

33/ Keďže ste povedali svojmu priateľovi, že toto stretnutie bude trvať 30 minút, **dodržte striktné dohodnutý čas trvania**. Samozrejme, ak prejaví záujem o viac informácií, ochotne mu ich poskytnite.

34/ Neodpustiteľnej chyby sa dopúšťajú tí, ktorí sa domnievajú, že počas jediného stretnutia musia povedať všetko, čo vedia. Vyvolajú tým veľký zmätok v mysli poslucháča a zabúdajú, že niekedy **menej býva viac**.

35/ **Kniha prezentácií (ďalej len KP)** je akýsi blok s vkladateľnými a vymeniteľnými stranami plný obrázkov, literatúry, ilustrácií, grafických znázornení a iného informačného materiálu, ktorý prehľadným spôsobom pomocou faktov, čísiel, obrázkov a nápadov informuje vašich budúcich klientov o vašich výrobkoch a obchodných aktivitách.

Hneď v úvode KP by mali byť pozitívne údaje objasňujúce základy sieťového marketingu. Pritom je nevyhnutné zdôrazniť, že sieťový marketing je zákonná, vysoko účinná a najrýchlejšie sa rozvíjajúca metóda predaja a zároveň overený a profesionálny systém distribúcie kvalitných produktov. Je to životaschopný príklad slobodného podnikania v najčistejšej podobe – každému poskytuje príležitosť a možnosť žiť svoj vlastný život a byť podľa svojich možností najlepším vo svojom odbore.

Preto zahrňte do svojej knihy fakty a príklady, ktoré presvedčia vašich klientov (distribútorov) o výhodách MLM. Použite príklady vašich úspešných jednotlivcov – lídrov a ich pohnútky, ktoré ich priviedli k MLM.

Je veľmi dôležité mať vo svojej KP jednu stranu, ktorá vysvetlí rozdiel medzi nezákonnou pyramídou a spoločnosťou založenou na základe sieťového marketingu. Hneď po oboznámení vášho klienta s rozdielmi medzi pyramídou a MLM doporučujeme, aby ste sa svojho klienta opýtali na jeho názor na sieťový predaj a jeho prípadné samostatné podnikanie v našom odbore. Tak rýchlo zistíte, či nebudete zbytočne plytvať časom na niekoho, kto je už rozhodnutý povedať nie, bez ohľadu na to, čo mu chcete ponúknuť.

Je nutné vášho budúceho zákazníka vhodnými materiálmi, ilustráciami, fotografiami o firme, o jej histórii, o dosiahnutých úspechoch, o cieľoch a poslaní presvedčiť o dôveryhodnosti a spoľahlivosti vašej firmy. Podľa možnosti použite aj graf ročného obratu firmy za posledné roky.

V ďalšej časti svojej KP zdôraznite hlavné prednosti vašich produktov a prístrojov. Sústreďte sa na výhody vašich produktov. Je zbytočné uvádzať čísla. Budúceho klienta najľahšie presvedčíte tým, že mu porozprávate o tom, v čom a ako vám pomohli vami ponúkané produkty a prístroje.

V KP pokračujte tým, že klientovi predložíte graf znázorňujúci váš plán a ukážte mu kde môže byť odo dneška o rok, o dva alebo o tri roky. Vyhnite sa pritom príliš podrobnému vysvetľovaniu s tým, že tieto otázky sú predmetom ďalšieho špecializovaného školenia.

Potom popíšte podporu, ktorú mu vy a vaša firma poskytnete v budúcnosti. Opíšte školiace programy prebiehajúce vo vašej sieti, dôležitosť a užitočnosť školení, seminárov, medzinárodných konferencií ...

Nevynechajte ani fotografie s vedúcimi pracovníkmi vašej spoločnosti. Fotografiou dokážete vášmu klientovi, že vy ste skutočne serióznym a váženým človekom vo svojej spoločnosti. Pritom zdôraznite, že medzi vami a vašim sponzorom, vašimi úspešnými spolupracovníkmi sú veľmi priateľské a úprimné vzťahy a práve taký bude aj váš vzťah k budúcemu klientovi.

Všemožne sa usilujte, aby vaša prezentácia bola jednoduchá a ľahko duplikovateľná. Vyhnite sa príliš podrobnému vysvetľovaniu, vynechajte percentá, čísla, požiadavky na udržanie dosiahnutého stupňa marketingového plánu. Dodajte, že tieto otázky sú predmetom ďalšieho špecializovaného školenia. Poskytnite práve toľko informácií, aby sa váš klient mohol na ich základe kvalifikovane rozhodnúť. Neprestajne sa vracajte k svojim úspechom a úspechom ostatných spolupracovníkov. Je to najspoľahlivjší spôsob, ako preniesť vlastné nadšenie na ostatných.