

dōTERRA®

Sales

Guide pour les
Conseillers



La Voie dōTERRA

Partager les produits dōTERRA® avec votre cercle d'influence peut les aider à révolutionner leurs vies. Vous avez expérimenté la différence de vivre un style de vie de bien-être dōTERRA et compris l'impact puissant que cela peut avoir. Lorsque votre objectif principal est d'aider les autres à changer leur vie par ces produits, la vente devient naturelle.

La pensée de devenir un "vendeur" peut être intimidante. Vendre le chemin dōTERRA, c'est servir les autres en tendant la main, en les écoutant, en établissant des relations et en se souciant sincèrement des gens dans votre vie. Le modèle dōTERRA redéfinit les ventes pour signifier l'authenticité, l'intégrité et la compassion en mettant les gens en contact avec les solutions dont ils ont besoin.

Utilisez ce guide comme un guide pour vous aider à accroître la confiance dans votre rôle de défenseur du mieux-être en améliorant vos compétences de vente et en comprenant les outils et les ressources disponibles pour vous aider à faire croître une entreprise prospère.

CONNAITRE CE QUE VOUS VENDEZ

Quand vous partagez les produits dōTERRA®, vous vendez un style de vie de bien-être — l'espoir, l'autonomisation et la guérison. Vous aidez les gens à mieux manger, à faire plus d'exercice, à améliorer leur sommeil, à réduire leur stress et à éliminer les produits toxiques de leur vie. Vous ne vendez pas seulement des huiles essentielles; vous aidez les gens à vivre plus heureux et en meilleure santé.

Afin d'aider les autres à réaliser le potentiel de vivre ce style de vie de bien-être, vous devez être un produit du produit. Plus vous intégrez les produits à votre style de vie et changerez votre vie, plus vous serez confiant lorsque vous vendrez des produits dōTERRA à d'autres.

"Vendre c'est partager quelque-chose qui vous passionne et que vous savez que les autres adoreront."

—Hayley Hobson



SAVOIR POURQUOI VOUS VENDEZ ?

Il est essentiel d'articuler clairement votre objectif de partage dōTERRA pour vous aider à rester concentré sur le résultat que vous désirez. Le partage est moins stressant quand vous n'avez pas à penser à ce qu'il faut dire sur le moment. Utilisez l'exercice ci-dessous pour expliquer pourquoi vous vendez des produits dōTERRA et des solutions de bien-être.

Quelles sont les trois raisons pour lesquelles dōTERRA a impacté votre vie ?

1

2

3

Quelle est le changement que vous pouvez apporter dans les vies des autres personnes en partageant les produits dōTERRA® avec eux ?

Pourquoi voulez-vous offrir ces changements aux autres ?

Si quelqu'un vous demande pourquoi vous partagez les produits dōTERRA®, que répondriez-vous ?

SAVOIR COMMENT VENDRE ?

Suivre un processus de vente, ou une série d'étapes reproductibles, est essentiel pour réussir dans les ventes. Le cycle de vente dōTERRA vous guide à travers chaque étape que vous devez prendre avec des nouveaux prospects ou des existants, à partir de l'introduction aux huiles essentielles jusqu'à leur inscription dans le mode de vie de bien-être dōTERRA.

Rappelez-vous que lorsque les relations sont votre priorité numéro un, la vente suivra naturellement. Gardez un état d'esprit de service à chaque étape. Vous avez la possibilité d'autonomiser les gens avec des solutions naturelles dōTERRA, alors écoutez et cherchez à comprendre leurs besoins.



Acceptez les Ventes

VOUS AVEZ TOUJOURS ETE UN VENDEUR

Depuis votre enfance, vous vendez avec beaucoup de succès. Sur le terrain de jeu vous avez créé les conditions pour convaincre vos amis à quel jeu jouer. Hier, vous avez peut-être vendu à vos amis un bon salon de coiffure, un nouveau restaurant, ou une destination de vacances parce que vous étiez passionné à ce sujet et vous ne pouviez pas résister au désir de partager. Vous avez été un vendeur toute votre vie.

“Une bonne vente consiste à éduquer le client afin qu’il puisse prendre la meilleure décision en fonction de ses besoins individuels.”

– Betty Torres

LE VENDEUR PROFESSIONNEL

En tant que vendeur professionnel, votre travail est de créer de la valeur pour les gens et de les aider à prendre la décision d’aller de l’avant ou non. Bien faite, la vente sera naturelle, épanouissante, et amusante. Lorsque vous avez une attitude professionnelle, vous créez une expérience confortable pour vos clients et vous-même. Votre objectif est de créer une expérience positive au cours de chaque interaction.

Cela dépend en grande partie du niveau de connaissance et de professionnalisme que vous démontrez.

Utilisez le tableau ci-dessous pour identifier les traits du vendeur professionnel que vous souhaitez améliorer en vous-même.



AMATEUR		PROFESSIONNEL
Ne se soucie pas de ce qui est vendu	➤	Connaît les produits et Croit en eux
Crée de la pression	➤	Crée un environnement de partage
Est frustré par les rejets	➤	Construit des relations avec les gens qui disent “non”
Quitte les gens en conflit	➤	Quitte tout le monde de bonne humeur
Attitude je sais tout	➤	Enseignable
Pessimiste	➤	Positif
N’a pas de “Pourquoi”	➤	A une vision pour sa vie et son activité
Trouve des excuses	➤	Trouve un chemin

DISSIPER LES IDÉES FAUSSES

La première étape pour accepter les ventes consiste à dissiper les idées fausses sur ce que signifie être un «vendeur». Il peut y avoir des stéréotypes négatifs sur les ventes qui vous empêchent de vendre avec succès. Servez-vous de cette section du Guide de vente pour examiner vos perceptions des ventes et adopter le modèle de vente dōTERRA®.

Pensez à la dernière fois où vous avez eu une expérience négative avec un vendeur. Qu'a-t-il fait que vous n'avez pas aimé ?

1

2

3

Comment vous sentiez vous ? Décrivez ce qui rendu cette expérience négative pour vous.

Maintenant que nous avons exploré les aspects négatifs, examinons une expérience positive. Vous avez probablement eu de merveilleuses expériences avec des vendeurs qui vous ont aidé à trouver exactement ce dont vous aviez besoin. Il est important de se rappeler ces interactions pour comprendre l'impact qu'un vendeur professionnel peut avoir.

Pensez à la dernière fois où vous avez eu une expérience positive avec un vendeur. Qu'a-t-il fait que vous avez aimé ?

1

2

3

Comment vous sentiez vous ? Décrivez ce qui rendu cette expérience positive pour vous.

Comme un agriculteur qui sème des graines, les relations que vous établissez prennent du temps et de l'attention. Traitez chaque interaction comme une partie importante de l'entretien de cette relation. Les graines que vous semez aujourd'hui deviendront fortes, et vous récolterez des fruits merveilleux, qu'il s'agisse de regarder quelqu'un changer sa vie pour le mieux, de voir votre entreprise croître, ou d'avoir un ami à vie.



Les Essentiels de la Vente

ECOUTER AVANT DE VENDRE

Les vendeurs qui réussissent comprennent que l'écoute est un élément essentiel de la vente. Ne laissez pas la pression d'essayer de faire une vente vous distraire d'apprendre au sujet de votre client. Rappelez-vous qu'il s'agit d'un processus d'établissement de relations. L'écoute vous permet de comprendre les besoins des autres afin d'offrir une solution qui les aide à relever leur défi.

Peu importe à quel point vous êtes persuasif ou à quel point vous vous sentez confiant au sujet du produit, tout le monde ne sera pas prêt à acheter tout de suite. Les études de marketing ⁽¹⁾ indiquent que la plupart des ventes ont lieu entre le cinquième et le douzième contact, alors continuez à semer des graines et à entretenir la relation. Vous constaterez souvent qu'en permettant à une personne de dire « non » aujourd'hui, elle dira « oui » à l'avenir. Écoutez ce que dit votre client et soyez respectueux, qu'il soit intéressé ou non à acheter un produit.

Utilisez la pyramide du bien-être dōTERRA pour aider chaque personne avec qui vous travaillez à identifier ses besoins et ensuite fournir des solutions à travers les produits dōTERRA®.

Attribuez-vous une note dans chaque domaine (1-10)

↑ HEALTHCARE	SANTÉ PROACTIVE	<input type="checkbox"/>
	SOINS PERSONNELS ECLAIRES	<input type="checkbox"/>
	REDUCTION DE LA CHARGE TOXIQUE	<input type="checkbox"/>
LIFESTYLE ↓	REPOS ET GESTION DU STRESS	<input type="checkbox"/>
	ACTIVITÉ PHYSIQUE	<input type="checkbox"/>
	ALIMENTATION SAINE	<input type="checkbox"/>

DIRIGEZ AVEC L'ECOUTE

Envisagez de poser des questions pour orienter leur autoévaluation :

“ En regardant vos notes, quels sont les secteurs qui ont le plus besoin de soutien?
Qu'est-ce qui vous motive à vouloir adopter des solutions plus naturelles?
Pouvons-nous créer ensemble un plan bien-être de 90 jours ?
À quoi ressemblerait votre vie si vous augmentiez vos notes les plus basses? ”

APPORTER DES SOLUTIONS

La vente de produits dōTERRA® offre de l'espoir en offrant des solutions naturelles aux problèmes de santé des gens. Il y a des gens qui cherchent exactement ce que vous avez à offrir, et votre travail consiste à mettre ces gens en contact avec des solutions et à les aider à voir comment leur vie peut s'améliorer.

REFLECHIR

Évaluez vos interactions passées avec les vendeurs, puis répondez aux questions suivantes.

Comment vous sentez-vous quand un vendeur parle tout le temps ?

Comment éviter de trop parler pour connaître les besoins de vos clients ?

¹ Robert Clay, "Why You Must Follow Up Leads," accessed January 23, 2019, <https://www.marketingdonut.co.uk/sales/sales-techniques-and-negotiations/why-you-must-follow-up-leads>.



“Quand vous focalisez sur les besoins de vos clients, votre capacité à les ouvrir à dōTERRA augmente. Devenez maître dans l’art de poser les bonnes questions. Plus vous les comprenez, plus il est facile de trouver la solution qui convient à leurs besoins.”

–Melody Watts

UTILISER UN LANGAGE PUISSANT

MOINS EFFICACE	PLUS EFFICACE	POURQUOI ?
<i>“Je vends des huiles essentielles”</i>	<i>“J’aide les femmes à devenir une meilleure version d’elles-mêmes en utilisant des solutions naturelles pour améliorer l’énergie, le sommeil et la santé.”</i>	Beaucoup de gens vendent des huiles essentielles. Vous offrez un style de vie de bien-être complet.
<i>“Vous n’avez rien à acheter.”</i>	<i>“A la fin de cet atelier, je vais vous montrer comment obtenir ces huiles chez vous et je vous aiderai à choisir la meilleure solution pour votre famille.”</i>	Présentez la possibilité d’acheter et restez en là.
<i>“Tu m’aiderais vraiment si tu me donnais les noms de tes amis.”</i>	<i>“Tu sais à qui je devrais parler ?”</i>	Voyez s’ils connaissent quelqu’un qui serait tout aussi excité d’apprendre sur dōTERRA qu’ils le sont.
<i>“Je sais ce que tu ressens; les autres ressentiraient la même chose.”</i>	<i>“Je comprends tout à fait. Maria a dit à peu près la même chose. Après avoir compris tout ce qu’elle peut faire avec un Kit de solutions naturelles pour aider sa famille, elle était excitée de commencer.”</i>	Répondre aux objections en isolant l’objection et en faisant référence à l’expérience particulière d’une tierce personne.
<i>“Prenons rendez-vous.”</i>	<i>“Mettons en place un moment pour se voir pendant quelques minutes...”</i>	La phrase «prendre rendez-vous» peut faire ressentir aux gens comme s’ils allaient chez le dentiste. Vous voulez planifier une heure pour visiter, comme vous le feriez avec des amis et de la famille.

Les Fondamentaux du Succès



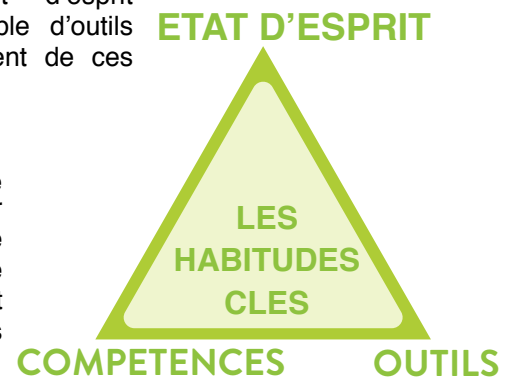
Les conseillers bien-être qui réussissent créent des habitudes clés dans le cadre de trois éléments principaux : l'état d'esprit — la façon dont vous pensez, les compétences — les mesures que vous prenez et les outils — les systèmes et les outils que vous utilisez. Les vendeurs les plus productifs réussissent en se concentrant sur ces éléments fondamentaux.

Cultivez vous-même les principes fondamentaux de la réussite et accélérez la croissance de votre entreprise. Lorsque vous établirez un état d'esprit positif, un ensemble de compétences professionnelles et un ensemble d'outils éprouvés, vous verrez les principales habitudes clés. Le développement de ces habitudes prend du temps, donc restez avec elle.

ATTITUDE

La vente est un état d'esprit qui exige de la confiance en soi et en le produit. Au début de ce guide, vous avez fait l'exercice «Savoir pourquoi vous vendez». Revoyez le souvent pour vous rappeler la différence que vous pouvez faire dans la vie d'autres gens et la raison pour laquelle vous voulez offrir ce changement. Une attitude positive et confiante conduit naturellement à des ventes plus réussies et contribue à renforcer les habitudes clés.

La motivation personnelle est un élément clé d'un état d'esprit correct. Trouvez des façons de rester motivé lorsque les choses deviennent difficiles ou que votre confiance a été ébranlée. Par exemple, appelez votre mentor, passez en revue votre tableau de vision ou regardez une vidéo inspirante, peu importe ce qui vous aide. Les sentiments de découragement sont inévitables dans les ventes, il est donc important d'avoir des stratégies en place pour garder votre moral élevé et vous concentrer lorsque des défis surgissent inévitablement.



LES HABITUDES CLES

Cochez chaque habitude lorsque vous l'avez mise en œuvre.

- Responsabilité**—comprenez que vous êtes responsable de votre succès et que vous trouvez pas des excuses.
- Capacité d'être entraîné**—soyez ouvert à la rétroaction et suivez les conseils des autres.
- Vision**—savoir ce que vous voulez accomplir et pourquoi.
- Persévérance**—ne pas prendre le «non» personnellement, mais reconnaître que l'établissement d'une relation prend du temps et que la plupart des ventes se font après de multiples contacts.
- Positivité**—exprimez votre gratitude pour des produits de qualité, une entreprise que vous pouvez soutenir et les membres de votre équipe – quel que soit leur niveau d'engagement.
- Bienveillance**—soyez gentil avec vous-même et avec les autres; rencontrez vos clients et vos bâtisseurs là où ils sont.

COMPETENCES

Les conseillers bien-être qui ont du succès ont des forces et des talents divers ; cependant, il y a des compétences importantes de vente qu'ils ont en commun. Réussir est, en grande partie, un processus d'autodiscipline. Être dans les affaires pour vous-même nécessite un haut niveau d'autogestion. Fixez-vous des objectifs pour rester concentré et planifiez un calendrier pour vous-même.

“L'Action est la clef fondamentale de tout succès.”

-Pablo Picasso

LES MEILLEURES TECHNIQUES DE VENTE

Les meilleurs vendeurs dans les conseillers du bien-être maîtrisent ces compétences. Utilisez les ressources ci-dessous pour accroître vos connaissances de chaque compétence et les mettre en pratique jusqu'à ce que vous deveniez confiant. Cochez les compétences que vous maîtrisez actuellement et faites le total en bas. Lorsque vous les aurez toutes mises en oeuvre, revenez en arrière pour les peaufiner et les améliorer.

- Remplir et mettre à jour constamment le **Suivi vers le Succès** (voir Lancement page 7).
- Établir des liens authentiques** et bâtir la confiance. Le succès des ventes est lié au nombre de personnes avec lesquelles vous interagissez (voir Lancement page 8 et Formation (Train) en bas page 5).
- Invitez avec succès aux présentations**. Conservez toujours les dates des cours dans votre calendrier (voir Lancement page 9)
- Enseigner des **ateliers convaincants** (voir les pages 10 à 11 de Formation (Train) et regarder des vidéos dans la section Solutions naturelles de la page Web Empowered Success).
- Enrôler** avec succès (voir Lancement page 11).
- Surmonter les objections** (voir Lancement page 11 et Formation (Train) page 11).
- Programmez des dates d'ateliers dans les ateliers** (voir Formation (Train) page 12).
- Présenter aux clients l'aperçu du mode de vie et **créer un plan personnalisé** pour leurs trois prochaines commandes de fidélité (LRP) (voir les pages 12 à 13 de lancement et le guide Vivre).
- Préparer les hôtes** à tenir un atelier réussi (voir le guide Partager).
- Inspirez vos clients à **construire une entreprise** avec dōTERRA (voir Formation (Train) page 9 et Construire).
- Total des compétences maîtrisées

COMPETENCES CLEFS

Vérifiez chaque compétence quand vous les avez mise en oeuvre.

- Responsabilité**—quand vous dites que vous allez faire quelque-chose, faites-le.
- Gestion du temps et des priorités**—organisez votre temps avec efficacité et programmez vos activités du PIPES chaque semaine. Passez la majorité de vos heures de travail sur les activités IPE (Inviter, Présenter, et Enrôler).
- Contrôlez ce qui est contrôlable**—sachez que vous ne pouvez pas tout contrôler, mais vous contrôlez vos réactions, vos plannings, et vos activités.
- Pratiquez**—continuez de perfectionner vos compétences de vente.
- Cohérence**—focalisez votre énergie sur les activités qui génèrent de l'argent et qui apporte les résultats souhaités.

Les Fondamentaux du Succès

OUTILS

Le chemin le plus efficace vers le succès est d'utiliser un système éprouvé et un ensemble d'outils. dōTERRA® procure les outils dont vous avez besoin pour introduire effectivement les huiles essentielles, pour éduquer, pour enrôler, et pour engager les clients dans un style de vie de bien-être avec des solutions naturelles, et pour accélérer votre entreprise.



LES MOYENS DE LA REUSSITE

Écrit par les leaders dōTERRA, le système des Moyens de la Réussite fournit des méthodes et des ressources éprouvées pour vendre avec succès les produits et faire croître votre entreprise. Quand vous en saurez plus sur le système des Moyens de la Réussite, vous constaterez que chacun de ces outils a un but. Vous pouvez utiliser les guides pour faire des travaux spécifiques et faire en sorte qu'il soit facile de former les autres à faire de même. Pour en savoir plus allez sur la page Web Empowered Success : doterra.com.

VOS FORCES

Le Guide des Forces pour les Bâtisseurs est un outil fourni par dōTERRA pour vous aider si vous voulez vous concentrer sur l'exploitation de vos forces naturelles dans la construction de votre entreprise. Découvrez vos points forts grâce à la vidéothèque Empowered You (<https://youtu.be/WVgV7q9fJuw>). Ces outils vous aident à trouver plus de joie et de succès lorsque vous vendez.

Des études ont montré que les personnes qui utilisent leurs forces chaque jour sont plus productives et ont six fois plus de probabilités d'être engagées dans leur travail. En fait, les personnes qui utilisent leurs forces ont trois fois plus de probabilités de signaler avoir une excellente qualité de vie (2). Vous pouvez télécharger le Guide des forces pour les bâtisseurs sur la page Web Empowered You sur le site doterra.com.



LES OUTILS CLES DES HABITUDES

Cochez chaque habitude lorsque vous l'avez mise en œuvre.

- Discipline**—travailler fort, s'engager à utiliser les outils et les systèmes de façon uniforme et ne pas réinventer la roue.
- Systèmes**—se concentrer sur chaque étape du processus de vente dōTERRA et mettre en œuvre un système pour former les autres à faire de même, comme Empowered Success (les Moyens de la Réussite).
- Préparation**—ajoutez des outils clés (brochures) à votre commande de fidélisation (LRP) afin d'avoir ce dont vous avez besoin et de ne pas vous sentir pressé.

Le Cycle des Ventes de dōTERRA

Le cycle de vente dōTERRA est une série d'étapes reproductibles; de l'introduction à l'inscription, il agit comme votre guide lorsque vous partagez le mode de vie de bien-être dōTERRA.

NEUF ETAPES SIMPLES

- 1 Contacter Connecter
- 2 Inviter
- 3 Introduire Présenter
- 4 Eduquer
- 5 Finaliser
- 6 Enrôler Inscrire
- 7 Répondre aux Objections
- 8 Recueillir les Références
- 9 Suivre Soutenir

Ces étapes s'insèrent parfaitement dans le cadre du PIPES que vous connaissez déjà, vous donnant une feuille de route claire et vous assurant de ne pas sauter d'étapes importantes dans la présentation de votre message et l'inscription de nouveaux clients. Faites confiance au processus pour connaître le succès.



MISE EN ŒUVRE DU CYCLE DE VENTE dōTERRA

Les pages suivantes vous donnent un aperçu des 9 étapes du cycle de vente dōTERRA.

Pour chaque étape, vous devez :

- Apprendre la définition
- Lire les façons pratiques de développer la compétence.
- Répéter les exemples de scripts.
- Évaluez-vous à quel point vous êtes confiant.

Pour développer davantage votre capacité de vente, mettez vos idées de développement des compétences en pratique afin de devenir le défenseur du bien-être professionnel et brillant que vous souhaitez être.



Le Cycle des Ventes de dōTERRA

STEP ①: CONNECTER-CONTACTER

Établissez des relations authentiques avec les gens partout où vous allez. Obtenez leurs coordonnées afin que vous puissiez continuer à bâtir l'amitié. dōTERRA est une entreprise relationnelle. Qu'il s'agisse d'une relation existante ou d'une nouvelle personne, établissez la confiance dans chaque interaction. Cherchez à changer des vies en partageant ce que vous aimez, peu importe où vous êtes ou avec qui vous êtes.

RENFORCEMENT DES COMPÉTENCES :

- Souriez et désignez les gens par leur nom.
- Posez des questions et écoutez pour découvrir leurs intérêts et leurs besoins. Écoutez plus que vous ne parlez.
- Dressez une liste de tous ceux que vous connaissez qui valorisent la santé, la détermination et la liberté. Cultivez les relations avec eux.
- Soyez positif. Les gens seront attirés par votre énergie positive.
- La connexion n'est pas une activité ponctuelle. Continuez de vous connecter au fil du temps jusqu'à ce que vous ayez une occasion naturelle de présenter les produits dōTERRA®.

“ EXEMPLE DE SCRIPT
Comment allez-vous ?
Comment va votre famille ?
Que se passe-t-il dans votre vie ? ”



Comment vous connectez-vous ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



“Vous pouvez vous faire plus d'amis en deux mois en vous intéressant aux autres que vous pouvez le faire en deux ans en essayant d'intéresser d'autres personnes à vous.”

-Dale Carnegie

ETAPE ②: INVITER

Communiquez avec les personnes figurant sur votre liste de noms ou votre outil de suivi vers le succès et invitez-les à assister à un atelier ou à une présentation. Les grandes invitations sont personnalisées, passionnantes, créent de la valeur, et apportent un véritable soin à celui que vous invitez. Quand vous découvrez ce qui est le plus important pour chaque personne en prenant un véritable intérêt dans qui ils sont et de construire des liens sur ce qu'ils vivent, votre invitation à venir à une classe deviendra naturelle.

RENFORCEMENT DES COMPÉTENCES :

- Lorsque vous parlez au téléphone, levez-vous, souriez et soyez enthousiaste, même si l'autre personne ne peut pas vous voir. Cela vous aide à vous sentir en confiance et ils entendront le sourire dans votre voix.
 - À cette étape, votre objectif est de communiquer avec les personnes figurant sur votre liste, et non de les obliger à acheter. N'essayez pas de vendre des produits. Vendez l'atelier ou le tête-à-tête.
 - Ayez toujours au moins deux ateliers ou présentations dans votre calendrier afin que vos invités puissent choisir.
 - Restez positif et ne vous inquiétez pas du résultat. Les gens disent souvent non plusieurs fois avant de dire oui, alors continuez à bâtir la relation.
 - Certains diront oui, d'autres non, et d'autres iront dans un sens ou dans l'autre, selon la façon dont on les aborde.
- Prenez des notes sur ce qui fonctionne pour vous.

“Les gens aiment parler de quatre choses : leur santé, les finances, le bien-être émotionnel, et les relations. En tant que défenseur du bien-être, mon travail est simple. Tout ce que je dois faire, c'est m'arrêter, écouter, et construire une relation. C'est le travail le plus facile que j'ai jamais eu.”

–Kacie Vaudrey

EXEMPLE DE SCRIPT

“

Bonjour, comment vas-tu? As-tu une seconde? Super, j'ai moi-même juste une seconde. J'ai appris à connaître les huiles essentielles et elles font une énorme différence pour moi et ma famille. Nous les utilisons pour tout: sommeil, plus d'énergie, stimulation immunitaire, nettoyage naturel ! Je sais que chez toi, tu as eu des soucis (par ex. au changement de saison), des tensions au niveau de la tête, et j'ai pensé à toi!

J'organise un court atelier santé avec un expert en— — et j'aimerais que tu sois mon invité personnel. C'est chez moi jeudi à 19h, ou alors on peut se voir pour déjeuner lundi prochain. Qu'est-ce qui te convient le mieux?”

Trouvez d'autres scripts pour soutenir le cycle de vente deTERRA dans la brochure Lancement.



Est-ce que vous invitez bien ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



Le Cycle des Ventes de dōTERRA

ETAPE ③: INTRODUIRE-PRESENTER

La phase d'introduction dans le cycle de vente dōTERRA est l'endroit où les clients potentiels se rendent compte qu'ils ont un besoin. Cela crée un environnement d'achat. Au début de la présentation, aider les gens à cerner l'écart entre leur bien-être global actuel et les objectifs de mieux-être désirés. Une façon de le faire est de les faire évaluer eux-mêmes sur la pyramide dōTERRA Style de Vie - Bien-être dans la brochure Vivre. Soyez clair que vous allez leur montrer quelque chose qui va changer leur vie et leur faire savoir qu'il y aura une occasion d'acheter à la fin de la présentation.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Commencez par une ouverture puissante. Communiquez avec les participants et exprimez votre intention de les servir.
- Éliminez les distractions. Éteignez la télévision et réunissez tout le monde dans la même pièce.
- Prenez le contrôle de la salle en étant préparé, confiant et en parlant avec enthousiasme.
- Évitez d'utiliser des mots de remplissage comme « um », « uh » et « vous savez »
- Vendez la solution à leurs problèmes, pas les produits.
- Demandez à chaque participant pourquoi il est venu et quelles sont les réponses qu'il cherche à obtenir pour que vous puissiez couvrir les choses les plus importantes pour lui dans votre présentation.
- Exercez-vous, d'avance, à partager votre histoire avec dōTERRA en une minute pour qu'elle soit naturelle.



EXEMPLE DE SCRIPT

Bienvenue à tous et merci de m'accueillir! J'adore partager le pouvoir de dōTERRA et ce qu'il peut faire pour améliorer la vie des gens. Le mode de vie dōTERRA a changé ma vie et celle de tant de gens dans le monde. Ce soir, nous allons explorer quelques options naturelles pour avoir plus d'énergie, stimuler votre système immunitaire, améliorer le sommeil, réduire les sentiments d'anxiété, et même comment éliminer la toxicité à la maison. À la fin du cours, je vous montrerai comment faire entrer ces solutions dans votre maison et vous aiderai à choisir ce qui est le mieux pour votre famille. Je suis content que vous soyez là !



Comment vous introduisez-présentez ?
Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



“Mettre l'accent sur la création de valeur pour le client. Nous sommes des fournisseurs de solutions. Lorsque nous offrons à quelqu'un la réponse à son problème, cela crée de la valeur et peut entraîner une vente à répétition.”

—Sherri Vreeman

ETAPE 4: EDUQUER

La phase Eduquer dans le cycle de vente dōTERRA relie le besoin créé dans la phase Introduction avec les produits dōTERRA® spécifiques qui les aideront. Créez des expériences avec des huiles essentielles dans l'atelier afin qu'ils puissent reconnaître le pouvoir eux-mêmes. Démontrez comment les produits dōTERRA® peuvent aider à atteindre leurs objectifs de bien-être. Expliquez pourquoi les solutions naturelles sont efficaces et montrez comment les utiliser. Rappelez-vous que la première introduction aux huiles essentielles peut être lourde, donc restez simple.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Décrivez les principaux avantages des produits et montrez comment ils favorisent le bien-être.
- Le but de la présentation est d'inscrire les clients afin qu'ils puissent commencer, et non pas de leur apprendre tout sur les produits.
- Posez des questions tout au long de votre présentation.
- Utilisez le nom des participants pendant la présentation pour personnaliser l'expérience.
- Envisagez d'enregistrer vos présentations à regarder plus tard afin de parfaire votre prestation.
- Faites circuler les huiles. Créez des expériences avec les produits tout au long de l'atelier.

QUESTIONS DE PRÉSENTATION

“Que voulez-vous sentir le plus? Que voulez-vous sentir le moins?”

“Qu'est-ce que vous ne pouvez pas faire que vous aimeriez pouvoir faire ?”

“Comment ceci affecte votre vie?”

“Quelle est votre solution de recharge actuelle? Et combien cela vous coûte-t-il?”

“Quelle est la solution qui fonctionne pour vous?”

“Si je peux vous montrer quelque-chose qui aide, qui est facile à utiliser, et qui est abordable, voudriez-vous essayer ?”

Si ce qui vous affecte n'était pas un problème, comment cela améliorerait-il votre qualité de vie?”



Comment vous éduquez ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



Le Cycle des Ventes de TERRA

ETAPE 5: FINALISER

La phase de clôture du cycle de vente de TERRA consiste à résumer les principaux points de la présentation, à passer en revue les options d'adhésion et de kit et à introduire l'option s'inscrire. La finalisation est un service que vous offrez pour aider les gens à prendre la décision qui leur convient le mieux. Rappelez aux participants qu'avec un livre et une boîte, ils sont prêts à aborder 80 % des priorités de santé à la maison. Préparez une finalisation qui vous semble authentique et pratique-la jusqu'à ce que vous deveniez efficace en l'utilisant.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Rappelez-vous que la finalisation est quelque chose que vous faites pour quelqu'un, et pas à la place de quelqu'un. Vous leur offrez des dons précieux de la Terre qui peuvent changer leur vie.
- Évitez de poser des questions «Avez-vous des questions?» pendant votre conclusion. Cela tue l'élan. Posez plutôt les questions de clôture décrites ci-dessous.
- Construisez leur confiance que vous pouvez les guider vers le meilleur kit pour leurs besoins.
- Ramenez tout à leur priorité absolue. Montrez-leur la solution à leur défi et mettez-la entre leurs mains.

EXERCEZ-VOUS À PRÉPARER LES QUESTIONS DE FINALISATION PENDANT VOTRE PRÉSENTATION

« Pourquoi pensez-vous que votre conjoint serait heureux de les recevoir à la maison? »

« Si vous étiez certain de d'expérimenter l'un de vos défis au cours du prochain mois et que vous aviez déjà ces produits chez vous, comment vous sentiriez-vous? »

« Si vous aviez accès à des options de mieux-être plus sécuritaires, moins coûteuses et plus efficaces dans votre maison, en quoi cela aiderait-il votre famille? »

EXEMPLE DE SCRIPT #1

“ Si je vous ai bien compris, il semble que la gestion du stress soit une priorité absolue. Mettons les bonnes huiles dans vos mains pour vous en occuper. Je recommande de commencer par le kit d'aromathérapie émotionnelle diffusée.

EXEMPLE DE SCRIPT #2

Laisse-moi vous poser une question. Maintenant que vous avez fait l'expérience de certains produits et que vous en avez appris davantage sur la façon dont ils peuvent aider, ainsi que sur leur sécurité, pouvez-vous commencer à comprendre pourquoi tant de gens les utilisent? D'accord, c'est très bien. Voici ce que tout le monde aime dans la manière dont cela fonctionne : je vais prendre les commandes ce soir. Ensuite, vos produits seront livrés dans quelques jours afin que vous puissiez commencer à vivre votre style de vie de bien-être total.

Retournez au verso du document de l'atelier et commencez à lire les zones ombrées sur le formulaire de commande, et je viendrai répondre à vos questions.”



Comment Finalisez-vous?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



ETAPE 6: ENROLER-INSCRIRE

Demandez aux clients de remplir les zones ombrées sur le formulaire de commande pour qu'ils puissent faire entrer ces huiles dans leur maison. Faites le tour de la salle et offrez de répondre à des questions individuelles. Partagez ce que vous aimez dans la trousse que vous estimez être la meilleure pour eux. Reliez tout à leurs priorités en matière de santé et à la façon dont cette trousse est conçue pour répondre à leurs besoins. Soulignez qu'il est important d'acheter une trousse pour avoir plusieurs produits à portée de la main, pas seulement un ou deux articles.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- L'esprit confus dit "non." Évitez de montrer un trop grand nombre d'articles. Montrez-en quelques-uns, offrez une offre spéciale, et gardez les choses simples. Envisagez de faire don d'une huile d'orange gratuite à ceux qui commandent à l'atelier.
- Inscrire la plupart des clients en Premium. Inscrire ceux qui veulent partager ou bâtir en tant que conseiller bien-être.
- Parler positivement des plus gros kits afin qu'ils puissent avoir plusieurs huiles dans leur maison et profiter ainsi de plus d'avantages.
- Mettre l'accent sur les avantages d'un mode de vie dōTERRAaxé sur le bien-être.

EXEMPLE DE SCRIPT

“ Quand je me suis inscrit, j'ai commencé avec un kit, et c'est ce que je trouve qui donne la meilleure valeur dès le début. Ma famille a commencé avec le kit de solutions naturelles. Il a la plupart des produits les plus populaires avec lesquels vous pouvez commencer votre voyage – ils vous aident pour le sommeil, le système immunitaire, l'énergie, la concentration, il y a même les huiles pour cuisiner ou nettoyer. Et la liste continue. ”

Pour des scripts plus détaillés sur la façon d' enrôler avec succès, voir la page 11 de la brochure Lancement.



Comment enrôlez-vous ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



Le Cycle des Ventes de TERRA

ETAPE 7: REpondre aux OBJECTIONS

Répondre aux objections des clients est un service important que vous offrez pendant le cycle de vente. Posez des questions intéressantes et laissez-les partager leurs expériences et leurs préoccupations. Parlez moins et écoutez plus. Vous surmonterez les objections en découvrant ce qu'ils veulent vraiment et en les aidant à trouver des façons de l'obtenir. Demandez-leur s'ils sont ouverts à la prochaine étape qui consiste à faire entrer des huiles dans leur maison.

Suivez les étapes ci-dessous pour répondre aux objections.

- 1 **Reconnaître que leur préoccupation est valide.** Les gens ont un besoin psychologique d'être entendus et compris.

« Je peux comprendre pourquoi cela vous préoccupe. »

- 2 **Résumez le problème dans vos propres mots et exprimez votre empathie.** Il est important de bien comprendre le problème et d'observer les émotions derrière leurs paroles. Assurez-vous d'être sur la même longueur d'onde et de répondre à leurs émotions.

« Si je vous comprends bien, vous avez l'impression que le prix d'achat d'un kit est plus élevé que ce que vous voulez investir maintenant. Est-ce exact? Je comprends tout à fait. C'est frustrant d'avoir un budget serré. »

- 3 **Demander la permission d'explorer les options et de trouver des solutions ensemble.** Cela permet au client de participer à la conversation et de se sentir investi dans la recherche d'une solution.

« Je pense que nous pouvons trouver une solution qui fonctionne pour vous. Pouvons-nous y réfléchir ensemble pour trouver des solutions? »

- 4 **Faites référence à l'expérience d'un tiers et expliquez comment il a résolu le même problème.** Le fait de partager de vraies histoires avec de vraies personnes valide davantage le client et le rassure en lui disant que vous avez aidé d'autres personnes à surmonter le défi.

« La semaine dernière, Susan avait la même préoccupation, alors elle a organisé un atelier où elle a invité dix personnes et a gagné suffisamment pour acheter le kit qu'elle voulait. Elle était tellement excitée! »

- 5 **Lancez une invitation.** Tirez parti de l'élan que vous avez créé au cours de la séance d'échange et aidez-les à progresser dans le processus d'inscription.

« Êtes-vous prêt à inviter vos amis pour un atelier afin que nous puissions vous obtenir le kit que vous voulez? »

Fournissez des réponses amicales et honnêtes à ce qui provoque leur hésitation. Voyez leurs objections partagées comme des idées clés pour vous rendre plus efficace.



Comment répondez-vous aux objections ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.








*« Le serveur qui vend donne sans tenir compte de ce qui suit :
ce que vous recevrez en retour.
Au lieu de se soucier d'une vente, vous entrez dans la peau des clients et cherchez à créer de la valeur pour eux. »*

—Neal Anderson

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Il y a plusieurs objections habituelles que vous pouvez rencontrer lors de l'inscription d'un client. Soyez prêt à répondre aux objections ci-dessous et à mettre en pratique les réponses possibles afin d'avoir confiance en vos réponses.

OBJECTIONS HABITUELLES	EXEMPLES DE SCRIPTS
<p>Pourquoi les huiles dōTERRA® ?</p> 	<p>« Je comprends pourquoi cela vous préoccupe; il est difficile de savoir quelle marque acheter avec autant de compagnies d'huiles essentielles. Irena a eu la même préoccupation la semaine dernière; puis-je vous dire ce que j'ai partagé avec elle? J'ai expliqué que dōTERRA est la marque la plus testée et la plus fiable dans ce secteur. Quatre-vingt-seize pour cent de nos huiles et mélanges sont exclusifs, cultivés par des agriculteurs artisans dans des endroits idéaux pour la puissance maximale. Elle en a appris davantage à sourcetoyou.com et a été époustoufflée par la différence dōTERRA. Vous et votre famille méritez les huiles essentielles les plus pures et efficaces. Aimerez-vous faire l'expérience de la différence pour vous-même en commandant aujourd'hui? »</p>
<p>Argent</p> 	<p>« Je comprends pourquoi cela vous préoccupe. Si je vous comprends bien, vous estimez que le prix d'achat d'une trousse est supérieur à ce que vous voulez investir maintenant. Est-ce exact? Je pense que nous pouvons trouver une solution qui fonctionne pour vous. Seriez-vous prêt à envisager quelques options pour y arriver? Susan a dit la même chose il y a quelques jours, mais lorsqu'elle a additionné ce qu'elle dépense habituellement pour les produits de soins personnels, elle s'est rendu compte qu'elle pouvait réellement économiser de l'argent en passant aux produits dōTERRA. Elle adore avoir le kit de solutions naturelles à la maison pour soutenir la santé de sa famille. Êtes-vous prêt à réaffecter votre argent et à remplacer les articles ménagers courants par des produits dōTERRA plus naturels et de haute qualité? »</p>
<p>Epoux-conjoint</p> 	<p>« Je comprends tout à fait où vous voulez en venir. Vous craignez que votre mari n'approuve pas cet achat? J'ai connu beaucoup de gens qui avaient la même préoccupation — puis-je vous dire ce qui a fonctionné pour eux? J'ai constaté que lorsque les gens font l'expérience d'une huile, ils deviennent plus ouverts. Aimerez-vous amener un échantillon de Deep Blue® à la maison pour qu'il puisse l'essayer? »</p>
<p>Je ne vois pas l'utilité</p> 	<p>« Je comprends, je ne pensais pas non plus avoir besoin d'huiles essentielles au début. Vous avez dit que vous vouliez plus d'énergie. Il y a quelques semaines, j'ai parlé à Whitney qui avait le même problème. Elle a essayé le pack dōTERRA LLV, qui lui a donné plus d'énergie et moins d'inconfort. Nous avons une garantie de remboursement de 30 jours sur notre pack dōTERRA LLV. Voulez-vous voir si cela changera votre vie dans les 30 jours et, sinon, je vous aiderai à être remboursé? »</p>
<p>Acheter en MLM</p> 	<p>« Je comprends tout à fait cela; beaucoup de gens sont de cet avis. Ce que j'aime, c'est que dōTERRA est unique dans le marketing de réseau. En fait, 82 p.100 des gens qui achètent des produits dōTERRA ne sont que des clients qui ne les vendent pas. Si nous avons autant de clients, c'est parce que nous avons les produits les plus éprouvés et les plus fiables sur lesquels les gens peuvent compter. Êtes-vous prêt à vous joindre aux millions de personnes qui changent leur vie avec des solutions naturelles? »</p>

RECONNAÎTRE LES TYPES D'OBJECTION

En développant la capacité de surmonter les objections, reconnaître qu'il en existe deux types : les véritables préoccupations et les excuses vides. La reconnaissance de la différence vous aide à savoir quand et comment vous pouvez enrôler.

Véritables Préoccupations	Excuses
Sont authentiques, urgentes, détaillées	➤ Sont vagues, triviales, non spécifiques
Peuvent être résolues	➤ Sont une perte de temps
Indiquent un intérêt	➤ Indiquent l'indifférence
Resultent d'un désir de comprendre	➤ Résultent d'un manque de motivation
Montrent un obstacle à la clôture de la vente (par ex. prix, craintes, etc.)	➤ Montrent une justification pour ne pas acheter

Vous êtes un messenger d'espoir. Alors que vous vous concentrez sur le service aux autres et partagez l'espoir suffisamment vif pour allumer le feu de l'action, la préoccupation des objections s'estompe et l'amour et la préoccupation authentique grandissent avec votre compréhension

Le Cycle des Ventes de TERRA

ETAPE 8 : RECUEILLIR LES REFERENCES

Tirez parti de l'enthousiasme de la classe pour recueillir des références et réserver de futurs cours avec les membres de la classe. Vous pouvez vous attendre à ce que les gens veuillent aider leurs amis et leur famille. Vous constaterez peut-être que les gens ne répondent pas à la question si vous leur demandez simplement : «Qui connaissez-vous?» Aidez à rafraîchir leur mémoire en suggérant des catégories de personnes — amis, famille, collègues de travail, etc.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Invitez les participants à organiser un atelier pour leurs amis. Gardez toujours au moins deux créneaux sur votre calendrier pour qu'ils puissent choisir.
- Offrez un encouragement à ceux qui réservent une nouvelle classe pendant l'atelier. Utilisez les points LRP pour acheter des cadeaux incitatifs bon marché.
- Évitez d'utiliser le mot « référence ». Demandez plutôt à qui il a pensé, pendant le cours, qui aurait aimé être là.

EXEMPLE DE SCRIPT Individuel:

“

J'ai vraiment apprécié de travailler avec vous ce soir et je sais que vous allez adorer votre kit d'inscription. J'ai constaté que bon nombre des personnes qui assistent à ces exposés prennent environ 10 minutes pour penser à des amis ou à des membres de leur famille qui auraient aimé apprendre ce qu'ils viennent de voir. J'aime organiser des ateliers pour les gens à qui vous pensez que ce pourrait être utile. Est-ce que quelqu'un vous est venu à l'esprit pendant l'atelier : amis, famille, partenaires d'entraînement, ou autres?

Groupe:

Maintenant, la plupart d'entre vous ont peut-être pensé à trois ou quatre personnes, ou 20, qui auraient apprécié ce que nous avons transmis ce soir. Si vous souhaitez accueillir votre propre atelier, rapprochez-vous de moi, après, et nous allons mettre en place quelque chose. Mais dépêchez-vous parce que les premiers arrivés seront les premiers servis. ”



Comment vous recueillez les Références ?
Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.



ETAPE 9: SUIVRE

Passez à la prochaine étape dans votre calendrier. Planifiez un aperçu du mode de vie pour chaque personne qui s'inscrit. Pour ceux qui souhaitent discuter de l'opportunité d'affaires, planifiez un aperçu de l'entreprise. Inévitablement, il y a des gens qui ne sont pas encore prêts à s'inscrire. Continuez à entretenir la relation. De solides relations sont la ressource la plus précieuse de votre entreprise.

RENFORCEMENT DES COMPETENCES

- Planifiez un aperçu du mode de vie avec chaque client pour passer en revue ses objectifs de mieux-être et l'inscrire au programme de récompenses de fidélité (LRP).
- Ne quittez jamais un atelier ou un cours en tête-à-tête sans date et heure pour la prochaine étape.
- Être agréablement persistant.



EXEMPLE DE SCRIPT

Comme je l'ai dit en classe, la prochaine étape consiste à planifier un aperçu du mode de vie pour que je puisse vous enseigner comment utiliser votre kit. Cela ne prend qu'environ 30 minutes. J'ai du temps mercredi soir à 7h30 ou jeudi matin à 11h. Lequel correspond le mieux à votre horaire?



Comment vous suivez ?

Évaluez-vous de 1 à 10 sur la façon dont vous vous sentez confiant, 10 étant très confiant.

« Les gens adorent l'aperçu du mode de vie parce que c'est le soutien à la clientèle que tout le monde espère. »

—Rod Richardson



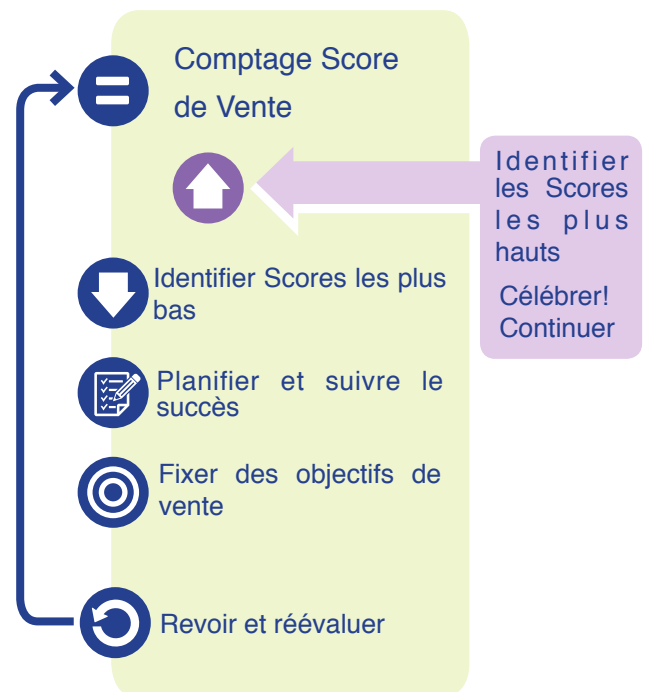
Débloquez Vos Potentiels

Tout au long de ce guide, vous avez appris des principes qui vous aideront à libérer votre potentiel en tant que conseiller bien-être dōTERRA. Vous savez que vendre dōTERRA® signifie servir les autres et établir des relations. Après avoir expliqué pourquoi vous vendez des produits dōTERRA® et avoir dissipé les idées fausses, vous avez adopté votre identité de vendeur. Vous avez acquis des compétences essentielles, cerné les éléments fondamentaux de la réussite — l'état d'esprit, les compétences et les outils — et étudié le cycle de vente dōTERRA. Continuez à appliquer ces principes de vente et à perfectionner vos compétences afin d'atteindre vos objectifs.

COMPTABILISEZ VOTRE SCORE DE VENTE

Transférez vos notes des pages précédentes et faites le décompte dans la première colonne pour créer un examen complet de votre score de vente actuel. Ce score de vente rend votre progrès quantifiable et vous permet d'identifier facilement vos domaines les plus forts et les plus faibles.

SCORE DE VENTE	Date du jour	Revue trimestrielle :		
		Date	Date	Date
Meilleures techniques de vente (p.9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Connecter-Contacter (p.12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inviter (p.13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduire (p.14)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eduquer (p.15)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finaliser (p.16)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enrôler (p.17)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Répondre aux objections (p.18)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recueillir les références (p.20)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suivre (p.21)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL VOTRE SCORE DE VENTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



ENTRAINEZ VOTRE EQUIPE

Ce guide est un excellent outil pour encadrer votre équipe et développer ses capacités de vente. Encouragez les membres de votre équipe à remplir le guide et à enregistrer leurs notes. Lorsque vous les encadrez, commencez par leur demander quel est leur score de vente actuel et aidez-les à s'améliorer dans les domaines où ils ont besoin d'aide.

PLANNIFIER ET SUIVRE LE SUCCES

Examinez vos deux aspects les plus importants du cycle de vente. Analysez les compétences et les talents uniques que vous utilisez pour réussir à ces étapes, puis trouvez des façons d'utiliser ces mêmes talents pour améliorer vos deux domaines les plus faibles. Par exemple, si vous vous sentez à l'aise d'inviter, mais que vous avez de la difficulté à conclure, appliquez les forces que vous utilisez pour inviter et voyez comment elles peuvent vous aider à conclure. Créez un plan d'action pour augmenter vos notes ci-dessous. Envisagez de mettre en œuvre les suggestions de renforcement des compétences dans le présent guide, de jouer des rôles pour gagner de la confiance ou de travailler avec votre upline (ligne ascendante).

1

Score le plus faible _____

Quelles mesures précises prendrez-vous pour améliorer ce domaine?

Quand prendrez-vous cette mesure?

Comment saurez-vous que vous vous êtes amélioré?

2

Score le plus faible _____

Quelles mesures précises prendrez-vous pour améliorer ce domaine?

Quand prendrez-vous cette mesure?

Comment saurez-vous que vous vous êtes amélioré?

ÉTABLIR DES OBJECTIFS DE VENTE

Maintenant que vous savez sur quoi vous allez travailler, fixez vos objectifs de vente.

Quel est votre objectif de vente du volume d'organisation

(VO) pour les 30 prochains jours? _____ 90 jours? _____ 12 mois? _____

Comment célébrerez-vous l'atteinte de vos objectifs?

RÉEXAMEN ET RÉÉVALUATION

Réévaluez régulièrement votre score de vente pour recentrer vos efforts sur les domaines qui bénéficieront le plus de l'amélioration. À mesure que vous vous lancez dans le travail et que vous regardez votre score de vente augmenter, vous trouverez l'excitation de vendre le modèle dōTERRA et profiter des dividendes de la construction d'une entreprise prospère.

Alors que vous observez les autres vivre la croissance et le changement, vous verrez votre activité dōTERRA non seulement en termes de clients et de ventes, mais comme un moyen de faire une différence dans votre communauté et dans le monde.

“Quand vous partagez les produits dōTERRA[®], vous apportez *l'espoir* et le *bien-être* aux personnes que vous aimez, à votre communauté, et finalement au monde. Vendre à la manière de dōTERRA c'est du *service*. Une goutte à la fois et une personne à la fois, nous servons le monde avec des *solutions de bien-être*

Greg Cook, Fondateur Exécutif

Sales-US EN 032519

v2 60206994

