

Mireille Corajod

Bertrand Freymond

Leader d'Organisation en 24 mois

Feuille de route

De **MANAGER** à **JUNIOR LEADER DE TEAM**



OrgaOne





Semaine 1 : **ACTION**

A faire :

- Faites une arborescence de votre réseau de façon à en avoir une vision claire
- Réunissez vos partenaires (viendront ceux qui sont vraiment motivés à avancer) pour une soirée avec votre leader dans l'idée de faire le point, d'instaurer un esprit d'équipe et commencer à élaborer avec eux une stratégie de réussite.
- Accordez-vous quelques minutes pour cocher parmi les affirmations suivantes celles que, en toute sincérité, vous pouvez reconnaître comme assimilées.

J'ai un ou des objectifs clairement définis.	☐
A chaque occasion, je complète et enrichis ma liste de noms	☐
Je suis à l'aise avec les appels de prise de contact	☐
Au début d'une présentation d'affaire, je prends le soin de bien écouter mon prospect. Je ne commence pas ma présentation avant de connaître ses besoins, ses désirs, ses rêves.	☐
J'accorde la priorité à présenter le concept LR, davantage que les produits	☐
Je n'ai aucune difficulté à parler de LR à au moins 2 personnes par jour	☐
Je continue à faire des parrainages directs	☐
Je suis attentif à répondre à chaque opportunité qui s'offre à moi de créer de nouveaux contacts.	☐
Je soigne ma présentation personnelle car je suis la carte de visite de mon entreprise	☐
Je m'efforce d'être toujours ponctuel à mes rendez-vous	☐
J'invite systématiquement mes nouveaux partenaires à participer à un séminaire de démarrage.	☐
Je sais où trouver les documents nécessaires à mon développement (formulaires, info, actions, parrainages à l'étranger...)	☐

De Manager à Junior Leader de Team

☞ Consacrez maintenant davantage de temps à aider ceux de vos partenaires en profondeur qui ont manifesté des signes d'intérêt pour l'activité LR (séminaire de base, soirée aloé vera, désir d'être formé etc,) mais sans oublier que votre priorité doit être encore et toujours de réaliser des parrainages directs. Si vous vous sentez un peu limité par le temps que vous pouvez consacrer à cela, confiez une de vos profondeurs à votre leader pour qu'il puisse renforcer et stabiliser cette ligne.
Vous trouverez ci-après quelques suggestions pour vous aider dans cette démarche.

BILAN 1^{ère} semaine

Nombre de présentations d'affaire		
Nombre de parrainages inscrits		
Nombre de lignes à bonus		
	PV	

Notes personnelles

Quoi de nouveau ?

Le « **travail en profondeur** ». Il s'agit maintenant, outre le fait de continuer sans relâche à rechercher de nouveaux partenaires, d'aider vos parrainés qui vous ont confié leur envie de développer eux aussi l'activité. Qu'allez-vous leur proposer ?

- Une formation personnalisée, sous la forme d'entretiens individuels au cours desquels vous leur apprendrez à rédiger leur liste de nom, à faire un appel de prise de rendez-vous, à faire une présentation d'affaire, etc... Si vous sentez que la personne n'ose pas se lancer seule, et seulement dans ce cas-là, proposez-lui de l'accompagner en choisissant ensemble la personne à rencontrer. Assurez-vous que votre partenaire maîtrise la prise de rendez-vous.
- La participation aux différents séminaires et activités mis en place par Orga One et LR.



L' « **appel de bienvenue** ». Dorénavant, votre réseau va se développer en profondeur, par l'apport de nouveaux parrainés inscrits par vos lignes directes. Une bonne habitude à adopter consiste à être attentif à toutes les nouvelles inscriptions survenant dans votre structure puis, une dizaine de jours après leur adhésion, à appeler ces personnes, lesquelles, en principe, ne vous connaissent pas encore. Votre appel pourrait avoir cette forme :

« Bonjour, je me nomme XY et je suis junior manager chez LR. Un/une de mes partenaires vous a présenté LR et j'ai vu que vous avez passé une première commande. Je voulais simplement vous souhaiter la bienvenue chez LR et m'assurer que vous avez bien reçu cette commande. Est-ce que tout est conforme à ce que vous vouliez ?

« ».

Je suppose que mon/ma partenaire vous a également expliqué qu'il existe une possibilité, pour celles et ceux qui le souhaiteraient, de gagner quelques revenus complémentaires grâce à LR. Est-ce que cela vous intéresserait ?

« »

Souhaiteriez-vous que nous nous rencontrions un jour prochain afin que je vous explique comment passer une commande sur le site LR, que faire des documents, etc... ?

« »

Je vais vous envoyer une invitation avec les informations concernant nos présentations.

De Manager à Junior Leader de Team

👉 Vous pouvez demander à votre Leader d'Organisation la liste complète des membres de votre réseau, avec leur numéro de téléphone et/ou leur adresse de messagerie internet. A la demande, il peut aussi vous envoyer uniquement la liste des nouveaux inscrits durant le mois. Utile lorsqu'on veut passer les appels de bienvenue ou envoyer une information à toute la structure.

Vous trouvez ces mêmes informations sur LRmyOffice

LR a mis à votre disposition ce nouveau programme de gestion de votre réseau (LRmyoffice) accessible depuis votre page d'accueil. Il vous donne accès à quantité d'informations : performances personnelles, activités dans votre structure, nouveaux partenaires, vision de vos bonus, etc...

Apprenez à bien domestiquer cet outil afin d'en maîtriser toutes les ressources. Vous verrez qu'il deviendra très rapidement indispensable pour vous aider à avoir une bonne vision de votre structure.

challenge

Laquelle de ces expressions allez-vous adopter ?

1. Je voudrais devenir Leader d'Organisation chez LR
2. Je veux devenir Leader d'Organisation chez LR
3. Je prends l'engagement de devenir Leader d'Organisation chez LR

Les attitudes qui vous permettront de développer votre profil du leader :

- **S'inspirer des exemples et les suivre** : tout processus d'apprentissage consiste à maîtriser des nouvelles compétences. Pour cela, il n'y a rien de mieux que de s'inspirer de l'expérience de ceux qui ont suivi la même formation et qui ont réussi dans la même discipline. Les sources sont nombreuses : les séminaires avec des leaders confirmés (y compris les séminaires en Suisse alémanique organisés par LR), les livres, les vidéos, les formations et ateliers en live, les amis, collègues et toute personne inspirante pour vous.

Vous voulez gagner 2000 francs (ou 2000 euros) avec votre activité LR ? Entourez-vous de gens qui gagnent 2000 francs ou plus avec LR. Observez leur mode de fonctionnement, assimilez leur savoir-faire. Si leurs méthodes marchent pour eux, elles marcheront pour vous.

- **Pratiquer** : l'appréhension que l'on peut parfois ressentir avant de faire des appels téléphoniques de prise de rendez-vous ou juste avant une présentation d'affaire peut facilement être contournée en adoptant une méthode de champion sportif ! Dans l'exercice de son sport, de son art ou de quelque autre activité, l'important est de pratiquer de façon régulière, de répéter inlassablement les mêmes savoir-faire de façon à les intégrer complètement. Petit à petit, les appels et les présentations perdront leur caractère exceptionnel, deviendront une activité quotidienne et banale avant de devenir... un véritable plaisir, un challenge que l'on relève avec satisfaction. (Vous pouvez également proposer à votre leader de lui faire une présentation d'affaire pour qu'il puisse vous donner un retour sur votre prestation)

Accepter : une grande force morale consiste à accepter ce qui est ! Savoir accepter :

- que nos partenaires fraîchement parrainés ne soient pas animés par la même passion que nous.
- que l'apprentissage suive son cours à un rythme qui nous semble beaucoup trop lent.
- de ne pas entrer dans la logique de la gratification immédiate de nos efforts.

Les premières étapes de notre activité vous laissent parfois un sentiment d'inconfort et de frustration. Vous y avez consacré beaucoup de temps et d'énergie, vous avez essuyé des refus, peut-être certaines personnes en qui vous croyiez vous ont-elles déçu, certaines ont laissé repartir le colis de leur parrainage sans explication, d'autres restent bizarrement sourdes à vos appels, les bonus vous semblent peu élevés en regard du temps investi bref, les sujets de déception ne manquent pas. Vous mesurez l'écart amer entre vos rêves et les résultats concrets.

Il n'existe aucun moyen de les éviter. Nous devons donc accepter de ne pas nous rigidifier dans une attitude de fierté mal placée, accrochés à une image de soi que nous aimerions parfaite et imperméable à toute remise en question.

Vous devez savoir que tous les leaders, sans exception, sont passés par là ! Tous ont connu leur traversée de désert et aucun d'entre eux ne peut se vanter d'avoir réussi sans passer par la case « doutes et découragements ». Ils ont su surmonter les obstacles et sont devenus ce qu'ils sont aujourd'hui : des gens que l'on envie, que l'on imite parce qu'ils sont devenus des modèles de réussite. La matière première de leur succès se nomme LA PERSEVERANCE.

« Si tu as l'impression de traverser le désert, surtout continue à marcher »

Winston Churchill »

Ces « passages à vide » sont suffisamment dommageables pour que nous y consacrons toute une partie de cet opuscule. Ce fera sur vous l'effet d'un supplément d'adrénaline ! Vous la trouverez dans les pages suivantes.

Semaine 2

BILAN 2^{ème} semaine

Nombre de présentations d'affaire	
Nombre de parrainages inscrits	
Nombre de lignes à bonus	
	PV

Notes personnelles

 Ce bilan est le dernier que vous trouverez dans cette brochure. Si vous avez pris l'habitude de le faire chaque semaine, vous avez pu mesurer l'utilité d'un tel exercice. Poursuivez, sur votre ordinateur, dans un cahier, sur le support qui vous paraît le plus approprié, mais continuez.

Encore un conseil : ne vous précipitez pas sur les pages qui vont suivre. Prenez le temps de bien vous imprégner, d'assimiler les nombreuses informations qu'elles recèlent. Elles vous seront précieuses, mais leur mise en application requiert du temps et de la réflexion. Ce serait dommage de « dévorer » ces pages avec l'avidité de quelqu'un qui ne peut pas décrocher d'un roman. Prenez votre temps, il ne sera jamais perdu.

PARTEZ A LA RECONQUETE DE VOTRE RESEAU ! REDONNEZ DES PROTEINES A VOTRE MOTIVATION

Où en êtes-vous avec votre réseau ? Etes-vous souvent découragé ? Démotivé ? Etes-vous, bien malgré vous, un habitué de la procrastination qui préfère systématiquement tout reporter au lendemain ? Pensez-vous parfois à tout abandonner ?

Est-ce que le moteur de votre activité LR, dont l'essence est un subtil mélange de motivation, d'action, d'enthousiasme et de vision, s'essouffle et manque cruellement d'énergie ?

Dans le chapitre qui va suivre, vous trouverez non pas des formules magiques ou des recettes toute faites, mais des pistes à explorer, des idées sur lesquelles vous pencher, des suggestions qui vont alimenter votre réflexion et vous aider à reconsidérer l'image que vous vous faites actuellement de votre situation.



Comme pour la grande majorité de nos partenaires qui atteignent le niveau Junior Manager, les sentiments contradictoires se collisionnent. En plus de la légitime satisfaction, teintée de fierté, on a la sensation d'avoir tout donné pour arriver à ce but, d'avoir puisé au fond de soi toutes les ressources dont on disposait. On se dit alors que notre véhicule MLM est bien lancé et qu'il pourra dorénavant poursuivre sur son élan. Mission accomplie, voici l'heure bien méritée du repos du guerrier.

Eh bien non ! Ce serait une grave erreur d'imaginer que l'on va pouvoir se reposer sur ses lauriers et que nos partenaires vont prendre le relais pour assurer notre ascension vers d'autres titres, comme manager ou Leader de Team.

Retenez ceci : quel que soit le niveau atteint dans notre activité, manager, leader d'organisation ou Président 3 étoiles, votre structure ne se passera jamais de vous. Vous en êtes l'instigateur et l'inspirateur. Le modèle et le guide, c'est vous. C'est pour cette raison que vous êtes un Leader.

De Manager à Junior Leader de Team

Vous traversez une période de découragement ?

Deux voies s'ouvrent à vous :

1. Demander de l'aide.



2. Chercher en vous-même une voie de sortie.



En réalité, il ne s'agit pas d'un choix. Vous devez frapper à ces deux portes.

- Vous le savez, votre parrain et/ou votre Leader d'Organisation sont là pour vous conseiller. Il y a de fortes probabilités que votre problème actuel a été le leur et ils sauront vous aider à surmonter cette passe difficile. Contactez-le puis fixez avec lui un rendez-vous. N'ayez crainte de partager franchement vos difficultés, vos craintes ou vos préoccupations. Il est souvent très profitable de confier ses problèmes à une personne qui va les considérer de façon analytique, cartésienne, sans céder à l'affectivité ou à l'émotion.

Quels que soient les conseils que votre Leader vous donnera, vous ne devrez pas faire l'économie d'une remise en question personnelle.

Voici quelques points qu'il serait bon de passer en revue.

Savez-vous que...

- l'une des difficultés auxquelles nous sommes confrontés est que **notre activité en MLM est extraordinaire, mais elle est faite par des gens ordinaires !**

Ces partenaires sur lesquels vous aviez fondé des espoirs mais qui n'ont pas été à la hauteur de vos attentes, ce sont des gens comme les autres. Eux aussi doivent quotidiennement faire face à des problèmes multiples, financiers, professionnels, familiaux... Eux aussi ont peur de passer un coup de fil pour prendre rendez-vous, eux aussi remettent à plus tard ce qui pourrait, ce qui devrait être fait, dans l'instant. Montrer votre agacement ne ferait qu'accroître le malaise. Vous devrez apprendre à aller au-delà de l'irritation, de la colère ou de la déception et laisser s'exprimer votre empathie.

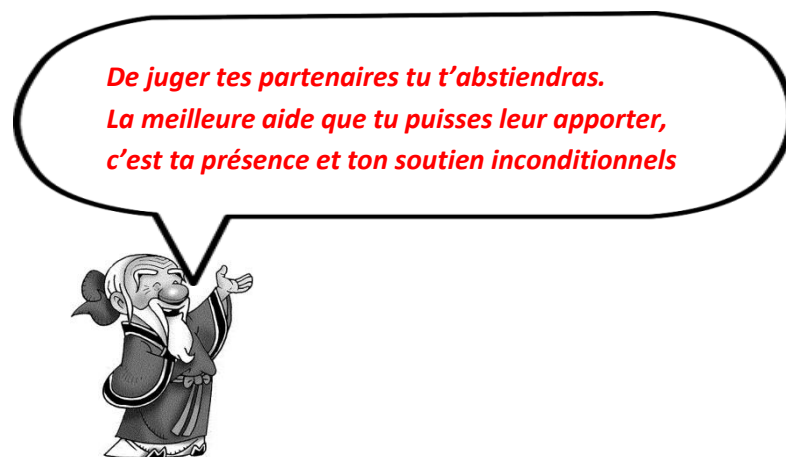
Mais la patience et la compassion ont des limites ! Jusqu'où être compréhensif, bienveillant, accompagnant ? Où allez-vous placer la ligne rouge à ne pas dépasser ?

De Manager à Junior Leader de Team

Nous vous proposons d'adopter cette simple règle de 3 :

- une personne qui ne répond pas à mes appels, je la contacte 3 fois. Je laisse des messages sur son téléphone, je lui envoie des emails, mais au-delà de 3 je laisse tomber.
- idem avec un contact qui reporte sans cesse un rendez-vous. 3 rappels puis silence radio.
- idem avec une personne que j'invite à participer à un séminaire de démarrage.

Etc...



De Manager à Junior Leader de Team

- En démarrant dans cette activité, nous ne nous y attendions pas, mais nous nous découvrons souvent des freins là où on ne les imaginait pas : dans notre environnement affectif. Conjoint, parents, enfants nous font parfois comprendre, à coup de petites phrases pimentées, que nous serions bien inspiré de nous tourner vers d'autres occupations plus sérieuses. Cela peut aller jusqu'à la sentence perverse « de toute façon, tu n'y arriveras pas ! ». (Se pourrait-il qu'ils craignent que vous fassiez mieux qu'eux ?)

On a beau être psychologiquement fort, ce genre de remarque désobligeante laisse rarement indifférent.

*Si tu ne peux pas vaincre ton ennemi,
efforce toi d'en faire ton ami*



- Demain ou tout de suite ? Face à ce choix, **70 %** des gens optent pour la **satisfaction immédiate de leur besoin**. « Le prix de ce téléphone baissera probablement dans quelques mois, mais je préfère l'acheter maintenant » « Un tien vaut mieux que deux tu l'auras » « Je peux gagner 100 euros en vendant cette cure d'aloé vera maintenant, mais beaucoup moins si je parraine mon client »



De Manager à Junior Leader de Team

Normal. Les promesses de récompenses futures ne font pas le poids face à un bénéfice immédiat.

Il y a pourtant deux domaines où ce principe est inexact.

1. L'agriculture. Un paysan sait que ce qu'il sème en octobre portera ses fruits 6 mois plus tard. Sa patience lui permettra de récolter au centuple ce qu'il a planté.

2. En M.L.M., l'immédiateté est un mauvais calcul. Sur le long terme, un parrainage vous rapportera davantage que quelques ventes aléatoires, car rien n'est plus infidèle qu'un acheteur qui, tôt ou tard, cèdera aux sirènes d'un produit concurrent au vôtre. La patience, là aussi, est payante. Vous devrez souvent le rappeler à vos partenaires.

Observez, parmi les gens que vous côtoyez, ceux qui sont capables de planifier et de retarder la récompense. Vous verrez qu'ils sont généralement plus sûrs d'eux-mêmes, plus efficaces, plus confiants dans leur capacité à affronter les difficultés.

*Si tu veux des pommes aujourd'hui, va au supermarché.
Si tu en veux durant toute ta vie, plante un arbre.*



Connais-toi toi-même...

Vaste sujet ! Qui pourrait sincèrement affirmer qu'il se connaît vraiment ? Plutôt que se hasarder à tenter un portrait exhaustif, et d'ailleurs impossible, il est beaucoup plus aisé de dire tout ce que nous ne sommes pas. Sur ce point, déclarons d'emblée : « je ne suis pas Junior Manager » Et précisons aussitôt que « Je suis mieux que ça ».

De Manager à Junior Leader de Team

Inutile de vous identifier à votre titre ! Vous n'êtes pas Junior Manager. De même que vous portez un vêtement de telle couleur aujourd'hui, vous portez ce titre, que LR vous a attribué, mais il n'est que passager. Vous allez en changer, et le plus tôt sera le mieux ! Préparez-vous mentalement à quitter cet habit déjà trop petit pour en revêtir un autre qui vous ira mieux.

Mais pour cela, vous allez devoir accepter de vous déshabiller, de quitter les vieilles habitudes, les savoir-faire dépassés et de REDEMARRER A ZERO.

Les vieilles habitudes, parlons-en !

Vous allez découvrir une série d'attitudes qui, à des degrés divers, nous caractérisent mais qui toutes constituent des freins.

Passez-les en revue en vous demandant, avec sincérité et sans complaisance, lesquelles pourraient vous correspondre. Pour que l'exercice soit vraiment profitable, évaluez chacune d'elle en lui donnant une note, entre 0 et 10. (0 si vous ne vous sentez absolument pas concerné, 10 si cela vous correspond totalement)

Reconnaissez-vous certains traits de caractères dans les propositions suivantes ?

- Manque d'énergie
- Tendance à céder au découragement
- Manque d'implication dans l'activité LR
- Manque de confiance en soi
- Tendance au repli sur soi,
- Tendance à ne pas être suffisamment à l'écoute de l'autre
- Difficulté à m'affirmer
- Tendance à procrastiner
- Difficulté à m'organiser
- Je n'arrive jamais à me décider
- Trop critique avec les autres
- Attitude généralement négative

De Manager à Junior Leader de Team

- Pessimisme
- Timidité excessive
- Tendance à être trop facilement irritable
- Trop rigide
- Susceptibilité exagérée
- Difficulté à travailler en équipe
- Difficulté à me concentrer sur une tâche
- Tendance à l'anxiété
- Manque de confiance dans les autres
- Etre souvent indécis
- Tendance à être trop dépendant des autres
- Mauvais équilibre: activité/ vie personnelle
- Impatience
- Difficulté à bien communiquer
- Tendance à être trop sur la défensive
- Etre trop dans l'affect (tendance à prendre tout sur soi)

Etablissez maintenant un classement en sélectionnant les 3 attitudes qui vous limitent le plus :

1.

2.

3.

De Manager à Junior Leader de Team

Nous vous proposons de faire de ces 3 habitudes limitatives votre priorité, et ce **pendant toute une semaine**.

Gardez votre attention en éveil afin de les débusquer chaque fois qu'elles s'exprimeront, chaque fois que vous aurez tendance à céder à la tentation de les laisser prendre le contrôle.

Vous avez le sentiment que ce n'est pas suffisant et que telle attitude est trop ancrée pour être gommée en quelques jours ? Faites la revenir en deuxième semaine et poursuivez votre effort. N'ayez aucun doute sur le fait que vous l'aurez à l'usure !

Lorsque vous aurez le sentiment que l'une ou l'autre perturbatrice est éradiquée, choisissez en une autre dans votre liste et agissez de même.

Sus aux idées reçues

Ce ne sont pas les événements qui nous arrivent qui sont importants, c'est l'interprétation que nous nous en faisons. La même épreuve peut être ressentie comme catastrophique pour telle personne, et représenter une chance de progrès pour telle autre, qui aura su la considérer d'un regard positif et qui aura été capable d'en tirer des enseignements. Ce sont ces représentations que notre mémoire va enregistrer et stocker, comme des photos dans un album. Voici quelques croyances limitatives auxquelles nous vous invitons à méditer avant d'en faire des outils constructifs qui vous permettront d'être plus performant.

Croyance no. 1 :

Je dois bien connaître mes produits avant de les conseiller à mes contacts.

Personne ne parlera mieux des produits que... les produits eux-mêmes. On peut fort bien se servir d'un ordinateur sans avoir à le démonter pour voir comment il est conçu ! Il en va de même avec les produits. Il est important de se souvenir que nous ne sommes pas des conseillers ; nous partageons notre propre expérience des produits. En revanche, pour votre information, il est souhaitable que vous assistiez à une conférence sur les produits de santé et que vous ayez, disponibles dans votre documentation, les fiches sur l'utilisation des produits à base d'aloé, ainsi que les brochures santé.

Croyance no. 2 :

3 personnes à qui j'ai présenté LR m'ont dit « non ». Donc ça n'intéresse pas les gens !

Chacun est libre d'adhérer ou non au concept LR. Rien que pour la Suisse, chaque mois, plusieurs centaines de personnes deviennent partenaires et cela parce qu'elles ont reconnu les avantages que nous leur proposons. Immanquablement, et quels que soient les cadeaux que vous leur offrirez, vous rencontrerez des personnes qui n'en veulent pas. Ils sont responsables de leur choix, chacun décidant de la chance qui lui est offerte.

Croyance no. 3 :

Mon réseau ne se développe pas car je ne tombe que sur des personnes qui ne veulent pas s'investir dans l'activité ou qui ne commandent pas.

Quoi qu'il arrive, assumez-en la responsabilité. Rejeter des résultats insatisfaisants sur les circonstances, sur la malchance, sur les autres qui... sur les autres que.... ne vous aidera pas à progresser. En revanche, demandez-vous si votre attitude ne vous pousse pas à trop présenter les produits LR, à ne pas oser suffisamment parler d'argent et donc de la carrière LR. Demandez-vous également si vous proposez bien tout ce qui est mis en place (ateliers de démarrages, séminaires, etc....) pour aider vos partenaires à réussir. Si, au final de vos investigations, vos partenaires s'avèrent être de simples consommateurs, c'est tout-à-fait normal qu'ils ne passent des commandes qu'épisodiquement.

Croyance no.4 :

Je ne peux pas parrainer une personne qui n'a pas de quoi s'offrir la première commande.

Certaines personnes se retrouvent dans des situations financières extrêmement pénibles mais force est de constater qu'elles portent parfois une certaine part de responsabilités dans ce marasme. En cause ? Mauvaise gestion de leur argent, dépenses inconsidérées, entreprises aventureuses, choix incohérents, etc... Si ces personnes ont « échoué » dans leurs activités précédentes, réussiront-elles avec LR ? A vous de juger si votre contact possède vraiment l'énergie et la motivation pour vouloir s'en sortir ou si, au contraire, elle se montre résignée et pas prête à fournir l'effort nécessaire. Dans ce second cas, mieux vaut renoncer.

Si votre contact vous semble déterminé, vous pouvez l'aider. Par exemple en lui proposant de lui prêter, l'espace de quelques jours, une aloé box ou une star box avec lesquelles il pourra présenter les parfums, une thermo lotion, la crème à la propolis et/ou encore l'emergency spray. Il pourra ensuite prendre quelques commandes, ce qui lui permettra de financer son parrainage.

Il faut creuser pour trouver les diamants

L'expérience montre que ce sont rarement les personnes que nous avons parrainées directement qui développeront une activité LR.

Pour trouver de véritables leaders, il faudra « creuser » dans les profondeurs de votre structure, en 2^e, 3^e, 4^e ligne, etc..., jusqu'à trouver la perle rare, la personne qui pratique le marketing de réseau comme une seconde nature !

Cela implique que vous suiviez les activités de vos parrainés, que vous preniez contact (par exemple avec l'appel de bienvenue) avec les lignes en profondeur, que vous les rencontriez dans les séminaires.

Lorsque vous aurez la certitude d'avoir rencontré « votre futur 21 % », ne le lâchez plus ! Donnez-lui votre priorité, consacrez-lui tout le temps nécessaire à sa formation, accompagnez-le jusqu'à ce qu'il devienne à son tour autonome.



challenge

Fixez-vous comme objectif et comme devoir d'accompagner chaque nouveau partenaire à un séminaire de démarrage.

Et si votre meilleur produit c'était..... les gens ?

Une autre appellation pour désigner le marketing de réseau est « marketing relationnel ».

Vous le mesurez maintenant, toute la construction de votre réseau repose sur un patient tissage de relations interpersonnelles. Vous avez établi des liens avec des leaders qui ont réussi, vous en avez beaucoup appris et vous vous en êtes inspiré. Avec tous vos partenaires directs, mais aussi avec de nombreuses personnes en profondeur, vous avez multiplié les entretiens et les contacts. Ce sont toutes ces relations humaines qui doivent constituer votre principal objet d'attentions. Consacrez du temps à observer les gens avec qui vous êtes en contact, accordez-leur un réel intérêt, découvrez quelles sont leurs passions, ce qu'ils attendent vraiment de la vie. C'est en demeurant attentif à eux que vous construirez de solides et durables relations.

Chaque minute que vous passerez à cultiver ces relations, à tenter de les comprendre et de les aider, vous apportera de grandes satisfactions. Gardez donc vivante en vous cette passion des gens, en entretenant les contacts, mais aussi en élargissant, chaque fois que cela est possible, le réseau de vos connaissances.



De qui est formé notre réseau ?



La question pourrait paraître étrange, mais nous avons parfois la fâcheuse tendance à ne considérer comme partenaires que les personnes que nous avons directement parrainées (nos premières lignes), sans nous préoccuper des lignes qui viennent ensuite ; l'erreur, c'est d'imaginer que nos partenaires directs se chargeront de développer à leur tour leur réseau et que nous n'avons pas à nous en occuper. Pourquoi le feraient-ils, d'ailleurs ? S'ils n'ont jamais assisté à un séminaire de base, s'ils n'ont jamais bénéficié de la moindre formation, qu'est-ce qui les pousserait à démarrer une activité LR ? Et comment s'y prendraient-ils ?

D'où ce conseil : ne faites pas de différence entre vos partenaires, quelle que soit la ligne à laquelle ils appartiennent. Tous font partie de votre structure et contribuent à votre succès et tous ont droit aux mêmes attentions. Comment ?

- En les contactant avec un appel de bienvenue et une invitation à assister à un séminaire de démarrage
- En leur proposant de passer un moment avec eux pour leur expliquer comment démarrer leur activité avec LR
- En les rencontrant personnellement, par exemple au cours d'un séminaire

Cette façon de faire revêt une certaine importance car un jour ou l'autre vous en viendrez à faire la remarque suivante : ce sont rarement vos premiers partenaires qui développeront une activité LR. Vous devrez chercher les authentiques perles dans la profondeur de vos lignes et ce jusqu'à ce que vous trouviez l'oiseau rare. Un aigle !

C'est quoi, un aigle ?

Nous vous suggérons de vous munir de la liste complète de votre structure (à demander, si ce n'est pas encore fait, à votre Leader d'Organisation) et de répartir vos partenaires en 4 groupes :

Groupe A (comme Aigle)

Groupe B (comme Balance)

Groupe C (comme Commerçant)

Groupe D (comme Dormeur)

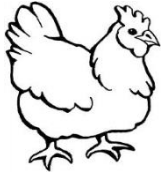
Groupe A comme Aigle : en font partie vos partenaires les plus motivés et actifs, ceux qui veulent vraiment changer quelque chose dans leur vie, qui ont la ferme intention de développer un réseau et qui passent à l'action. Ils ont le « feu sacré », l'esprit du conquérant. Parce qu'ils sont exceptionnels, ces partenaires seront rares ! Vous leur consacrerez de ce fait toute votre attention et la plus grande part de votre énergie.



Groupe B (comme Balance): Un pas en avant, un pas en arrière ! Ce groupe est constitué de partenaires qui passent à l'action et font volontiers des parrainages, mais... lorsque l'occasion se présente ! Ils n'accordent pas une réelle priorité à leur activité. Avec eux, vous entretiendrez des contacts réguliers, en leur transmettant des informations, en les invitant aux séminaires, en les aidant chaque fois qu'ils vous sollicitent. Notez que ce sera très certainement grâce aux partenaires du groupe B que vous trouverez des Aigles.

Groupe C (comme Commerçant) Que vous le vouliez ou non, vous aurez dans votre réseau des partenaires qui ont la fibre du vendeur et qui s'évertuent à vendre des produits. Rappelons ici que la vente directe est un acte qui rapporte bien entendu un peu d'argent, mais qui doit être sans cesse renouvelé. Ce revenu restera de toute façon relativement modeste. Que faire avec ces partenaires ? Eventuellement leur prêter du matériel ou les mettre en contact avec le Leader d'Orga qui peut mettre à leur disposition les valises de maquillages et/ou les produits de soins.

Groupe D (comme Dormeur). Ces partenaires vous ont clairement fait savoir qu'ils ne s'intéressent à rien d'autre qu'aux produits et qu'ils ne sont nullement intéressés par l'aspect financier de l'activité LR. Inutile d'insister. Laissez-les tranquilles, en vous contentant de les tenir au courant des nouveautés. Vous pouvez toutefois les inviter à participer à un séminaire de bienvenue, ce qui leur permettra de libérer leurs bonus.



Souvenez-vous : « Je ne peux pas voler au niveau des aigles si je reste au niveau des poules »

Cohérence, svp !

Quelle serait votre réaction si vous appreniez que votre boulanger achète son pain au supermarché Feriez-vous confiance en cet agriculteur qui ne consomme pas les pommes-de-terre qu'il produit ?

De même, vous ne serez pas crédible aux yeux de vos amis et connaissances si votre salle de bain est garnie de produits autres que ceux dont vous faites la promotion.

Ne vous aventurez pas à recommander à vos amis des produits que vous-même ne connaissez pas, que vous n'avez pas encore essayés. Progressivement, au fil de vos commandes, remplacez vos produits habituels par des produits LR que vous pourrez tester ; rien de tel pour se convaincre de leur indiscutable qualité. Et c'est parce que vous serez convaincu que vous serez convaincant.

Notre activité implique que nous soyons intégralement honnêtes et sincères, non seulement avec nos partenaires, mais aussi et surtout avec nous-mêmes. Cela commence par l'application de quelques règles simples :

- Tenir ses promesses et ses engagements. (Je fais ce que j'ai dit que je ferai.)
- S'efforcer d'être un exemple pour tous ceux qui nous font confiance.
- Respecter ses contacts
- Ne parler que de ce que l'on connaît.

Appeler + Proposer + Inviter + Rencontrer
=
COMMUNIQUER

L'art de communiquer.

Tout le monde n'a pas la chance d'avoir le charisme d'une star de cinéma ; n'est pas Bruce Willis qui veut ! Ce magnétisme mystérieux qui capte tous les regards, hélas, ne s'achète pas, ni ne se travaille, fût-ce avec les meilleurs coaches du monde.

En revanche, communiquer de façon performante, avec aisance et conviction, cela s'apprend et se développe. Notre activité en MLM consiste essentiellement à rencontrer des gens, à échanger avec eux, à expliquer, enseigner, conseiller, convaincre... Nous devons nous assurer de mettre tous les atouts de notre côté pour que notre communication soit optimale.



C'est pour ces raisons qu'OrgaOne, en association avec Agnès Roussin, formatrice en communication, propose à tous ses partenaires un cycle de formation consacré aux

5 impératifs de la réussite

Cette formation est une opportunité unique d'enlever ses freins, de découvrir ses talents, de développer ses compétences, de s'approprier des outils simples, pratiques et efficaces.

Consultez sur le site OrgaOne le calendrier des prochaines formations avec Agnès Roussin.

3 éléments clés d'une bonne présentation d'affaire

1 Déterminer quels sont les besoins et attentes de votre prospect.

Voici sans conteste un point crucial dans votre rapport avec votre futur partenaire : identifier ses besoins, ses problèmes, ses attentes.

Souvenez-vous : il y a de fortes chances pour que votre opportunité LR soit à même d'apporter une solution à l'un ou l'autre problème de votre contact.

Encore faut-il avoir identifié ses difficultés. Ce sera le but de votre discussion préalable. Sans l'assaillir avec un questionnaire de gendarme, dans une discussion franche, cordiale et détendue, vous aborderez sa situation présente, aux plans professionnels, financiers, etc... A vous de « sentir » quels thèmes vous pouvez aborder avec lui.



S'il vous établissez un lien de confiance et qu'il vous confie ses difficultés, résistez à la tentation de vous engouffrez dans la porte qui s'ouvre ! Demandez-lui d'abord quelles solutions il envisage pour résoudre ses problèmes, quelles sont ses perspectives de changement, comment sa situation pourrait évoluer s'il ne trouve pas de solution. Ensuite seulement faites-lui découvrir ce que vous avez à lui offrir.

Attention : le concept LR offre de nombreux avantages et vous pourriez être tenté d'en exposer un maximum, de déballer tous les cadeaux. Erreur ! Il est essentiel de répondre à son ou ses besoins spécifiques et de ne pas aller plus loin que ce qu'il souhaite solutionner. Ne lui parlez pas de voyages, de Mercedes ou de fête de l'été si ce ne sont pas ses préoccupations. Pourquoi ? Parce qu'à chaque notion supplémentaire, aussi attrayante soit-elle, vous le forceriez à reconsidérer sa décision à la lumière de ce nouvel élément. Soyez sobre et résistez à l'envie de montrer que vous avez la meilleure entreprise de MLM de la planète !

2 Bien se préparer

L'improvisation lors d'un rendez-vous peut avoir tout son charme car elle montrera votre spontanéité, mais c'est aussi un excellent moyen de faire naufrage !

Nous vous conseillons d'adopter l'attitude d'un acteur de théâtre qui prépare un nouveau rôle. Durant sa préparation, il aura tellement peaufiné son texte qu'une fois sur scène, il pourra s'en libérer, s'en écarter si nécessaire, faire face à des situations imprévues, improviser et néanmoins être capable de revenir au texte initial à tout instant. Il y a fort à parier que le public n'y aura vu que du feu !

Il est donc primordial de bien connaître votre sujet. Non seulement cela vous confèrera de l'assurance, mais aussi davantage de conviction car vous serez libéré de votre message et pourrez mieux porter votre attention sur d'autres aspects de la communication, comme l'écoute et le langage non verbal.

Ne ratez jamais une occasion de parfaire vos connaissances ; votre savoir sera votre pouvoir.

3 : Lâcher prise du résultat



Malgré une solide préparation, malgré votre force de conviction, il est un paramètre que vous ne maîtrisez pas : votre prospect. Sa réponse à votre proposition d'intégrer le concept LR ne sera pas toujours celle que vous escomptiez, vous l'avez certainement déjà constaté.

Inutile et stérile d'en faire de concevoir des regrets ou un motif de déception, même si celle-ci est parfaitement légitime ; laissez ces sentiments s'envoler. En revanche, ce « Non merci, ça ne m'intéresse pas », vous allez pouvoir en tirer des enseignements...

En fait, la seule question que vous devriez vous poser au sortir d'une présentation d'affaire, quel qu'en soit le résultat, c'est « est-ce que j'ai bien fait mon boulot ? » Repassez le film de la présentation dans votre tête et voyez quels en étaient les moments satisfaisants, ceux que vous pourrez reproduire dans le futur. Notez ces graines de succès. Revoyez aussi les phases où vous avez senti comme un flottement, un malaise diffus, une faute d'accord, où vous avez perçu comme une réticence de la part de votre prospect. Ce sont ces moments, douloureux seulement en apparence, sur lesquels vous allez travailler et qui devront être améliorés.

Objectif atteint ?



Si NON

Votre expérience et les enseignements accumulés au cours de ces trois derniers mois vous permettent maintenant de faire le bilan de votre activité, d'en dégager les éléments positifs, les « recettes » qui marchent et contribuent à votre succès, et les actions qui n'apportent pas les résultats escomptés. Faites le point en toute sincérité

et parlez-en avec votre leader, passez en revue avec lui toutes les facettes de votre activité qui vous paraissent devoir être corrigées. Revoyez principalement les fondamentaux : la prise de contact téléphonique, la présentation d'affaire, le suivi des partenaires, etc...

si oui vous êtes Manager

Bravo ! Cette victoire mérite d'être fêtée. Pourquoi ne pas y associer vos partenaires les plus proches et votre leader ? Vous franchissez une étape importante et il s'agit de la marquer d'une pierre blanche !

Vous n'avez pas de champagne sous la main ? Pas grave ! Appelez votre Leader d'Orga !



Et maintenant ?

Vous voici donc sur la voie du titre de « **Junior Leader de Team** ». Votre objectif, désormais, est d'atteindre

100 PW de chiffre d'affaire personnel, 12'000 PW de chiffre d'affaire total avec, au moins, 3 lignes actives (500 PW ou plus chacune).

Quelles sont les conséquences que cela va avoir sur votre façon de conduire votre activité ?
La réponse est : **CHANGEMENT** et **CONTINUITE** !

Changement

- Vous devrez désormais accorder plus de temps et d'attention au suivi de vos partenaires, y compris avec ceux qui figurent dans les profondeurs de votre structure. Votre position de **leader** vous engage à leur apporter **soutien** et **formation**.
- Vous pouvez compter sur un petit groupe de partenaires motivés et actifs ? Organisez avec eux des « sit-in », des moments de rencontre pendant lesquels vous ferez le point de vos activités collectives. Non seulement vous aurez de riches échanges d'expériences, mais ces séances contribueront à forger un esprit de groupe, de communauté et d'amitiés.

Continuité

- ✓ Considérez-vous comme un éternel apprenti. Acceptez d'être en constante formation. Pour cela, recherchez, chaque fois que cela vous est possible, le contact avec des leaders, des gens qui ont réussi avec LR et peuvent vous apporter conseils et savoir-faire. Laissez-vous inspirer par leur expérience. Continuez à participer, non seulement en tant qu'auditeur, mais aussi en qualité d'intervenant, à des séminaires organisés dans votre région.

Votre priorité maintenant : compter 2 Juniors Managers dans votre structure

De Manager à Junior Leader de Team

Une fois que vous aurez décelé des velléités d'évolution, voici ce que vous devez faire avec eux :

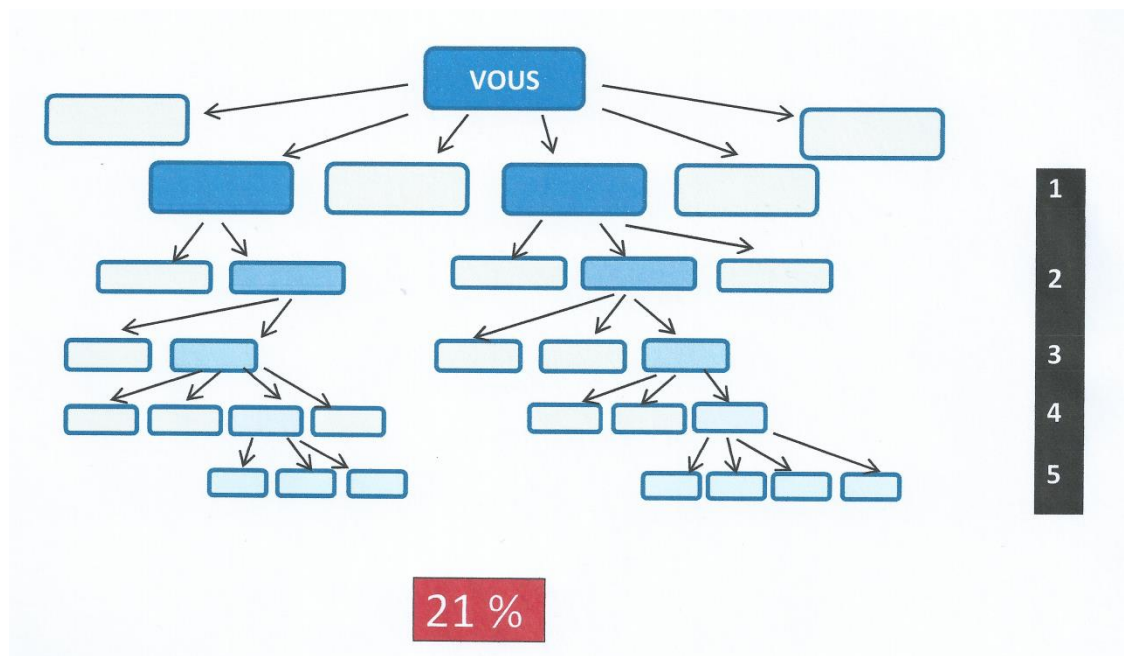
- Les aider à leur tour à clarifier leurs priorités en définissant le temps qu'ils sont prêts à investir pour atteindre leur objectif. Fixez leur engagement sur un semainier.
- S'ils sont partenaires depuis peu, les encourager à gagner la prime au démarrage rapide (Fast Track)
- Les accompagner au prochain atelier de démarrage
- Discuter avec eux de leur liste des noms
- Leur proposer d'organiser une soirée conférence santé (donnée par vous ou par votre leader d'Orga)
- Leur proposer d'organiser un mini-séminaire de base chez eux avec votre Leader d'Orga
- Etablir une relation privilégiée avec un de leurs partenaires le plus motivé. En aidant ce dernier comme si c'était un de vos partenaires direct, vous permettez à votre futur 14% de continuer ses parrainages en largeur tout en donnant une certaine solidité à son réseau débutant.
- Organiser avec chacun de vos futurs Juniors Managers leur premier « sit-in » avec uniquement leurs partenaires et ainsi leur apprendre progressivement à le faire eux-mêmes, de leur propre initiative et prendre ainsi leur place de futur leader
- Les encourager à se former et à suivre les voies que vous avez tracées, notamment en participant à une formation d'Agnès Roussin.

UN PEU DE MESURE

Comment évaluer la bonne santé de son réseau ? Comment savoir s'il se développe de façon acceptable ?



Voici une première indication :



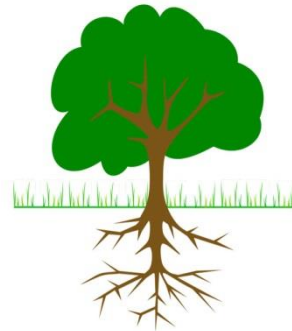
Vous constatez sur ce graphique que ce réseau s'est développé de façon équilibrée, en largeur (avec 6 premières lignes) et en profondeur (5 niveaux) grâce à des partenaires qui ont eux aussi fait des parrainages.

Il est réjouissant de voir que cette structure ne compte pas que des consommateurs de produits ! Tout est en place pour voir fleurir un réseau prospère.

Vous pouvez estimer que le niveau **21 %** sera quasiment acquis lorsque vous atteindrez la 5^e ligne en profondeur.

Remarques :

- ✓ Pour être fort, un arbre doit avoir de solides racines, voilà qui est évident. De même, c'est la profondeur de votre structure qui assurera sa **stabilité**, c'est-à-dire des revenus réguliers. Plus les racines seront profondes, plus votre réseau sera solide.
- ✓ Beaucoup de partenaires se découragent car rien ne se passe dans leurs lignes inférieures. Ils ont l'impression de n'avoir parrainé que des consommateurs. Si on leur demande à quoi ils attribuent cet état de fait, ils répondent « *Parce que je n'ai pas encore trouvé la bonne personne* » ou « *J'en sais rien. Probablement parce qu'ils ne veulent rien faire, pas sortir de leur confort quotidien* ». La réalité est beaucoup plus simple : un arbre ne vit que parce qu'il est correctement nourri par la sève. Or la sève de votre réseau se nomme COMMUNICATION. Si vos racines ne se développent pas, c'est parce que l'information circule mal dans votre structure. Concrètement, cela signifie que vous devez transmettre à vos lignes toutes les infos qui vous paraissent importantes : agenda des séminaires, messages des Leaders d'Orga, annonces d'événements, etc... Cela suppose également que vous devez, chaque fois que cela est possible, avoir avec eux une communication verbale et directe, pour connaître leurs intentions, leurs besoins, leurs envies, etc... Enfin, cela implique que vous devez vous débarrasser de **la peur de harceler** les gens. C'est une composante de votre activité que de maintenir un contact avec vos partenaires ; si vous ressentez quelque malaise que ce soit, il est important de clarifier la situation, car votre but consiste à connaître leurs véritables intentions : un VRAI OUI, un VRAI NON, ou un VRAI QUAND.
- ✓ Ce serait une erreur de vous reposer sur les partenaires qui développent, en espérant que le succès de votre entreprise se fera tout seul, grâce à eux. En réalité, rien n'est jamais acquis et même les plus motivés peuvent connaître des passages à vide et cesser leur activité. Il n'est pas rare de voir des partenaires « décrocher » à tous les niveaux de leur carrière. Aussi, la règle d'or veut qu'on ne se repose jamais sur eux ; on veillera donc à être constamment à la recherche de nouvelles lignes et d'élargir sans cesse son réseau.
Votre succès ne doit être dépendant d'aucun de vos partenaires, mais s'appuyer sur une dynamique globale.



De Manager à Junior Leader de Team



Seconde indication

Un bon critère pour évaluer le développement de votre réseau est le suivant : considérez combien vous avez de PV à la fin d'un mois. Si vous avez **1 nouveau parrainage** (en considérant toutes les profondeurs) **pour chaque millier de PV**, votre réseau est sain. Si cette façon d'évaluer la santé de votre structure vous intéresse, demandez à votre Leader d'Organisation de vous envoyer la liste de vos nouveaux partenaires du mois écoulé. Illustration de ce principe :

Date	Total des PV	Nombre de nouveaux parrainés	Etat du réseau
30 avril	4800	2	En régression 
30 mai	4800	5	Stable 
30 juin	4800	6	En développement 

👉 **L'argent n'est pas un critère de mesure du succès.**

Dans les premiers mois de développement de notre activité, les bonus que nous recevons sont la plupart du temps réinvestis dans l'acquisition de produits, d'aides à la vente, de déplacements et autres dépenses annexes (frais de téléphones, etc...) et on en vient rapidement à en déduire qu'on est bien mal récompensé de tout ce temps consacré à notre entreprise.

Comme suggéré à la page précédente, considérez que vous êtes dans la situation de quelqu'un qui a planté un arbre. Vous l'arrosez, le protégez, le cajolez, veillez à son bon développement. Pourquoi tout ce travail ? Parce que vous savez qu'une fois l'arbre arrivé à maturité et seulement à ce moment-là, vous en récolterez les fruits.

Il n'y a que dans le dictionnaire que le verbe récolter vient avant le verbe semer.

Sachez définir vos priorités

Peut-être avez-vous déjà rencontré cette situation : vous invitez un de vos partenaires à venir participer à un événement que vous jugez important pour lui, par exemple un « power day » ou un « business day » organisé par LR, au cours duquel seront présentés de nouveaux produits, et votre partenaire vous répond, un brin embarrassé «Ben, ce jour-là, justement, je peux pas... J'ai une broche avec des copains... »



Cette attitude vous agace, bien sûr, et vous vous dites que cette personne n'est pas vraiment motivée par son activité. Certes. Mais vous, savez-vous vraiment définir vos priorités ? Ce que nous entendons par priorité, c'est cette attention à ne pas nous éparpiller dans des actions qui n'apportent rien à notre entreprise.

Nous vous invitons à lire les affirmations suivantes et voir celles que vous pouvez considérer comme acquises et celles avec lesquelles il y a encore du progrès à faire :

- Je m'efforce d'équilibrer mes priorités (vie privée/vie professionnelle/LR) et j'ai réussi à renoncer à certaines activités secondaires.
- J'écris mes priorités sur un papier de façon à les avoir toujours sous les yeux.
- Je sais, en tout temps, quelles sont mes priorités du moment.
- Je sais discerner, dans ma vie quotidienne, les moments où j'ai besoin de temps pour me ressourcer de ceux qui doivent être consacrés à mon but.
- Je parviens à faire comprendre à mes proches qu'avoir une activité indépendante implique une certaine discipline qui peut, momentanément, me séparer d'eux.
- J'ai un but dans ma vie et je sais que je suis le seul responsable de mes succès.
- Personne d'autre que moi ne tient les rênes de ma vie ; personne d'autre n'a le pouvoir de m'empêcher de réaliser mes rêves.

Galerie de portraits

Avez-vous déjà rencontré l'une ou l'autre de ces personnes ? Si ce n'est pas encore le cas, cela ne manquera pas d'arriver. Lors d'une présentation d'affaire, dans une réunion que vous avez organisée ou dans tout autre événement où vous serez amené à parler de LR.

Découvrez cet éventail de portraits et demandez-vous, pour chacun d'eux, quelle serait l'attitude la plus adéquate à adopter face à leurs particularités.



Je sais tout.

Voilà une personne pour qui le « quoi ? », et le « comment ? » n'ont plus de secrets. N'espérez pas lui apprendre quoi que ce soit, car elle sait ; elle est comme une tasse pleine dans laquelle on ne peut plus rien ajouter. Ses certitudes sont en fer forgé. Il arrive quelquefois, avec les cas les plus extrêmes, que non seulement elle fera tout pour vous prouver qu'elle a raison, mais elle mettra un point d'honneur à vous montrer que vous avez tort. Si d'aventure elle ajoute de la susceptibilité à tout son savoir, vous devrez faire preuve d'une grande habileté pour ne pas vous engager dans un bras de fer avec elle et lui montrer, avec finesse et subtilité, que vous aussi détenez quelques connaissances dont elle pourrait bénéficier. Mais avant cela, n'hésitez pas à entrer dans son jeu en la valorisant, pour lui montrer que vous avez reconnu toutes ses connaissances...



La bavarde. Cette personne (vous pouvez aussi rencontrer M. Bavard !) ne déteste rien tant que le silence. C'est un vide qu'elle doit absolument remplir de mots, de phrases, de concepts, quitte à lasser ses interlocuteurs. Trop occupée à parler, elle ne laisse généralement que peu de place à l'écoute. Lui faire comprendre que la parole est d'argent, mais que le silence est d'or, ne

sera pas chose aisée...



Le confus. (existe également en version féminine !). Sa production d'idées se calcule en mégabytes. Elles se bousculent pêle-mêle dans son esprit avec, pour conséquences, une grande difficulté à prendre du temps pour élaborer ses arguments, pour agencer ses idées avec logique et fluidité. Sa réflexion débridée ne le met malheureusement pas toujours à l'abri des contradictions ! Il vous faudra faire preuve de patience pour dénouer l'écheveau afin de l'aider, sans le vexer, à exprimer sa pensée d'une façon moins désordonnée.



L'indécis (e) « Euhhh.. Oui, mais non.... Je dois d'abord réfléchir... Je ne prends jamais de décision sans avoir dormi une nuit dessus.... » Trois pas en avant, deux pas en arrière.... La valse-hésitation, ça le connaît.

Si l'indécis ne parvient pas à vous dire un vrai « oui » ou un vrai « non », c'est qu'il n'a pas tous les éléments qui lui seraient nécessaires pour trancher. Rassurez-le en lui disant que vous comprenez son indécision et que, probablement, vous n'avez pas été assez clair dans vos explications. Demandez-lui franchement ce qu'il n'a pas compris, quelles sont les informations qu'il aimerait approfondir ou clarifier. Invitez-le à vous dire ce qui lui manque pour qu'il puisse prendre une décision.



Le HP. Attention : Haut Potentiel. C'est-ce genre de personne dont on se dit, avec un brin de jalousie, que la nature a décidément été bien généreuse avec elles. Lorsqu'elles se sont penchées sur son berceau, les fées n'ont pas lésiné sur la distribution des dons, talents et aptitudes. C'est simple : les HP excellent dans tout ce qu'ils entreprennent, tout ce qu'ils touchent se transforme en succès. Dans notre activité, la voie de la réussite ressemblerait pour eux à une autoroute. Il suffirait.... Il suffirait qu'ils veuillent ou qu'ils décident et qu'enfin ils daignent passer à l'action, mais non, leur formidable potentiel reste inexploité. Grrrrrrrr..... Si on ajoute le fait que très souvent ils détestent être bousculés et n'aiment pas qu'on leur suggère ce qu'ils devraient faire, vous avez compris que l'antidote à cette attitude reste encore à découvrir !



L'assisté. Il ne vous lâche plus ! Il a bien intégré votre consigne qui stipule qu'il faut communiquer avec son leader et il use de ce droit sans retenue. Il vous appelle à tout propos pour vous tenir au courant des multiples petits événements qui émaillent son quotidien. Vous voilà promu récepteur de toutes ses pensées, de ses inquiétudes, de ses états d'âmes. Chaque question que vous avez l'imprudence de lui poser lui donne l'occasion de vous pondre un nouveau chapitre.

Lorsque son flot de paroles vous en laisse l'occasion, profitez de cette porte qui s'entrouvre sur le silence pour le ramener au motif essentiel de son appel. Fixez le cadre de vos échanges (avec bienveillance !) et efforcez-vous de l'y maintenir.



Le solitaire

Il ne vous dérangera pas et c'est souvent vous qui devrez le contacter. Non pas qu'il soit prétentieux ou particulièrement timide, mais c'est quelqu'un, voyez-vous, qui préfère innover, réinventer, faire sa propre trace plutôt que marcher dans les pas des autres. Bien sûr, l'individualisme a du bon car c'est le signe d'une personnalité autonome, à

l'exact opposé de l'assisté. Le problème, c'est que cette personne va perdre beaucoup de temps et d'énergie là où l'expérience des autres, et notamment la vôtre, lui aurait épargné bien des tracas. Avec un solitaire, c'est trois fois le temps, cinq fois la peine.



L'accroché(e) aux produits

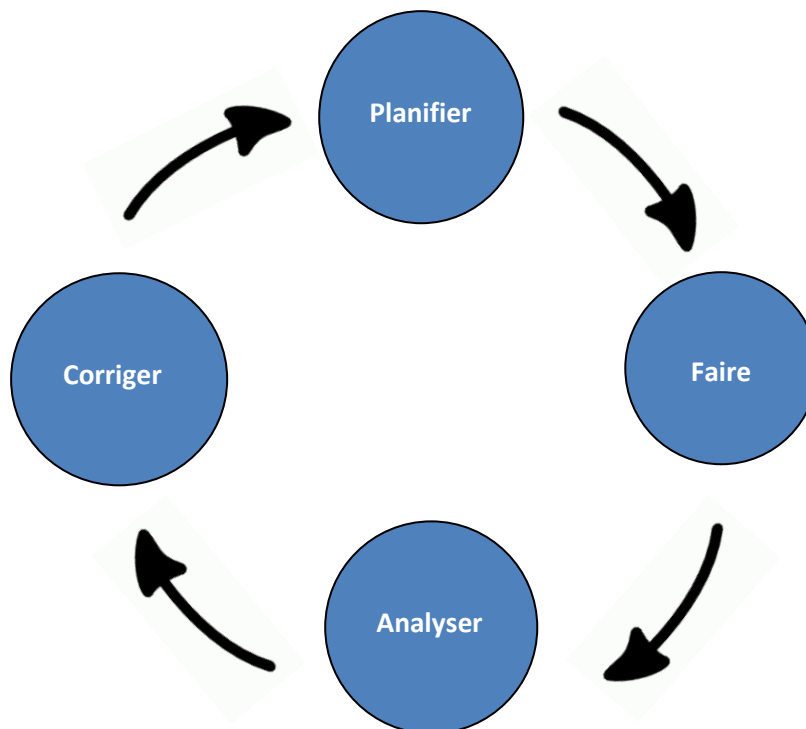
Se cacher derrière les produits, c'est croire qu'ils vont faire le travail de présentation à notre place. « Tiens, prends ce flacon de Mind Master, puis rappelle moi, tu m'en diras des nouvelles ! » On espère que, irrésistiblement conquis par un parfum ou l'aloé vera, nos contacts vont nous demander de bien vouloir les parrainer. Hélas, ce n'est pas ainsi que les choses se passent ! Timidité ? Manque d'audace ? Mauvaise formation ? Quelle que soit la raison de cette attitude, il faudra aider cette personne à corriger le cap, lui expliquer que notre concept LR ne se réduit pas à la vente de produits et qu'on peut faire beaucoup mieux, si réellement nous avons pris la décision de gagner un revenu récurrent. Pour cela, vous devrez l'aider à prendre confiance et ainsi se débarrasser de certains freins

L'amélioration continue

Améliorer ce que l'on fait dans le cadre de son activité, même si on le fait de façon satisfaisante, devrait être une constante préoccupation. Là où la plupart des gens se contentent de ce qu'ils font, de ce qu'ils sont, de ce qu'ils ont, en se disant « ça marche, pourquoi y changerais-je quelque chose ? », un leader élargit sa vision et va plus loin, en repoussant constamment les limites de la normalité. Plutôt que rechercher une hypothétique perfection, (comme chacun le sait, elle n'est pas de ce monde !) visez **l'amélioration continue**.

Cette attitude mentale vaut de l'or ! De quoi s'agit-il, concrètement ? De garder constamment présent à l'esprit que chaque élément qui constitue notre activité peut être amélioré. Cela signifie que nous devons entretenir un état d'esprit particulier, qui est un regard introspectif, ou analytique, dénué de toute complaisance, une sorte de filtre interne qui nous fait passer en revue tous nos actes liés à notre activité, y compris les plus infimes détails. On ne se contente jamais d'un résultat sans le remettre en question, l'analyser et se demander quelles sont les points sur lesquels nous pouvons encore apporter une amélioration.

Le processus pourrait se représenter, schématiquement, comme suit :



De Manager à Junior Leader de Team

Ce principe (mis systématiquement en œuvre dans beaucoup d'entreprises, notamment au Japon où il se nomme *Kaizen*) devrait régenter tous les aspects de notre vie. Dans le cadre de ce guide et de notre activité en marketing relationnel, voyons quels sont les domaines où nous pouvons encore nous améliorer. Voici quelques suggestions. Prenez-en connaissance et pour chacune d'entre elles demandez-vous, non pas **si** vous pouvez améliorer quelque chose, mais **qu'est-ce que** vous pouvez encore améliorer ; adoptez le principe que tout est perfectible. Ne passez pas au point suivant avant d'avoir relevé une ou plusieurs améliorations possibles.

Au besoin, prenez des notes, consignez toute votre réflexion par écrit, de façon à appliquer la démarche suivante :

- **Je réfléchis et j'identifie ce qui ne me donne pas entière satisfaction, ce qui me procure un malaise ou un sentiment d'insatisfaction**
- **J'imagine la correction à apporter à ce problème**
- **J'agis en fonction de cette correction**
- **J'analyse les retours, les résultats**
- **Je corrige le tir, j'affine, je réoriente, j'améliore**
- **Retour à l'étape 1.**

Que pouvez-vous encore améliorer dans...

- Les appels que vous passez à vos contacts afin de leur proposer un entretien ?
- Votre présentation personnelle : habillement, élocution, argumentation, langage non verbal, etc... ?
- Les posts, les infos, les annonces que vous publiez à l'intention de vos connaissances, sur Facebook et autres réseaux sociaux ?
- Votre présentation d'affaire ? Pour bien l'analyser, passez en revue chaque partie de votre entretien. Le préambule, votre disponibilité quant à l'écoute de votre prospect, la présentation des caractéristiques de LR, le plan marketing, etc...
- Votre capacité à prendre la parole dans vos sit-in ? Regard, élocution, vocabulaire, gestuelle, capacité à capter l'attention des auditeurs...

De Manager à Junior Leader de Team

- L'aide et le soutien que vous apportez à vos lignes en profondeur, autrement dit votre façon de gérer le suivi de vos partenaires ?
- Votre règle qui consiste à célébrer, chaque fois que cela est possible, la réussite des autres ?

Encore une fois la perfection n'existe pas, certes, mais elle constitue notre cap, elle oriente nos actes.

Toute notre attention doit être focalisée vers l'excellence.



Vos prochains objectifs

LEADER DE TEAM LEADER D'ORGANISATION

