

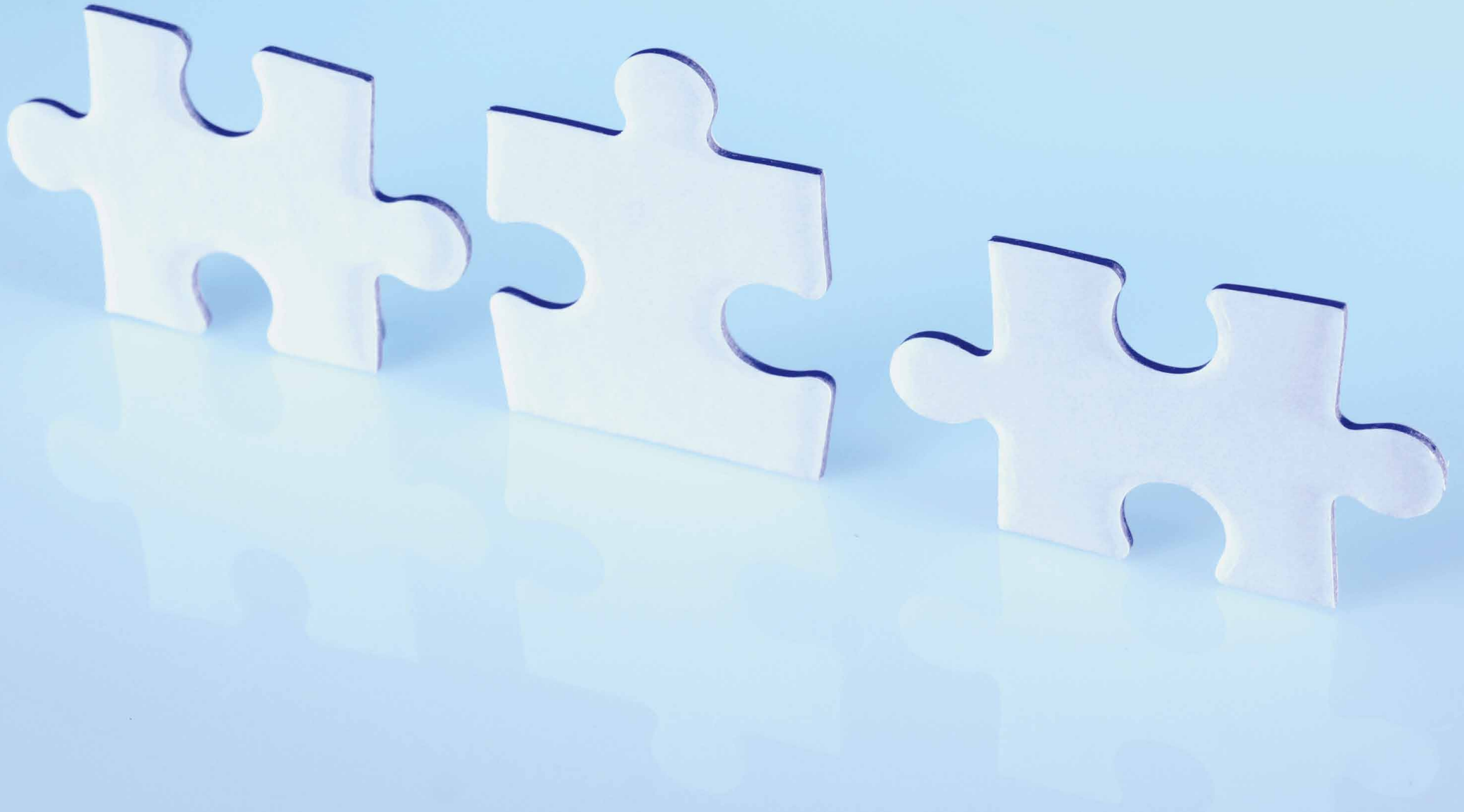


BUSINESS-INSIDER 3

Wie finde ich Stammkunden?



PLATINUM EUROPE
MIT DER NATUR IM REINEN





WIE SIE PLATINUM-UNTERLAGEN PROFESSIONELL NUTZEN

Liebe Platinum-Berater,

hier sind einige Vorschläge für Einstiegsfragen bei Telefonaten, wenn Sie mit Platinum-Produkten oder -Paketen arbeiten. Bitte die Anrede mit »Du« oder »Sie« immer entsprechend anwenden.

Sie können sich gerne herausnehmen, was für Sie passend ist, oder es als Inspiration für eigene Einstiegsfragen verwenden, solange auch diese rechtlich korrekt und wertschätzend sind.

Zur Formulierung aller Einstiegsfragen gehen Sie bitte als Erstes in Ihren Platinum-Webshop direkt zu dem Produkt oder Paket, das Sie ansprechen möchten. Dort sehen Sie nach, welche Vorteile bei diesem Produkt oder Paket zur Auswahl stehen.

Diese Vorteile können für Einstiegsfragen und jede andere Form der Werbung verwendet werden. Nur diese und auch bitte nur korrekt formuliert. Wenn Sie etwas darüber hinaus über das Produkt oder Paket sagen möchten, formulieren Sie es bitte immer als persönliche Erfahrung oder als eine persönliche Überzeugung und nicht als Aussage zum Produkt oder Paket.

Die folgenden Beispiele dienen dazu, dieses Prinzip zu verdeutlichen. Wenn Sie sich jemals fragen, ob eine bestimmte Einstiegsfrage, die Sie benutzen möchten, rechtlich korrekt ist, posten Sie diese Frage gerne in der Platinum-Berater-Facebook-Gruppe oder holen Sie sich Feedback über ihre Upline.

Beispiel L.O.V.E. Dark Berry

Sind Sie im Moment offen für Informationen zu einem Produkt, das gesunde Sehkraft und Konzentration unterstützen kann?

Beispiel Hippokrates Power

Sind Sie offen für Informationen zu einem Drink, der die körpereigene Entgiftung und gesunde Blutbildung unterstützen kann?

Beispiel Transformation

Sind Sie offen für Informationen zu einem 10 Tage Programm, das die körpereigene Reinigung und Reparatur unterstützen kann?

Beispiel roh.bio.GENial

Sind Sie offen für Informationen zu einem Programm, das mehr als 12 Körpersysteme gleichzeitig unterstützen kann?

Beispiel Gut Harmony

Sind Sie offen für Informationen zu einem Produkt, das ein gesundes Mikrobiom unterstützen kann?

Beispiel Gut Harmony

Sind Sie offen für Informationen zu einem Produkt, das eine gesunde Darmschranke unterstützen kann?

Beispiel Renew

Sind Sie offen für Informationen zu einem veganem Produkt, das auf natürliche Weise die Kollagenbildung unterstützen kann?

Beispiel L.O.V.E. Dark Berry *indirekt*

Ich arbeite mit einem Produkt für Menschen, die optimale Sehkraft und mentale Klarheit unterstützen möchten. Kennen Sie vielleicht Menschen, die sich über Informationen zu einem solchen Produkt freuen würden?

Beispiel Hippokrates Power Wellnessberufe *indirekt*

Ich arbeite mit einem Produkt, das gesunde körpereigene Entgiftung unterstützen kann. Sind unter Ihren Klienten vielleicht Menschen, die von Informationen zu einem solchen Produkt profitieren könnten?





Beispiel roh.bio.GENial *indirekt*

Ich arbeite mit einem Programm, das mehr als 12 Körpersysteme gleichzeitig unterstützen kann. Kennst Du vielleicht jemand, der ernsthaft an wirklich optimaler Ernährung interessiert ist?

Tipp 1:

Die Einstiegsfrage und das Erstgespräch dienen nur dem Einholen der Erlaubnis, ob Sie nähere Informationen mündlich geben oder zusenden dürfen. Vermeiden Sie von vornherein am besten jede Art von übergriffigen oder manipulativen Sprachmustern, wenn Sie gerne eine gute langfristige Beziehung mit anderen Menschen eingehen und aufrechterhalten möchten. Und reden Sie auch nicht gleich ohne Punkt und Beistrich los. Warten Sie, ob die Person offen für Informationen zu diesem Thema oder Produkt ist oder fragt »Worum geht es dabei?«.

Tipp 2:

Menschen interessieren sich zuerst immer für die Vorteile und Nutzen eines Produkts. Für wen ist es und was kann es? Ist es vielleicht gut für mich? Für meinen Mann? Für meine Kinder? Zutaten können und werden Sie im Laufe des Gesprächs immer noch nennen. Erste Einstiegsfragen bitte immer mit Vorteilen und nicht mit Zutaten formulieren.

Ideal: Sind Sie im Moment offen für Informationen zu einem Produkt, das gesunde Blutbildung unterstützen kann?

Suboptimal: Sind Sie im Moment offen für Informationen zu einem Produkt mit Getreidegras?

Tipp 3:

Bitte in der Einstiegsfrage immer die Vorteile des Produkts ansprechen, die auf der offiziellen Platinum-Website oder im Flyer zu den Paketen zur Auswahl stehen. Keine eigenen Aussagen erfinden. Die eigene Geschichte und die eigenen Überzeugungen zum Produkt dann unbedingt zusätzlich teilen, sobald die Einwilligung gegeben wurde oder der Gesprächspartner fragte »Worum geht es dabei?«. Dabei können Sie dann freier sprechen und teilen, was immer

Sie persönlich erlebt haben oder was Ihre Überzeugungen zum Produkt sind.

Tipp 4:

Vor der Einstiegsfrage auf die passende Weise »Smalltalk« betreiben, je nachdem wie gut Sie die Person kennen und wie lange man sich nicht gesehen oder gehört hat. Bei völligen Neukontakten gerne freundlich vorstellen und dann einfach gleich die Frage stellen. Eventuell Bezug darauf nehmen, was Sie bewogen hat an die Person heranzutreten oder was Ihnen an deren Website gefällt. Bei guten Bekannten zum Beispiel nach dem Befinden und dem Befinden der Familie fragen und sich erkundigen, was im Leben des anderen gerade so läuft und auch wirklich interessiert zuhören. Oder Bezug auf das letzte Gespräch oder das letzte Treffen nehmen, bevor Sie zur Einstiegsfrage, also zum Grund des heutigen Anrufs kommen.

Tipp 5:

Fokussieren Sie sich, wenn Sie Kunden oder mögliche zukünftige Kunden direkt anrufen, auf ein Paket oder ein Produkt. Mehr können Sie später immer noch präsentieren oder der Interessent kann es im Produktkatalog oder auf der Website entdecken, wenn das Gespräch erst einmal in Gang gesetzt wurde.

Beispiele für den weiteren Verlauf eines solchen Gesprächs und das Teilen Ihrer Erfahrungen und Überzeugungen.

Beispiel 1:

Sie: Sind Sie im Moment offen für Informationen zu einem Produkt, das gesunde Sehkraft und Konzentration unterstützen kann?

Gesprächspartner: Worum geht es dabei?

Sie: Um einen Drink aus dunklen Superfrüchten, Vitalpilzen und Protein. Mir hilft er immer bei der Computerarbeit konzentriert zu bleiben und ich bekomme keinen brennenden Augen mehr. Aber eigentlich verwende ich ihn hauptsächlich, weil ich überzeugt bin, dass die dunklen Früchte auf lange Sicht meine Gefäße schützen. Darf ich Dir dazu ein kurzes Video und nähere Informationen senden?





Gesprächspartner: Wird an dieser Stelle entweder einer Zusendung von näheren Informationen zustimmen oder nicht. Bitte respektieren Sie immer höflichst den Wunsch des Gesprächspartners und auch ein »Nein«. Rufen Sie lieber die nächste Person an, anstatt jemanden weiter zu behelligen, für den es gerade nicht passt.

Sie sprechen weiter, sobald die Informationen gesichtet sind oder können wahlweise auch Videos oder Produktseiten der betreffenden Produkte gemeinsam am Bildschirm ansehen. Wenn der Kunde es von Ihnen mündlich wissen will, schlagen Sie sich einfach selbst die zutreffende Produktseite auf und präsentieren die Vorteile direkt von der Website (oder aus dem Produktkatalog) mündlich.

Bitte legen Sie sich vor dem Gespräch Ihre eigenen Erfahrungen mit dem Produkt und Ihre Überzeugungen zum Produkt zurecht. Diese werden Sie sofort nach der Einstiegsfrage benötigen, wenn der Gesprächspartner offen für Informationen ist.

Beispiel 2: Sie sind Physiotherapeut und rufen einen Kollegen an.

Sie: Ich arbeite mit einem Bio-Produkt, das die Vitalstoffreserven füllen kann wie nichts anderes, das ich kenne und meine Klienten haben super Resultate damit. Glaubst Du, dass es in Deiner Praxis auch Klienten gibt, die von einem solchen Produkt profitieren könnten?

Gesprächspartner: Worum geht es dabei?

Sie: Es ist ein Drink aus Sprossen, Grünpflanzen und Samen. Ich bemerke bei meinen Klienten, dass diejenigen, die ihn verwenden, eindeutig bessere und schnellere Fortschritte machen. Ich selber verwende ihn auch, weil er mir das Gefühl innerer Klarheit gibt und er hat mir sogar gegen Heißhunger auf Süßes und Energieabfall am Nachmittag geholfen. Darf ich Dir ein kurzes Video und Informationen senden?

Gesprächspartner: Möchte dann nähere Informationen oder auch nicht. Siehe oben.

Beispiel 3: Transformation

Sie: sind Sie offen für Informationen zu einem 10 Tage Programm, das die körpereigene Reinigung unterstützen kann?

Gesprächspartner: Worum geht es da?

Sie: Es ist ein 10 Tage Urlaub von denaturierter Nahrung. Ich habe mich danach gefühlt als hätte ich fünf Kilo abgenommen, dabei waren es nur drei. Ich schlafe jetzt wieder wie ein Murmeltier. Und es fällt mir auch leichter, gesund zu essen, ohne dass ich dazu Disziplin aufwenden muss. Gerne sende ich Dir dazu zwei kurze Videos und eine Broschüre.

Exakt dieselbe Art zu sprechen oder zu schreiben – also zentrale Vorteile als Einstiegsfragen zu verwenden, dann authentisch und kurz Ihr Warum, Ihre Erfahrung oder Ihre Überzeugungen zu schildern ist auch die beste Vorgehensweise, falls Sie Produkte oder Programme zusätzlich zu telefonischen Direktkontakten auch in den sozialen Medien posten möchten, oder wenn Sie eine bestehende E-Mail-Liste von Kunden haben die Sie für Informationen zu Platinum nutzen möchten.

Natürlich ist die Erfolgsquote bei direktem Kontaktieren um ein Vielfaches höher als bei jeder passiven Methode. Auch qualifizierte Empfehlungen erhalten Sie üblicherweise nur am Telefon.

Besonders wenn Sie langfristige Stammkunden und nicht nur vorübergehende »Neugier-Käufer« erleben möchten, ist es sehr wichtig, dass die betreffenden Menschen von Ihnen persönlich gefragt und bei Bedarf persönlich beraten werden und nicht nur gemeinsam mit allen anderen in einem Newsletter oder einem Post von einem Platinum-Produkt oder -Programm erfahren.

Aber unabhängig davon welche Kommunikationskanäle Sie wählen ...

Beim Erstkontakt stehen immer die gleichen Fragen im Raum, die für jede angerufene Person, jeden Leser und jeden Follower beantwortet werden müssen:





- * **Worum geht es?**
- * **Was kann es?**
- * **Für wen ist es?**
- * **Ist es vielleicht für mich geeignet?**
- * **Was sind Vorteile des Produktes oder des Programms?**
- * **Welche Erfahrungen haben Sie selbst damit gemacht?**
- * **Verwenden Sie es selbst? Und wenn ja warum?**

Diese Fragen müssen zügig beantwortet werden und erst danach bei näherem Interesse können Sie gerne auf Details zu weiteren Vorteilen, Zutaten oder Anwendung eingehen.

Aber zuerst teilen Sie immer einen zentralen Vorteil (oder zwei...) und Ihre persönlichen Erfahrungen und Überzeugungen. Erst dann entfalten alle angebotenen weiterführenden Informationen ihre volle Wirksamkeit.

Wenn Sie in einem Wellnessberuf arbeiten und eine eigene Praxis oder ein eigenes Geschäft haben, gehen Sie am besten so vor, dass Sie den ganz normalen Ablauf eines Klienten-Kontaktes wahren. Zum Beispiel als Energetiker erheben Sie wie sonst auch mit den Methoden mit denen Sie arbeiten den Ist-Zustand und die Ziele Ihres Klienten. Dann erstellen Sie ein Programm basierend auf Ihrer Dienstleistung wie sonst auch.

Wenn Sie den Eindruck haben, dass Ihr Klient von einem Platinum-Produkt oder -Programm profitieren könnte, gehen Sie dann genauso vor wie oben. Und fragen ob der Klient offen ist sein Ziel auch im Rahmen seiner Grundernährung zu unterstützen. Zum Beispiel hat Ihr Klient Bindegewebsschwäche.

Sie: Sind Sie offen dafür ein gesundes, starkes Bindegewebe auch von Seite der täglichen Grundernährung zu unterstützen?

Gesprächspartner: Ja, was müsste ich tun?

Sie: Ich empfehle Ihnen das Produkt L.O.V.E. Dark Berry und das Produkt Renew (Produktkatalog überreichen und die empfohlenen Produkte oder Programme mit einem Stift direkt im Katalog einkreisen oder anzeichnen. Die beiden Produkte gemeinsam enthalten alle Bausteine, die der Körper für eine gesunde Kollagenbildung benötigt. Ich verwende es selbst und habe auch schon bei einigen Klienten positive Erfolge damit gesehen.

Geben Sie eine kleine Karte mit der telefonischen Bestellnummer, Ihrem Gutscheincode und Ihrer Website aus, wenn Sie möchten, dass der Kunde selbst bestellt. Aber schreiben Sie immer den korrekten Produktnamen und die Artikelnummer auf dieses Kärtchen, damit Ihr Klient oder der Mitarbeiter in der Bestellannahme nicht unnötig herumsuchen oder herumraten muss.

Einfach nur Platinum-Materialien verschämt im Warteraum Ihrer Praxis auszulegen oder auszuhängen, das können Sie tun. Bringt aber für sich alleine nicht viel bis gar nichts für niemanden. Wenn Sie keine persönliche Empfehlung aussprechen und warten bis ein Klient Sie anspricht, können Sie vermutlich lange warten. Ein solches Verhalten wird auch der Qualität der Produkte und einem optimalen Vertrauensverhältnis zwischen Ihnen und Ihren Klienten nicht wirklich gerecht.

Sie entscheiden nicht wie viel Geld und Bemühung der Kunde oder Klient investieren möchte – Das entscheidet er selbst.

Bei allen Platinum-Beratern ist dies wichtig, aber besonders oft bei Menschen, die in Wellnessberufen tätig sind. Erwähnen Sie niemals ein Platinum-Produkt oder -Programm nicht, das Ihnen für einen Kunden passend erscheint, nur weil Sie in vorauseilendem Gehorsam entscheiden, dass sich der Kunde das nicht leisten können wird, oder nicht leisten wollen wird oder die Anwendung nicht durchhalten wird. Das ist eine Respektlosigkeit gegenüber dem Kunden ungeachtet dessen, ob Sie am Ende »recht behalten« oder nicht.

Wenn Sie mit Platinum aktiv arbeiten möchten, dann stellen Sie alles wahrheitsgetreu und vollständig vor, was Sie nach bestem Wissen und Gewissen für das genannte Wellness-Ziel empfehlen können. Das ist Ihre Aufgabe als Platinum-Berater.

Die Produkte sind zu teuer

Wenn Sie tatsächlich den Einwand erhalten sollten, dass die empfohlenen Produkte zu viel oder zu teuer sind, fangen Sie nicht an, sich oder die Produkte irgendwie zu rechtfertigen.

Bleiben Sie respektvoll und antworten Sie:
»Das müssen Sie natürlich entscheiden, ob das Produkt (das Programm) in





Ihr Budget passt, das kann ich nicht für Sie entscheiden. Falls Sie sich nicht ganz sicher sein sollten, ob die Produkte in Ihrem persönlichen Fall 'genug bringen', probieren Sie es einfach aus. Die Produkte kommen alle mit einer 60 Tage Zufriedenheitsgarantie.«

Oder:

»Das müssen Sie natürlich entscheiden, ob das Produkt (das Programm) in Ihr Budget passt, das kann ich nicht für Sie entscheiden. Falls Sie sich nicht ganz sicher sein sollten, ob die Produkte in Ihrem persönlichen Fall 'genug bringen', probieren Sie es einfach aus. Die Produkte kommen alle mit einer 60 Tage Zufriedenheitsgarantie. Wir können auch die Produkte nochmals durchgehen und schauen, was am allerwichtigsten für Ihr Wellness-Ziel erscheint und was auch gut in Ihr Budget passt.“

Oder:

»Das müssen Sie natürlich selbst entscheiden, ob Sie die Produkte in Ihr tägliches Leben einbauen möchten. Das kann ich nicht für Sie entscheiden. Ich kann Sie aber gerne mit Zubereitungsvorschlägen und anderen praktischen Tipps unterstützen.«

Alle Platinum-Berater und natürlich auch alle Angehörige von Wellness-berufen können sich bei den zielgenauen Empfehlungen für alle nur denkbaren Wellness-Ziele am Produktkatalog Seite 15 und der Broschüre der Wellness-Ziele sowie am Tutorial »Von-Kopf-bis-Fuß« orientieren.

Wichtig ist immer, wenn Sie in eine Position kommen, in der Sie von Krankheiten von Menschen erfahren, dass Sie niemals Produkte und Programme »bei« oder »gegen« irgendwelche Beschwerden empfehlen, sondern immer nur als Unterstützung für gesunde Zellen, Organe und Körperfunktionen.

Sie empfehlen also wie im Beispiel oben also niemals Platinum-Produkte »gegen Bindegewebsschwäche«, auch wenn Sie Therapeut sind und die Person in dieser Rolle »wegen Bindegewebsschwäche« behandeln, sondern als Unterstützung von Seite der Ernährung für gesundes und normales Bindegewebe oder Kollagenbildung.

Sie stellen vor – Sie entscheiden nicht

Auch wenn Sie absolut alles richtig machen, werden mehr Menschen nein sagen als ja. Das ist normal und liegt nicht an Ihrem Angebot und nicht an Ihnen persönlich – zumindest nicht, wenn Sie so vorgegangen sind wie oben vorgeschlagen.

»Nein« respektieren

Nicht alles passt für jeden zu jedem Zeitpunkt. Sie werden vermutlich auch nicht den Wunsch oder die Kapazität haben, zu jedem Zeitpunkt alles zu kaufen und allem beizutreten, was Ihnen vorgestellt wird oder gefällt. Also geben Sie diese Freiheit selbstverständlich auch anderen Menschen. Wichtig ist nur, dass Sie die Initiative ergreifen – entscheiden wird Ihr Gesprächspartner.

Initiative ergreifen

In Ihrem Platinum-Geschäft wird sich immer etwas positiv verändern, wenn Sie sich bewegen – und zwar auf Menschen zu. Sobald Sie aber das Gefühl haben Menschen nachlaufen zu müssen, besteht kein Interesse. Wahres Interesse kommt Ihnen immer auf halbem Weg entgegen, sobald Sie den Anfang machen und das Gespräch eröffnen.

Und wenn Sie ein Produkt oder Paket vorstellen, kann sich auch herausstellen, dass die Person weitere Produkte benötigt, oder Menschen kennt die welche möchten oder selbst mitarbeiten möchten. Alles kann im Gespräch passieren, sobald es in Gang gekommen ist.

Es ist nicht entscheidend mit welchem Paket und welchem Vorteil Sie begonnen haben. Nehmen Sie einfach das, von dem Sie vermuten, dass es besten ankommen wird und wenn Sie noch keine Kenntnisse über eine Person und deren Vorlieben oder Ziele haben, nehmen Sie einfach das Produkt oder das Paket und den Vorteil für den Sie selbst am meisten »brennen« und das Sie selbst am liebsten benutzen.

Viel Erfolg und liebe Grüße!

Martina Friedinger
Platinum Europe 3-Star Crown



PLATINUM EUROPE
MIT DER NATUR IM REINEN