savoir qu'ils peuvent, s'ils le souhaitent, gagner un peu d'argent ? Libre à eux ensuite de vous dire oui ou non. En réalité ce n'est pas important que vos amis vous suivent ou pas, mais ils doivent être informés pour ensuite avoir le choix de vous dire oui ou non
- Oui c'est vrai finalement, je n'engage rien ni personne

Trois remarques au sujet de ce dialogue :

- **Je comprends.** Ces 2 mots sont très importants. Ils montrent à la personne que l'on est à son écoute et que l'on prend en compte ses peurs et ses hésitations. On se place sur le même terrain qu'elle.
- Plutôt que répondre directement aux arguments, le partenaire LR a écouté jusqu'au bout l'objection ; il a ensuite repris le contrôle de la discussion en posant des questions. Cette façon de faire permet de renverser la situation en intervertissant les rôles. La personne n'affirme plus, elle répond cette fois.
- A aucun moment le prospect n'a l'impression d'avoir tort ou d'avoir été nié ou corrigé. Au contraire, il se sent considéré.

Quelques objections fréquemment rencontrées

C'est une activité pyramidale	Une activité pyramidale s'appuie sur des promesses de gains avec investissement financier <u>sans</u> produits, ce qui est interdit par la loi. Dans le marketing multi-niveaux, chacun est le point de départ de son propre réseau et toute personne qui développerait plus que son parrain ou sa marraine peut gagner davantage d'argent que lui ou elle, en fonction du développement de son activité. La vie professionnelle classique par contre, est un modèle parfait de pyramide ! De plus, la règle d'or chez LR consiste à payer vos partenaires avant vous en fonction de leur chiffre d'affaire. Le sponsor ne reçoit que la différence sur le chiffre d'affaire, pour autant qu'il l'ait créé !
--------------------------------------	--

J'ai pas le temps	La réponse immédiate : « Veux-tu changer quelque chose à cette situation ? Parce que si tu ne fais rien aujourd'hui, dans 5 ans tu seras encore dans le même état ! Imagine que dans 6 mois, tu reçois un revenu supplémentaire de 600.- frs chaque mois. Tu pourrais diminuer ton temps de travail, ou alors te faire aider, car tu en auras les moyens. Je te propose de t'aider pendant 6 mois, de te faire connaître notre leader et ensemble, nous arriverons à cet objectif » Si la personne ne peut entrer dans cette vision-là, nous lui expliquons que le succès de cette activité ne provient non pas de la promotion de produits (comme par réunion ou autre), mais qu'il s'agit d'un partage d'expérience et d'un cadeau que nous offrons à qui veut bien le prendre ; la possibilité d'avoir des produits à prix d'usine peut s'expliquer n'importe quand, à la pause au travail, en partageant un repas avec des amis, pendant un voyage en train, etc.... Par le simple fait de consommer les produits, l'entourage bien souvent remarque qu'il y a du changement dans notre vie et veut savoir pourquoi.
Perdre ses amis	Objection rarement formulée mais sous-jacente à l'activité et aux exemples de réunions organisées par d'autres systèmes de vente directe. Elle pourrait apparaître si votre contact a eu des expériences malheureuses avec d'autres entreprises. En réalité, ce que nous constatons avec le marketing de réseau, c'est que le cercle de nos amis s'agrandit. Nombreux sont nos parrainés qui nous expriment de la gratitude et nous remercient de leur avoir présenté LR
Je ne sais pas vendre et je serai obligé d'organiser des réunions...	Cet aspect de l'activité est très secondaire et réservé à ceux qui aiment organiser ce genre de rencontres. Ne pas aimer vendre est justement une condition de réussite car nous ne nous faisons pas de bénéfice sur le dos de nos amis.
... oui mais il y a quand même de la vente puisqu'il y a des produits !	Exact, mais c'est LR qui vend ses produits ! Nous, nous ne sommes que des clients satisfaits qui permettons aux autres de découvrir ce concept de distribution directe.
Je ne connais personne	En réalité cette objection cache un repliement sur soi qui signifie : « Je ne côtoie plus personne » ou « J'ai fait le vide autour de moi ». A nous d'expliquer que nous sommes tous connus par de nombreuses personnes ; rien n'empêche de reprendre contact avec d'anciennes connaissances pour un très grand plaisir réciproque.

Je n'ai pas l'argent pour entrer chez LR	« Justement, c'est pour cette même raison que tu devrais t'intéresser à LR parce que la situation ne devrait pas aller en s'améliorant si tu ne fais rien ! » Pensez à rappeler qu'en devenant partenaire, on obtient tous ces produits encore moins chers, avec en plus la possibilité de recevoir de l'argent en retour si par le fait d'en être content, nous en parlons aux autres. Proposez à votre prospect de faire « comme s'il était déjà partenaire » en lui prêtant • une star-box pour qu'il puisse présenter des parfums autour de lui • Une crème à la propolis, une crème Soft Skyn , etc... Proposez-lui de partager ses avantages en partageant avec ses amis la possibilité de profiter eux aussi des produits à prix partenaire.
J'ai mes produits	« Le fait d'aimer tes produits et d'en consommer régulièrement, est-ce que cela te rapporte de l'argent ? Si tu vantes tes produits à tes amies, est-ce que tu seras récompensé ? Alors si une fois tu essaies un autre produit et s'il se trouve que tu en es satisfait, tu agiras de même, sauf que là LR te reversera de l'argent. Est-ce que tu peux imaginer qu'un jour tu ne paieras même plus tes produits car la société te reverse plus d'argent que tu n'en dépenses chez elle ! Personnellement je trouve que cela vaut la peine d'essayer car si 300'000 partenaires ont adhéré à LR c'est uniquement parce que les produits sont excellents et accessibles.
J'ai besoin d'argent tout de suite, je suis au chômage.	Les personnes en recherche d'emploi et même si cette situation est stressante pour eux, ont à disposition le temps qu'ils consacraient à leur travail. Leur faire remarquer : « Si tu consacres au moins 2h de temps à l'activité LR et cela 3 fois par semaine, tu gagneras, d'ici 5 à 8 mois, aux alentours de 1000,-frs mensuels »
Ca ressemble à une secte.	« Une secte demande de l'argent à ses membres, elle ne leur en distribue pas ! »
Et toi ... combien tu gagnes ?	N'ayez pas peur de cette question car le fait de gagner de l'argent est un processus qui prend le temps du développement. Ce qui importe, c'est de fièrement leur dire que vous gagnez encore peu mais que le jour où ce que vous avez fait aujourd'hui sera multiplié par 10, vous aurez 10 fois plus. Revenir sur le concept.

(Je n'ai pas de vision, pas de désirs)	Cette objection n'est jamais formulée dans ces termes ; elle transparait néanmoins très fréquemment au cours des conversations. Dans ce cas, il n'y a pas d'autre solution que d'encourager votre contact à venir assister à une soirée d'information sur l'affaire ou sur l'aloé vera afin qu'ils puissent ressentir quelque chose de nouveau, de différent, qui leur ouvrira de nouvelles perspectives.
Ce n'est pas le moment	Lorsqu'une personne a cette objection c'est parce qu'elle imagine qu'il y a des choses à FAIRE ! Il faut lui expliquer que le réseau est surtout affaire de satisfaction des produits et que rien n'empêche dans un premier temps, de commencer à les consommer en fonction uniquement des besoins personnels. Ce sera du temps et de l'expérience de gagnés lorsque viendra le moment d'en parler à d'autres. Rappelez-leur le concept de vente par correspondance pour tous, à prix d'usine (LR, c'est pour les clients malins !) Expliquez que parce qu'ils seront satisfaits des produits, ils en viendront tout naturellement à en faire la promotion, comme on recommande un bon film ou un bon bouquin à ses amis.

Sortir du cadre. Plus vos contacts en auront « marre d'en avoir marre »

- De devoir se priver
- De faire un métier qui ne leur convient pas
- De n'avoir jamais de temps
- D'être résignés
- De connaître des fins de mois difficiles
- D'être fatigués
- De n'avoir aucune perspective....

... plus il vous sera facile de les aider à « *réfléchir autrement* » (en réalité c'est notre seul réel travail : aider les autres à penser autrement, à oser ouvrir des portes, à dépasser leurs conditionnements et les limites qu'ils se fixent)

Souvenez-vous : un état d'esprit détaché du résultat vous garantit de n'être fâché avec personne et de ne pas vous retrouver dans une situation où vous faite « pression » sur votre prospect pour qu'il signe.

La présentation d'affaire, et puis après ?

Après chaque entretien que vous aurez eu avec un contact, accordez-vous un moment de réflexion pour repasser le film de votre présentation, fixer les phases qui ont « bien marché », repérer les moments où l'entretien laissait à désirer et ainsi pouvoir l'améliorer. Idéalement, vous devriez passer un coup de fil à votre leader et lui raconter le déroulement de votre présentation, pour...

... analyser votre présentation et déterminer quels sont les éléments que vous pouvez améliorer.

...voir ensemble la suite à donner selon la réaction du nouveau partenaire.



Attitude : Lâchez prise du résultat ... N'oubliez pas que vous offrez un cadeau que chacun est libre d'accepter ou de ne pas le reconnaître.

Un refus n'est jamais définitif. Souvent, une personne dit « non » parce que ce n'est tout simplement pas le bon moment pour elle.

Gardez bien à l'esprit **qu'avec ou sans cette personne, vous continuez.**

Que faire lorsque votre présentation a abouti à un nouveau partenariat ?

- **Fixer sans attendre un 2^{ème} rendez-vous** en précisant que ce sera l'occasion de pouvoir présenter les sites (LR et OrgaOne), le shop en ligne, répondre aux questions qui ne manqueront pas de survenir, etc...

Si la personne vous dit que ce second entretien n'est pas nécessaire, n'insistez pas, mais prévoyez, en le notant dans votre agenda, de la rappeler plus tard pour lui demander si tout est OK. (Prendre de ses nouvelles, lui donner des infos sur les produits, etc...)

Ce qui détermine la réussite d'une présentation, ce n'est pas ce que je dis. C'est ce que je suis.

BILAN 1^{ère} semaine

Notes personnelles :

Nombre de « coups de fils » donnés	
Nombre de rendez-vous effectifs	
Nombre de parrainages inscrits	
Nombre de refus nets	
Nombre de « je veux réfléchir »	

PV	
----	----------------------

Quelles difficultés avez-vous rencontrées ?

Votre indice de satisfaction : considérez votre attitude durant ces présentations d'affaire et attribuez-vous une évaluation sous forme de note s'échelonnant entre 1 et 10.

Mon indice de satisfaction	
----------------------------	----------------------

Prolongement

Parmi les personnes que vous avez parrainées et qui sont désormais partenaires LR, lesquelles, selon vous, seraient intéressées à développer leur propre activité ? Inscrivez ici leurs noms.

A ces personnes, proposez une seconde entrevue, d'environ 1 h. *(Vous trouverez en page suivante des propositions pour le contenu de cet entretien)*

Quelles sont les personnes en attente d'une décision et que vous devrez recontacter dans les jours qui viennent ?

Nouveaux partenaires à inviter pour participer au prochain séminaire de base

 Il est souhaitable que tous les nouveaux parrainés participent, au moins une fois, à une présentation publique de LR. Cela aura pour effet de libérer leur bonus (pour les Suisses) lorsqu'ils y auront droit et leur permettra de prendre la pleine mesure du formidable potentiel qu'offre l'activité LR.

Rares sont les nouveaux partenaires qui s'y rendront seuls ! Il est quasi indispensable que vous les accompagniez pour que vous puissiez répondre aux questions qui ne manqueront pas de surgir, écouter leur commentaires, les encourager lors de leurs premiers pas avec LR.

Le second entretien.

Vous l'aurez fixé avec votre nouveau partenaire le jour même de son parrainage et il aura lieu dans les jours qui suivent.

Au cours de cette entrevue (compter env. 1 heure), vous...

- Verrez avec lui (pour autant qu'il ait reçu sa commande) le contenu de son colis.
- Lui expliquerez l'usage des documents, ce qu'est son numéro de partenaire avec son code indispensable pour ses commandes
- Créez avec lui sa page de profil sur le site LR
- Lui montrerez comment il pourra naviguer dans son espace personnel du site LR
- Etablirez avec lui ses objectifs et évaluez ses motivations.
- Lui expliquerez la liste de noms. Si nécessaire, vous l'aidez à commencer la sienne.
- Lui enseignerez comment passer un appel de prise de contact et comment conduire une présentation d'affaire.
- Lui communiquerez les dates des prochains séminaires
- Lui montrerez comment aller récupérer des informations ou télécharger des documents sur le site www.orgaone.ch



Cet entretien revêt une importance particulière pour la suite de votre relation : il vous permettra de « sonder » votre nouveau partenaire et d'évaluer sa motivation et son intérêt à se lancer lui aussi dans l'aventure. C'est là que vous pourrez juger si vous avez devant vous un consommateur de produits ou un réel partenaire avec qui vous allez pouvoir faire un bout de route dans l'aventure LR.

Si vous avez quelque chose à gagner et rien à perdre en demandant, alors demandez !

Semaine 2

Vos ressources : vous avez vu comment prendre des rendez-vous par téléphone. Vous avez réalisé qu'il n'est pas difficile de décrocher un entretien avec une connaissance et vous vous êtes exercé à la présentation d'affaire.

La suite de votre démarche va consister à... faire la même chose ! Prises de contacts directes ou par téléphone, présentations d'affaire, parrainages. Vous prendrez ainsi de plus en plus d'assurance, il est donc important de poursuivre dans cet élan. Vous allez affiner vos savoir-faire, vous deviendrez plus vigilant à votre attitude et plus réceptif aux messages de vos interlocuteurs. Vous serez à même de mieux prendre conscience de vos maladresses ou erreurs et ainsi de pouvoir les corriger.

challenge

Fixez-vous un minimum de 3 présentations d'affaire au cours de cette semaine.

BILAN 2^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de « coups de fils » donnés	
Nombre de rendez-vous effectifs	
Nombre de parrainages inscrits	
Nombre de refus nets	
Nombre de « je veux réfléchir »	

Quelles difficultés avez-vous rencontrées au cours de cette 2^{ème} semaine ?

Votre indice de satisfaction

PV

Prolongement

Personnes parrainées qui seraient intéressées à développer leur propre activité :

Personnes en attente d'une décision et à recontacter dans les 48 h :

Nouveaux partenaires à inviter pour participer au prochain séminaire de base :

© Clin d'œil : certaines personnes à qui vous avez présenté LR n'en veulent pas et vous ont dit non ? Reportez-vous à la page suivante



Ma liste de NON	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	

👉 Aurez-vous la persévérance de continuer votre activité malgré les « non » ? Et pourtant...
Pourtant, il y a fort à parier que lorsque votre liste sera riche de 100 refus, vous aurez atteint le
niveau de 21 % !

Quel intérêt, direz-vous, peut avoir un tel inventaire, qui pourrait vous paraître douloureux ? A
quoi bon s'attarder sur ce qui est passé et fixer ces « échecs » sur le papier ?
Sachez qu'un « **non** » **n'est jamais définitif**. Vous verrez qu'avez le temps, pour reviendrez à
cette liste et que vous estimerez peut-être qu'il est bon d'en recontacter certaines personnes.

Semaine 3

Vos ressources : vos premiers succès figurent maintenant sur votre page personnelle du site LR, exprimés en PV et vous pouvez, de jour en jour, suivre votre progression ainsi que celle de vos partenaires. Vous voyez mieux maintenant la nécessité de personnaliser votre présentation d'affaire en l'adaptant fonction du profil et de l'attitude de vos prospects.

La suite de votre démarche s'inscrit dans le prolongement des deux semaines précédentes. Contacts avec des personnes figurant sur votre liste de noms, présentations d'affaire, parrainages.

challenge

Parlez de votre activité et de LR à au moins 3 personnes chaque jour.

BILAN 3^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de « coups de fils » donnés	
Nombre de rendez-vous effectifs	
Nombre de parrainages inscrits	
Nombre de refus nets	
Nombre de « je veux réfléchir »	

Quelles difficultés avez-vous rencontrées au cours de cette 3^{ème} semaine ?

Votre indice de satisfaction

PV

Prolongement

Personnes parrainées qui seraient intéressées à développer leur propre activité :

Personnes en attente d'une décision et à recontacter dans les 48 h :

Nouveaux partenaires à inviter pour participer au prochain séminaire de base :

Lorsqu'on présente LR, il est rare que nos contacts adhèrent spontanément et sans réserve à ce concept. Rien d'étonnant à cela. D'une part parce que nous subissons quotidiennement un tel nombre de sollicitations publicitaires, que ce soit par le biais des médias ou directement par démarchage téléphonique, que ce harcèlement finit par générer une légitime méfiance. D'autre part, ce que nous leur proposons risque de remettre en question leurs habitudes, de bousculer leur quiétude quotidienne. Paradoxalement, certaines personnes sont mécontentes de leur situation actuelle mais ne veulent surtout rien entreprendre pour s'en sortir. Le fait que ce que vous leur proposez soit

absolument sans risque ne change rien à cette attitude frileuse. Ils expriment alors leurs craintes en formulant des objections, plus ou moins judicieuses. Objections qu'il est très intéressant, et instructif, de considérer. Nous vous proposons, à la page suivante, de les collecter et de chercher quelles pourraient être les réponses à apporter à ces objections.

Il faut ici préciser que votre argumentation consistera à les aider à voir les choses sous un autre angle, à réfléchir autrement. Efforcez-vous de les encourager à franchir la porte de la résignation.



L'activité LR, vraiment sans risque ?

Aux yeux de vos prospects, l'activité que vous présentez comporte de grands risques ! Des risques qu'ils ne formuleront pas sous cette forme-là mais que vous pourrez, avec un peu d'habitude, facilement décrypter avant d'y apporter des réponses rassurantes :

- Risque de changer sa vie
- Risque de devoir se remettre en question
- Risque d'échouer
- Risque de réussir
- Risque de devoir renoncer à certaines habitudes
- Risque de se lancer et de perdre son temps
- Etc....



Inscrivez ci-dessous les objections que vous avez rencontrées.
Pour chacune d'entre-elles, imaginez quel pourrait être l'argument qui
répondrait au mieux à cette objection. (Si cela vous paraît difficile, relisez les
pages 37 à 43)

Exemple : je n'ai pas le temps pour une telle activité

Miroir, mon beau miroir...

Comme vous le savez, les objections prendront de nombreuses formes différentes et il est intéressant d'observer que bien souvent elles sont le reflet de... nos propres craintes ! Elles sont alors révélatrices d'aspects de notre activité que nous-mêmes n'avons pas toujours intégrés ou résolus.

Semaine 4

Vos ressources : vous parlez maintenant de LR avec une relative aisance et chaque rencontre, quel qu'en soit le résultat, est l'occasion pour vous d'acquérir des expériences et des enseignements qui vous renforcent dans votre démarche ; plus vous pratiquez, plus vous apprenez. Vous commencez à aider vos partenaires qui voudraient eux aussi passer à l'action, mais ne savent pas comment s'y prendre.



Donnez du temps au temps ! En considérant sur le site LR le nombre de PV obtenus peut-être aurez-vous eu le sentiment que, finalement, tout va trop lentement. Souvenez-vous du principe de démultiplication. Votre réseau prendra véritablement de l'ampleur lorsque vos partenaires auront, à leur tour, commencé à développer leur propre réseau.

BILAN 4^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de « coups de fils » donnés

Nombre de rendez-vous effectifs

Nombre de parrainages inscrits

Nombre de refus nets

Nombre de « je veux réfléchir »

Le succès est une conséquence,
pas un but

Difficultés rencontrées au cours de cette 4^{ème} semaine

Votre indice de satisfaction

PV

Prolongement

Personnes parrainées qui seraient intéressées à développer leur propre activité :

Personnes en attente d'une décision et à recontacter dans les 48 h :

Nouveaux partenaires à inviter pour participer au prochain séminaire de base :

Quelles sont les 3 actions que je peux
faire aujourd'hui pour progresser
vers mon but ?

Semaine 5

Vos ressources : il ne tient qu'à vous pour que vos épreuves deviennent votre force ! Au fil de votre cheminement, des soupçons de découragement ou de doutes ont peut-être fait irruption dans votre esprit. Or on ne réussit rien lorsque le doute prend les commandes de notre vie et agit comme un poison. Heureusement, il existe des antidotes. Nous vous en suggérons 3 :

1. Relisez, à la page 10 de ce document, votre vision dans 5 ans. C'est là que réside la motivation qui vous fera surmonter tous les obstacles. C'est pour atteindre ces objectifs que vous vous êtes démené et que vous vous battez aujourd'hui.
2. Appelez votre leader. Au risque de nous répéter, souvenez-vous qu'il a passé par les mêmes étapes, parfois pénibles, que vous. Il vous aidera à analyser la situation et vous suggérera des solutions pour vaincre les difficultés et aller de l'avant.
3. Lisez des ouvrages traitant du marketing de réseau (par ex. *Destination Diamant* ou *Votre 1^{ère} Année en MLM* ou encore *Marketing de Réseau 101*).

Au cours de votre progression, vous constaterez que vous devrez parfois « repartir à zéro ». Si vous êtes capable de rebondir sur les déceptions et les découragements, si vous savez transformer les difficultés pour en faire des ressources dynamiques, vous deviendrez véritablement indéracinable.

A méditer

Aucun sportif n'est jamais devenu champion en restant assis et en méditant ! Aucun artiste n'a accédé à la reconnaissance et au succès sans rencontrer d'innombrables obstacles, souvent pénibles, qu'il aura dû vaincre l'un après l'autre. C'est dans la difficulté que l'homme se révèle et trouve sa vraie mesure.

Rien dans la vie ne se crée dans la quiétude, la tranquillité ou encore l'inaction. Il faut, au contraire, appeler de nos vœux et rechercher les tensions qui, elles, sont génératrices de génie. Votre activité LR n'échappe pas à cette règle universelle.

Garder le contact

Il est important que vous gardiez le contact avec vos partenaires, que vous encouragiez la communication. Avec tous ?

Non ! Certains d'entre eux ont adhéré à LR uniquement pour pouvoir consommer des produits et faire des économies et ne veulent rien savoir du « business ». Ceux-là, laissez-les en paix, mais prenez soin de les informer ponctuellement des actions en cours.



En revanche, aux yeux de vos partenaires plus actifs, vous devez être une référence, celui qui écoute et propose des solutions aux problèmes, celui qui recadre, celui qui analyse les résultats, qui corrige les attitudes bref, vous devez assumer **votre place de leader**.

La vision

Où donc puisez-vous votre force ?

Il est fort probable que si vous trouvez en vous la force de surmonter les obstacles (les « non », les déceptions, les promesses non tenues, etc...) c'est que vous avez **l'inébranlable conviction** que vous réussirez dans votre entreprise et que rien ni personne ne pourra vous en détourner. Réussirez quoi ? A atteindre vos buts, à réaliser vos rêves. Vous avez cette **vision** et c'est elle qui constitue votre véritable force.

Mais posez-vous la question : vos partenaires ont-ils la même force de conviction ? Avez-vous réussi, non pas à leur communiquer votre propre vision, mais à les aider à trouver la leur ?

C'est là que réside le talent des authentiques leaders : dans la faculté d'être un révélateur, celui qui aide les autres à atteindre et réaliser leur plein potentiel.

Présentez des produits à votre prospect, vous aurez un client.

Présentez-lui le concept LR, vous aurez un partenaire.

Aidez-le à révéler sa propre vision, vous aurez un leader.

Si j'étais absolument certain de réussir,
qu'est-ce que j'entreprendrais
aujourd'hui ?

BILAN 5^{ème} semaine

Désormais, vous ne trouverez plus dans ce bilan certains éléments, comme le « nombre de refus », qui pouvaient présenter un certain intérêt lorsque vous démarriez votre activité, mais qui, maintenant, n'apportent aucune valeur significative. Il en va de même pour l'indice de satisfaction. Seuls comptent les résultats positifs qui contribuent à votre progression.

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Que pourriez-vous encore améliorer dans votre présentation ?

Prolongement

Personnes parrainées qui seraient intéressées à développer leur propre activité :

Personnes en attente d'une décision et à recontacter dans les 48 h :

Nouveaux partenaires à inviter pour participer à la prochaine présentation publique :

Partenaires à contacter pour leur proposer un atelier de formation :

A faire

Créez 2 groupes de destinataires d'emails de vos partenaires :

Les actifs (vos partenaires motivés), à qui vous communiquerez les dates des prochains événements LR et OrgaOne, vos initiatives personnelles, etc... Ne craignez jamais de harceler ces personnes, de leur communiquer trop d'informations. Si c'était le cas, ils sauraient vous le faire comprendre !

Les **consommateurs**, à qui une fois par mois vous communiquerez les actions car il se peut qu'ils ne soient plus tenus au courant des offres du mois, soit parce qu'ils se sont désabonnés de la newsletter informatique, soit parce qu'ils n'ont rien commandé durant 3 mois de suite et de ce fait ne reçoivent plus le catalogue mensuel. Il peut donc être judicieux de leur envoyer par email le **lien du LR world** que vous obtenez depuis votre espace partenaire avec un petit mot les encourageant à aller jeter un œil sur telle ou telle action.

Laissez les seconds tranquilles, ce qui ne doit pas vous empêcher, une fois par mois, de les informer des actions en cours ! N'oubliez pas que vos partenaires qui ne commanderont chez LR que de temps en temps, ne recevront pas toujours le catalogue mensuel avec les actions. A eux aussi, il peut être utile de leur envoyer par email le **lien du LR world**.



Rien ne remplace le contact par téléphone. Lui seul vous permet de « sentir » vos partenaires, d'évaluer leur motivation, de pouvoir ainsi anticiper sur leurs propres doutes. Prenez de temps en temps des nouvelles de vos partenaires consommateurs car il arrive parfois qu'ils ne se souviennent plus de comment procéder pour passer une commande ; ils peuvent aussi avoir égaré leur carte et n'osent pas en redemander une à LR. Sachez qu'ils vous seront reconnaissants d'avoir pris de leur nouvelles.

Suggestion d'activité



Avec l'aide de votre leader d'organisation, nous vous proposons d'organiser, à votre domicile ou chez un de vos partenaires, une soirée **aloé vera et santé**. Invitez des amis, des connaissances, des collègues, votre famille, à venir découvrir cette plante aux innombrables vertus, en leur précisant bien, dans vos invitations, qu'il ne s'agit pas de vente de produits, mais bien d'une **soirée d'information**. Le thème de ces rencontres, placées sous le signe de la découverte et de la convivialité, sera la **santé**.

Le but de ce genre de réunion n'est pas de réaliser des ventes de produits santé mais de faire connaître votre activité à vos proches. Une soirée de ce type vous apportera certainement quelques parrainages parmi les auditeurs curieux d'essayer une cure d'aloé vera ou de Mind Master. Ce seront de futurs consommateurs et peut-être un jour voudront-ils à leur tour développer mais rien n'est plus incertain. Les soirées santé sont de très bonnes occasions pour faire découvrir à votre entourage votre nouvelle activité.

Conseil : ne parlez pas du concept LR durant ce genre de réunion, ce serait mal perçu. Souvenez-vous que vos invités sont venus pour assister à un exposé sur la santé, et non pas pour « subir » une présentation d'affaire et il serait indélicat de tenter de les convaincre de devenir partenaire. Contentez-vous de répondre à leurs questions, sans exercer la moindre pression sur eux. En revanche, n'hésitez pas à leur proposer, s'ils désirent en savoir plus, de les revoir ultérieurement pour leur en parler.

Réflexions...

Vous avez à ce jour enregistré un certain nombre de parrainages. Si vous pensez aux personnes qui ont accepté de vous suivre, seriez-vous capable de dire pourquoi elles l'ont fait ? Savez-vous pour quelle raison ces contacts vous ont accordé leur confiance ?

Voyez ces quelques propositions et faites-vous une opinion avant de lire la suite.

- Pour la qualité et l'originalité des produits ?
- Pour le plan marketing et ses formidables possibilités de gains ?
- Pour le concept des voitures, Corsa et Mercedes ?
- Pour la personne qui leur a parlé de l'affaire, c'est-à-dire vous ?
- Pour la qualité des kits de démarrage et des documents ?
- Pour l'image de la société (30 ans, 400 millions de chiffre d'affaire) ?
- Pour le plaisir d'avoir des partenaires come Bruce Willis ?

Il est prouvé que pour la majorité de vos partenaires, loin devant tous les autres arguments proposés, les gens ont signé pour la personne qui leur a proposé l'affaire. Ce qui les attirés, c'est vous !

C'est parce que vous aurez inspiré confiance, parce que vous aurez su créer un climat sympathique, parce que vous aurez communiqué votre enthousiasme qu'à la fin d'une présentation vous repartirez avec un nouveau parrainage.

Le marketing n'est pas une question de chiffres, de bonus, de plan de rémunération, ce n'est pas une affaire de produits, aussi bons soient-ils, c'est une affaire de personnes.

Ainsi, vous vous rendez compte que ce qui a intéressé vos partenaires à développer l'affaire comme vous, ce n'est pas Bruce Willis, ils s'en fichent. Et ce ne sont pas non plus l'aloé vera ou le Mind Master, mais bien cette porte que vous leur avez donné envie de pousser et qui s'ouvre vers de nouvelles perspectives.

Lorsque vous présentez LR, il n'y a qu'une seule règle qui compte : **vous devez aider les autres à faire le pas suivant**. Et pour les aider, vous devez commencer par les écouter. C'est pour cela que nous avons deux oreilles et une seule bouche ! On vous conseille souvent d'être bavard, c'est la condition de la réussite, mais cela n'est pas tout à fait exact. Lorsque vous faites une présentation, vous devez vous intéresser à l'autre et déployer vos antennes. Non pas l'antenne émettrice mais les antennes réceptrices, celles de l'écoute.



Un sondage a montré que 80 % de nos problèmes courants pourraient être résolus avec de l'argent et il y a fort à parier que l'activité LR serait la solution à nombre de problèmes de vos contacts.

Bien sûr, vous allez un peu parler de vous, leur expliquer pourquoi vous faites LR. Mais là encore, cela va les intéresser. Pourquoi ? Parce qu'en vous écoutant, ils entendront leur propre histoire. Vous leur parlerez de vos problèmes de santé, ils en ont aussi. De vos problèmes d'argent ? Ils rencontrent les mêmes. Ils pourront donc s'identifier à vous. Et si, lorsque vous aurez terminé votre présentation, ils se disent :

« ce que cette personne vient de me dire, je peux le dire aussi », c'est gagné !

En d'autres termes, vous devez être imitable.

Autre élément qui revêt une grande importance : les gens veulent être coachés ; ils ont besoin de vous, de votre présence rassurante, de votre expérience pour les assister dans le démarrage de leur activité.

En résumé : si vous voulez que des partenaires vous suivent sur la voie du succès, intégrez ces deux principes:

- **j'écoute avant de parler.**
- **j'aide les autres à faire le pas suivant.**



Gardez en vous une attitude d'éternel apprenti ! Une personne qui entreprend une formation professionnelle va consacrer, au minimum, 3 ans pour apprendre son métier. En réalité, vous aurez besoin de moins de temps pour réussir avec LR, mais voyez cette première année d'activité comme une véritable période d'apprentissage, sans tirer de conclusions hâtives.

Et ainsi de suite jusqu'au niveau Junior Manager.

Rappel : pour atteindre ce titre, vous devrez comptabiliser, dans le même mois :

4000 PV avec 2 lignes à 6 %.

Vous allez donc poursuivre sur cette voie et continuer à employer vos recettes et attitudes qui ont fait leurs preuves jusqu'à ce jour. Mais nous vous proposons d'y ajouter une action importante : **l'appel de prise de nouvelles** ! De quoi s'agit-il ?

Cette démarche vise à recontacter les personnes que vous avez parrainées à vos débuts et qui vous avaient confié qu'ils ne voulaient pas être actifs. Nous vous conseillons de reprendre contact avec elles, simplement pour prendre de leurs nouvelles. Les questions que vous leur poserez pourraient être celles-ci : « Vous êtes certainement satisfait des produits car je vois que vous en commandez régulièrement. Vous aimeriez que je vous réexplique comment on peut s'assurer un revenu complémentaire avec LR ? »

Vous constaterez que vous serez généralement très bien accueilli par vos contacts et certains voudront effectivement que vous leur présentiez à nouveau le concept. Parfois vous serez surpris de leurs réponses, sur lesquelles vous devrez rebondir. Exemples :

- J'en ai déjà parlé autour de moi mais ça n'intéresse personne
- J'ai mis l'Aloé Vera à la cave, je ne la supporte pas
- Je voulais t'appeler mais je ne voulais pas te déranger
- Je voudrais passer une commande mais je ne sais plus où j'ai mis ma carte
- Etc..

La lecture de ces quelques exemples aura sans doute provoqué en vous la même réaction que face à une objection. Comment allez-vous pouvoir exploiter cette réponse pour recréer de l'intérêt chez cette personne ?

Voici quelques suggestions de réponses :

« J'en ai parlé autour de moi, mais ça n'intéresse personne »

- Tu es trop pressé ! J'aurais voulu que nous préparions ensemble ces rencontres afin de te donner toutes les chances qu'elles aboutissent à une réussite. Mais comme tu

m'avais déclaré que tu ne t'intéressais pas au développement d'une affaire, je t'ai donc laissé tranquille. Est-ce que tu as changé d'avis ? Voudrais-tu que nous en reparlions ?

« J'ai mis l'aloé à la cave car je ne le supporte pas »

- Si tu m'en avais parlé, je t'aurais mis en garde contre une éventuelle aggravation thérapeutique. Cela arrive parfois, c'est un des effets de l'aloé qui fait un travail d'élimination au niveau cellulaire. Je t'aurais alors conseillé de poursuivre ta cure, en diminuant simplement la dose journalière. Serais-tu prêt à faire une nouvelle tentative ?

« J'avais l'intention de t'appeler mais je ne voulais pas te déranger »

- Tu sais que j'ai donné une grande priorité à LR pour améliorer ma vie, alors tu ne m'aurais pas dérangé du tout ; au contraire, cela me fait du bien de voir que des gens s'intéressent.

« Je voudrais passer une commande mais je ne sais plus où j'ai mis mon mot de passe LR »

- Pas de problème, nous allons en redemander un à LR

BILAN 6^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Que pourriez-vous encore améliorer dans votre présentation ?

Prolongement



Le marché « tiède », ça existe ?

On appelle « marché chaud » le cercle des personnes avec qui nous entretenons des relations de parenté et d'amitiés. C'est en priorité à elles que nous nous adressons lorsque nous démarrons une activité LR et c'est probablement grâce à ce marché chaud que vous avez atteint vos premiers objectifs.



Le « marché froid » est constitué par des nouveaux contacts, que nous ne connaissons pas.

Mais existe-t-il un « marché tiède » qui serait composé de gens que nous avons connus, dans le passé, mais avec qui nous n'avons pas entretenu de relations depuis longtemps, de nombreux mois, voire plusieurs années ?

Oui, bien sûr. Et c'est probablement là, dans ce réservoir d'anciennes fréquentations, que vous trouverez vos meilleurs partenaires ! Le problème, c'est que très souvent nous n'osons pas les contacter. Les appeler pour leur proposer une affaire commerciale nous semble une épreuve insurmontable ! Pourquoi ce malaise ? Parce que nous ressentons une forme de culpabilité vis-à-vis de ces personnes. Nous avons l'impression de les appeler pour leur « vendre » quelque chose et nous nous demandons « qu'est-ce que cette personne va penser de moi si je l'appelle après tout ce temps de silence, pour lui proposer LR ? »

Savez-vous que plus de **70 % des ménages suisses** (dans les autres pays d'Europe le taux est probablement supérieur) **connaissent des fins de mois difficiles**, avec moins de Fr. 50.00 dans le porte-monnaie ?

Cela signifie que vous avez 70 % de chance de tomber sur une personne qui vous sera reconnaissante si vous lui présentez un moyen d'obtenir des revenus complémentaires.

Voici un exemple de reprise de contact. A vous de vous en inspirer pour ensuite créer votre propre message d'appel.

- *Bonjour Louis, c'est Phil Defferre. Je ne sais pas si tu te souviens de moi, nous avons fait notre école de recrue ensemble...*
- *Ah oui...*
- *Voilà, je t'appelle pour une raison professionnelle. Je me suis lancé dans une activité indépendante, qui marche bien, qui est en pleine expansion, et je cherche des partenaires dans ta région, pour pouvoir agrandir mon affaire. J'ai pensé à toi (à vous de vous adapter selon les possibilités suivantes)*

1. *parce que je me souviens de toi comme étant quelqu'un de dynamique etc....*
2. *parce que dans la région où tu vis, il y a un fort potentiel de développement.*
3. *parce que je ne sais pas comment la vie a évolué pour toi*

Serais-tu d'accord que nous nous rencontrions afin que je t'explique ce que je fais ? Tu pourrais ensuite me donner ton avis et me dire ce que tu en penses. Et puis quoi qu'il en advienne, cela me fera plaisir de te revoir.

BILAN 7^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Que pourriez-vous encore améliorer dans votre présentation ?

Prolongement



10 prises de contact donnent lieu à

7 - 8 présentations, qui donnent lieu à

5 ou 6 parrainages.

Ces chiffres peuvent grandement différer selon que l'on s'adresse à des proches, à de bonnes connaissances ou, au contraire, au « *marché froid* ». Il n'est pas rare de voir des gens débiter dans leur recherche de partenaires et enregistrer 8 parrainages en faisant 10 présentations d'affaire !

BILAN 8^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Que pourriez-vous encore améliorer dans votre présentation ?

Prolongement

Je m'entraîne à la réussite en lui
faisant faire chaque jour un peu
d'exercice

BILAN 9^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Que pourriez-vous encore améliorer dans votre présentation ?

Prolongement

challenge

Fixez-vous **2 objectifs que vous vous engagez à atteindre** dans le courant de la semaine prochaine. Ecrivez-les, de façon à les avoir constamment sous les yeux.

Objectif 1 : je m'engage à

Objectif 2 : je m'engage à

BILAN 10^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Prolongement

Méritez-vous une correction ?

Tous les adeptes de voyages en voiliers vous le confirmeront : ce n'est pas le vent qui les mène jusqu'à l'escale désirée, c'est le bon réglage de leurs voiles.

Si vous avez le sentiment que votre objectif vous échappe, que vous n'allez jamais atteindre vos buts, n'accusez pas le destin ou les aléas de la vie, ne dites pas « c'est à cause de mes partenaires qui ne veulent pas développer ou qui ne recommandent pas de produits ».

La vérité, c'est que vous avez besoin d'une correction ! Un réglage de voiles est nécessaire et c'est le rôle de votre leader de vous aider à le réaliser.

Vous savez ce qui vous reste à faire....

BILAN 11^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire

Nombre de parrainages inscrits

PV

Prolongement

PV - GV, de quoi parle-t-on ?

- A chaque produit LR est attribué une certaine **valeur** exprimée en **PV**, qui est invariable.



Par exemple, cette bouteille d'aloé vera gel au miel, qu'elle soit vendue au Portugal, en Suisse ou en Russie, vaut **38 PV**.

Cela garantit vos décomptes mensuels d'être toujours crédités des mêmes valeurs, où que soient domiciliés vos partenaires. Les PV expriment donc le volume du chiffre d'affaire réalisé dans votre structure.

- Le **GV** est le **taux de change** que LR applique pour « traduire » en monnaie nationale les montants des bonus. Ce taux varie d'un pays à l'autre.

Suisse : 1 PV = env. 0,75 GV*

France : 1 PV = env. 0,5 GV*

***Attention : le rapport PV – GV peut parfois varier. Il n'est notamment pas le même en cas d'abonnements,, lorsque LR fait des actions, des offres spéciale, etc...**

Exemple de calcul :

Je termine le mois actuel avec 600 PV personnels. Combien puis-je espérer recevoir de bonus ?

Avec 600 PV, j'ai droit à un bonus de 6 %

Calcul :

Suisse :

$600 \times 0,75 = 450 \text{ GV}$

$450 \times 6/100 = 27.- \text{ Fr.}$

Bonus : 27 Fr.

France :

$600 \times 0,5 = 300 \text{ GV}$

$300 \times 6/100 = 18 \text{ Euros}$

Bonus : 18 Euros

12'000 PV = **21%**

8'000 PV = **16%**

4'000 PV = **14%**

2'000 PV = **11%**

1'000 PV = **9%**

500 PV = **6%**

250 PV = **3%**

BILAN 12^{ème} semaine

Notes personnelles :

Nombre de présentations d'affaire		
Nombre de parrainages inscrits		
	PV	

Prolongement

Objectif atteint ?



Si NON

Poursuivez vos efforts avec ténacité car ce but, si vous le voulez vraiment, ne peut pas vous échapper. Si vous en ressentez le besoin, reprenez contact avec votre leader pour faire avec lui le point de la situation et voir ce que vous pouvez améliorer dans votre activité.

si oui vous êtes Junior Manager

Félicitations !

Avez-vous fêté cette 1^{ère} étape ?

Et pourtant vous le méritez ! Il est bien sûr important que votre entourage, ou que votre leader, vous montre sa reconnaissance, mais il est tout aussi important que VOUS vous accordiez une récompense. Récompense bien méritée, car c'est lorsqu'on débute l'activité que le travail est le plus ingrat.





Choisir une voiture pour changer de vitesse

Le titre de JUNIOR MANAGER est accompagné du premier signe de reconnaissance de la part de la société LR : la possibilité de bénéficier du leasing pour une voiture Mercedes (pour la Suisse) ou Renault Clio ou Capture (pour la France) Que répondrez-vous lorsque LR vous invitera à en bénéficier ?

Si vous l'acceptez, vous remarquerez rapidement qu'elle constitue une excellente carte de visite. Aux regards de vos parents ou amis (souvenez-vous de ceux qui, à vos débuts, doutaient de vous), de vos partenaires, vous gagnerez en crédibilité et vous allez vous assurer de faire de substantielles économies puisque dès le deuxième mois de qualification Junior Manager, LR vous offre une prime mensuelle qui s'ajoutera à vos bonus.

Et maintenant...

DESTINATION MANAGER

Edition OrgaOne

Juillet 2019