

ZINZINO

EXPRESS START

UĐITE U ZINZINO EXPRESS ZA VAŠ USPEH

Najkraći put ka ostvarenju vaših snova



EXPRESS START | SRB 



25.01.2021.

Naziv _____

ID br. _____

Linija podrške

Sponzor: _____

Telefon: _____

Email: _____

1. _____

Telefon: _____

Email: _____

2. _____

Telefon: _____

Email: _____

3. _____

Telefon: _____

Email: _____

4. _____

Telefon: _____

Email: _____



ODRICANJE

Ovaj priručnik napravio je Zinzino. Sva prava zadržana. Ne preuzimamo odgovornost za greške u izvornim materijalima, štamparske greške i promene koje su nastale nakon štampanja priručnika. Predložene metode dale su uspješne rezultate za mnoge, ali se uspeh ne može garantovati. Nadamo se da će Vam omogućiti odličan početak u izgradnji velikog i uspešnog poslovanja.

Sadržaj

Čestitamo!	6	Demonstracija Balansa za kupce	40
Express Start	8	Prednosti pre činjenica	45
Pokretanje poslovanja	9	Prezentacija uživo na fejsbuku	46
Metod rada	10	Objasnite rezultate testa	48
Upoznajte proizvod	12	Zinzino zabava	50
Ciljevi	14	Upućivanja kupaca	52
Postavite ciljeve	15	Prikažite ideju	53
Želja : Prihodi	16	Poziv na sastanak partnera	54
Plan za cilj	17	Pomoć za pokretanje	57
Planiranje za uspeh	18	5 koraka do uspešnih prezentacija	58
Kako ću biti isplaćen?	19	Kratka prezentacija	62
Sledite sistem	20	Edukacija	65
Zinzino hab	21	GoCore	69
Napravite svoju listu	23	Odgovaranje na pitanja	70
Fokus na kupce	30	Upućivanja	70
Uspešni pozivi	31	5 ključnih stvari za uspeh	72
Otvorite dijaloge kroz SMS ili mesindžer	32	Zinzino profesionalac	73
Poziv na prezentaciju Balansa	34	Liderstvo	74
Poziv na zabavu	36	Saveti za kulturnu izgradnju	78
Poziv na Facebook Live	37	Boje ličnosti	81
Uspešne demonstracije	38	Moć snova	84
Proces od 5 koraka	39		

*Šta ako postoji druga
opcija koja ne
podrazumeva 40
godina rada po 40
sati nedeljno?*



Čestitamo!

Doneli ste pravu odluku. Oduševljeni smo što ste deo tima i zajedno sa nama na putu da nadahnemo naše kupce, porodice i prijatelje da se posvete zdravlju i bogatstvu.

DRUGAČIJA KARIJERA

Naša alternativa je mobilnija, pruža Vam više opcija i fokusira se na to da živite život kakav želite. Izbor je na vama. Mnogi ljudi odlučuju da započnu Zinzino angažman sa pola radnog vremena sa 10-15 sati nedeljno. Neki ljudi se zadovoljavaju drugim izvorom prihoda,

dok većina ljudi rade sa Zinzinom kako bi izgradili karijeru koja im ostavlja slobodno vreme, te omogućava fleksibilnost i finansijsku slobodu potrebnu za život iz snova.

Kako biste izgradili sopstveni biznis, potrebni su trud i izdvajanje vremena. Jedinstvena mogućnost u našem poslovnom modelu jeste da možete da kapitalna ulaganja, koja su inače potrebna za pokretanje sopstvene kompanije, zameniti ulaganjem vremena. Radeći svrsishodno, možete u roku od 3-5 godina izgraditi organizaciju koja Vam daje priliku da živite kako želite.

Ovo je
Zinzino

Naša vizija:

Svakog dana nadahnjujemo promene u životu!

Naša misija:

*Mi inspirišemo dotizanje zdravlja i bogatstva za naše kupce, porodicu i prijatelje.
Tako što imamo najbolji odnos prema kupcima među svim kompanijama za direktnu prodaju na svetu.
Svakodnevno.*

Naši ciljevi:

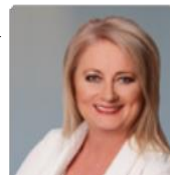
Dostići broj od 20 miliona klijenata do kraja 2035. godine.

Naše vrednosti:

- Zajedništvo
- Inovativnost
- Integritet
- Lični rast
- Prepoznavanje napora i rezultata
- Kaizen – Stalno poboljšanje
- Ambiciozna i nadahnjena zajednica

Express Start

1. Pokretanja poslovanja
2. Ciljevi
3. Sledite sistem
4. Liderstvo



1. POKRETANJE POSLOVANJA

DOBRODOŠLI U TIM

Naše pokretanje poslovanja je sastanak u trajanju od 1 sata na kome se fokusiramo na to da Vas naučimo osnovnim aktivnostima za početak Vašeg poslovanja.

Ne zaboravite da je pravljenje konkretnog Plana za ostvarenje cilja osnova za Vaš uspeh. Dakle, iako Vas učimo aktivnostima za pokretanje vašeg poslovanja, uvek odvojite vreme da sami ili sa svojim sponzorom napravite plan ciljeva tokom ili nakon sastanka.

☐

Uradite test i počnite da koristite proizvod

- Imajte proizvod u auto-porudžbini Zinzino4Free
- Napravite plan za kvalifikovanje za Zinzino4Free

☐

Napravite svoju listu kontakata od 100+ ljudi

☐

Podelite informacije o skandinavskim dostignućima u oblasti zdravlja sa svojom porodicom i prijateljima

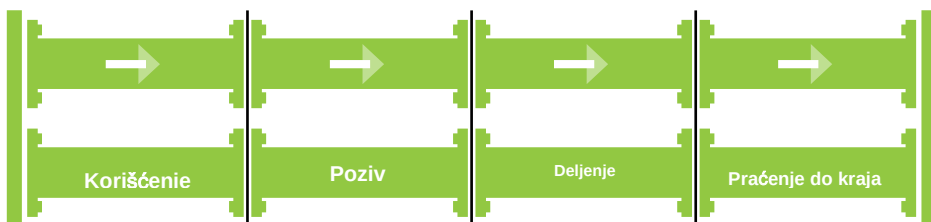
- Probajte pozivanje
- Zakažite sastanke

☐

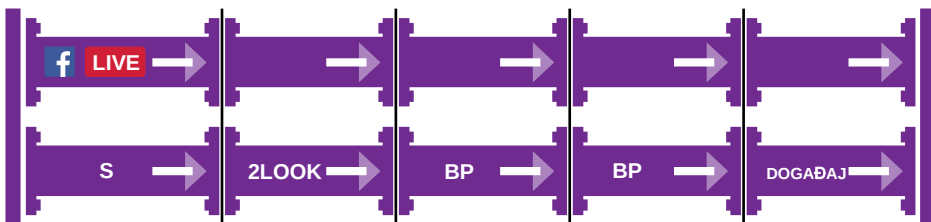
	Ime	Kupac	Partner	Datum
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				

Metod rada

IZGRADITE SVOJU LIČNU BAZU KLIJENATA



IZGRADITE SVOJ TIM



* Prijavite se u sistem
– Kupite svoju kartu za sledeći događaj

☐ cilj od 30-60 dana

Zamolite Vašeg sponzora da ponovi pogodnosti „Plana ciljeva od 30-60 dana“.

- Smart Bronze
- Fast Silver
- X-Team Express

Preporučujemo da zajedno sa svojim sponzorom napravite svoj plan ciljeva za 30–60 dana.

Obavezno izdvojite određeno vreme da se fokusirate na ono što želite da postignete preko Zinzina tako što ćete pročitati odeljak o ciljevima u ovoj knjižici i zapisati svoj plan ciljeva na stranici 17.



Koraci aktivnosti

– Vaše prve dve nedelje:

- ☐ Pokretanje posla zajedno sa Vašim sponzorom
- ☐ Napravite svoj plan za ciljeve za 30-60 dana
- ☐ Zakažite svojih prvih 10 sastanaka
- ☐ Prođite kroz kontrolnu listu događaja

Upoznajte proizvod

- Učestvujte na obukama i u radionicama
- Pogledajte video zapise na stranici zinzino.tv
- Pročitajte informacije u Back Office-u
- Pročitajte relevantne knjige
- Koristite svoju liniju podrške



Kontrolna lista

- Kreirajte Z4F auto-narudžbinu
- Sastavite listu Vaših kontakata sa preko 100 imena
- Zakažite Vaših prvih 10 sastanaka
- Otvorite 50–100 dijaloga za gradnju veza (društveni mediji, npr. fejsbuk)
- Instalirajte aplikacije: GoCore, Zinzino Mobile i Zinzino Balance.
- Pridružite se fejsbuk grupi Teamzinzino
- Posmatrajte video snimke obuke na stranici zinzino.tv
- Investirajte u radni materijal:
 - 10 x Prezentacija za kupce
 - 10 x Ponuda za kupce
 - 10 x InfoZinzino
 - 5 x Express Start
- Posetite stranicu zinzinotest.com i registrujte Vaš BalanceTest ID
- Kupite kartu za sledeći Događaj
- Osnove Back Office-a:
 - Napravite sopstveni Zinzino nalog
 - Kalendar
 - Biblioteka
 - Podaci o proizvodu
 - Naručite posetnice
 - Cenovnik za partnere
 - Naručite proizvode
 - Odštapajte račune za kupovine proizvoda
 - Odštapajte izveštaj o provizijama

2. CILJEVI



***„Ja sanjam slike i
slikam svoj san“.***

Vinsent van Gog

Gotovo svaka osoba ima velike snove. Zinzinov karijerni plan je bez granica kada se radi o Vašim dostignućima. Ključ motivacije leži u vašim snovima i od suštinskog je značaja za stvaranje Zinzino karijere. Moć snova će vas provesti kroz teške trenutke kada rezultati nisu onakvi kakvi želite da budu. Ako se to dogodi, pomislite „Šta ako dostignem status Krune?“ ili „Šta bih uradio da sam predsjednik Zinzina?“ Živa mašta o tom odgovoru stvorit će duboku unutrašnju želju za uspehom. Osećaćete glad za rezultatima. Zinzino želi da bude kompanija koja Vam može pomoći da ispunite svoje snove. Udružite se sa nama, postanite lider i ostvarite svoje snove. Što da ne?

Kada uložite trud, zaslužujete to. Da, vi vredite! Napravite svoju ličnu listu snova. Koristite zdrav razum, ali ne zaboravite moć snova. Bez snage snova ne bismo imali struju, avione, automobile, internet, tehnologiju i druge izume koji su bili nezamislivi pre samo nekoliko godina. Iza tih izuma stoji moć snova, koja nam daje sve alate koje danas imamo. A moć snova je ta koja vas može odvesti do iskustva krajnjeg uspeha. Hajde da sanjamo i ostvarujemo svoje snove zajedno!

Postavite ciljeve

Odlučite šta želite od svog rada. Da li ste zainteresovani za besplatne proizvode, nešto dodatnog novca za pokrivanje rate za Vaš automobil ili za potpunu ekonomsku slobodu? Bez obzira na Vaše ciljeve, preporučujemo vam da sledite model SMART-ciljeva.

Ciljevi su snovi sa vremenskim ograničenjem. Ako ih ne zapišete, planirate svoj neuspeh. H.L. Hant, jedan od najbogatijih ljudi na svetu sredinom 19. veka, rekao je sledeće:

***„Odlučite šta želite,
odlučite šta ste spremni
da žrtvujete za to.
Odredite svoje
prioritete i počnite da
radite.”***

H.L. Hant

Postavite svoj cilj tako da bude:

Specifičan

Merljiv Atraktivan Realističan

Tačan (upravljanje vremenom)



Želja : Prihodi

Većina ljudi ima krug želja koji predstavlja sve njihove ciljeve, snove i nadu za budućnost. Istovremeno su suočeni sa prihodima, odnosno krugom realnosti. U mnogim od ovih slučajeva ne postoji sličnost između ova dva kruga. Krug želja je obično ogroman, dok je krug prihoda često mali u poređenju sa njim.

Zinzino želi da Vam pruži mogućnost da proširite svoj krug prihoda, kako bi više vaših želja moglo da postane stvarnost. Prvi korak na tom putu jeste da postavite neke konkretne ciljeve o tome šta želite da postignete i da napravite akcioni plan o tome kako to nameravate da ostvarite.

„Ljudska mašta je važnija od znanja“.

Albert Ajnštajn



Plan za ciljeve

SMART:

Specifičan, Metrljiv, Atraktivan, Realističan i Tačan (upravljanje vremenom)

10 stvari koje želim da imam ili da budem:

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. _____ | Datum _____ |
| 2. _____ | Datum _____ |
| 3. _____ | Datum _____ |
| 4. _____ | Datum _____ |
| 5. _____ | Datum _____ |
| 6. _____ | Datum _____ |
| 7. _____ | Datum _____ |
| 8. _____ | Datum _____ |
| 9. _____ | Datum _____ |
| 10. _____ | Datum _____ |

Postavite ciljeve u ciklusima od 90 dana ili od događaja do događaja. Što je cilj specifičniji, lakše će biti da ga isplanirate i ostvarite.

Naslov / Plan za cilj

90 dana: _____

1 godina: _____

3 godine: _____

5 godine: _____

Kako bih to ostvario, radiću _____ sati nedeljno za Zinzino.

Planiranje za uspeh

Porodica / Slobodno		Rad			Zinzino		
Vreme	Ponedeljak	Utorak	Sreda	Četvrtak	Petak	Subota	Nedelja
7:00							
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00							
17:00							
18:00							
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							
00:00							

„Uspeh nije ništa drugo do nekoliko jednostavnih disciplina koje se praktikuju svaki dan.“

Dži Ron

Zinzino partner koji sledi ključeve za uspeh može postići finansijsku slobodu u roku od 5-7 godina. Kako želite da izgleda Vaš plan za 5-7 godina?

Uključite svog partnera ili sponzora u svoje planiranje. Koje snove i želje ste nekada imali a koji su se u međuvremenu izgubili? Ostvarite svoj potencijal i stvorite goruću želju za ostvarenje svojih snova. To će Vas zadržati usredsređenim i motivisati kroz prve faze vaše karijere.

„Bacanje strelica u prazan prostor nije zabavno kao kada pogodite u sredinu“ Zapamtite da retko dobijate nešto besplatno. Uvek morate ulagati kako biste ostvarili rezultate koje želite.

Kako ću biti plaćen?

Plan nadknada je detaljno objašnjen na stranici zinzino.com. Preporučujemo da proučite plan naknada kako biste mogli da ga predstavite, odgovorite na pitanja o njemu i na osnovu njega planirate motivacione SMART ciljeve sa novim partnerima.

POČNITE

Sve provizije od Zinzina se zasnivaju na obimu prodaje proizvoda prikupljenih u jednom ili više centara prihoda (IC). Centar prihoda je pozicija u mrežnoj organizaciji koju dobijate kada se registrujete kao nezavisni partner u Zinzinu. Kako biste pokrenuli centar prihoda, morate se zajedno sa svojim sponzorom registrovati kao novi partner. Tokom registracije dobićete ID partnera i lozinku koja će vam omogućiti pristup celom Zinzino Back Office sistemu.

3. SLEDITE SISTEM

- 1 Kontakti
- 2 Steknite kupce
- 3 Prikažite ideju
- 4 Pomoć za pokretanje
- 5 Upućivanja



KONTAKTI

Napišite listu od najmanje 100 imena i brojeva telefona. Počnite da pišete imena ljudi iz najbližeg okruženja. To su ljudi koje poznajete, volite i kojima verujete. Obično su takva osećanja obostrana. To su često ljudi sa kojima želite da radite, pošto ste ih izabrali za prijatelje. Vaši prvi rezultati će, u početku, često poticati sa ove liste.

Dodatno, možete proširiti listu unosom kontakata koje poznajete, na primer preko posla, škole i organizacija.

Poznanike, preko kontakata koje poznajete, je takođe dobro upisati na listu. Glavna stvar sa listom kontakata jeste da možete da osmišljate kakve kontakte imate. Na taj način ćete imati listu sa kojom ćete raditi, a zatim ćete moći da preduzmete radnje koje su potrebne kako biste stupili u kontakt sa novim kupcima i partnerima.

Kada završite sa listom, možete početi tako što ćete dati prioritet 10 potencijalnih partnera i 10 potencijalnih kupaca.



Zinzino hab

Zinzino hab definiše put zahvaljujući kojem čak i najskorije angažovana osoba može da uvećava svoje poslovanje i prihode po svom portfoliju.

Čitav proces uvećanja Zinzino poslovanja može se podeliti na aktivnosti u vezi sa sledećim:

- **Deljenje**
- **Prezentovanje**
- **Prijavljivanje**
- **Podizanje**
- **Uvećavanje broja ljudi**

Našu priču delimo lično, pozivamo ljude na prezentacije, pratimo ih tražeći da se prijave, a kada se pridruže timu, obučavamo ih da

svoje razmišljanje uzdignu kako bi mogli da ponavljaju isti proces.

Kako najefikasnije radite ove stvari dok još usavršavate svoje veštine? Kako radite sa udaljenim kontaktima?

TU VAM POMAŽE ZINZINO HAB

Daje vam sadržaj „napravljen za Vas“ za deljenje a koji podstiče radoznalost vaših kontakata i poziva ih da gledaju onlajn video prezentacije. Ako odluče da popune obrazac na onlajn prezentaciji, dobićete tekstualnu poruku i e-poštu sa obaveštenjem u realnom vremenu da žele da nastave dalje.



Ne prijavljuju se svi nakon prve prezentacije. Zato smo napravili repliciranu platformu za webinar u Zinzino habu tako da možete da pratite i pozovete svoje goste da se pridruže dužoj onlajn prezentaciji gde vam vrhunski lideri na terenu pomažu da prijavite svoje kontakte.

Jednom kada se ljudi pridruže vašem timu, imaju pristup personalizovanoj obuci koja ih vodi tačno kroz ono što treba da urade kako bi duplirali isti proces.

Sve se prati unutar izvanrednog sistema za upravljanje kontaktima gde ćemo u našoj sledećoj fazi čak i istaknuti Vaše tri najbolje prilike u bilo kom trenutku, tako da ćete uvek tačno znati koji je Vaš sledeći korak. Saznajte više na stranici zinzino.com.

Napravite svoju listu

Ako se zaglavite u razvoju svoje liste imena, koristite listu ispod.
Sigurno ćete se setiti novih imena.

Akupunkturista	Vatrogasac	Lični asistent
Instruktor aerobika	Podopolagač	Lični trener
Stjuardesa	Cvečar	Foto model
Čuvar životinja	Fudbaler	Pilot
Antikvar	Trgovac nameštajem	Političar
Arhitekta	Geolog	Poštar
Pomoćnik u nastavi	Igrač golfa	Sveštenik/pastor
Vlasnik knjižare	Ginekolog	Profesor
Izbacivač	Frizer	Psiholog
Zidar	Hortikulturista	Recepcioner
Vozač autobusa	Menadžer hotela	Reporter
Prodavac automobila	Iluzionista	Restorater
Stolar	Industrijski radnik	Krovopolagač
Prodavac sira	Savetnik za osiguranje	Naučnik
Kiropraktičar	Dekorater enterijera	Krojačica
IT inženjer	Novinar	Sekretar
Vlasnik prodavnice	Vaspitač	Radnik obezbeđenja
mešovite robe	Laborant	Obučar
Rukovalac kranom	Pravnik	Socijalni radnik
Plesni studio	Bibliotekar	Sportski trener
Kućna dnevna nega	Maser	Vlasnik prodavnice
Stomatološki hirurg	Mehaničar	Student
Zubar	Konsultant za medije	Hirurg
Dizajner	Misionar	Instruktor plivanja
Doktor	Muzički producent	Taksista
Urednik	Nastavnik muzike	Nastavnik
Električar	Muzičar	Kamiondžija
Preduzetnik	Posrednik	Veterinar
Ergo terapeut	Menadžer	Konobar
Planer događaja	Optičar	Zavarivač
Farmer	Vlasnik	Zonski terapeut
Specijalista za finansije	Dostavljač novina	



Ime	C	P
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		

Ime	C	P
21.		
22.		
23.		
24.		
25.		
26.		
27.		
28.		
29.		
30.		
31.		
32.		
33.		
34.		
35.		
36.		
37.		
38.		
39.		
40.		

Ime	C	P
41.		
42.		
43.		
44.		
45.		
46.		
47.		
48.		
49.		
50.		
51.		
52.		
53.		
54.		
55.		
56.		
57.		
58.		
59.		
60.		

Ime	C	P
61.		
62.		
63.		
64.		
65.		
66.		
67.		
68.		
69.		
70.		
71.		
72.		
73.		
74.		
75.		
76.		
77.		
78.		
79.		
80.		

Ime	C	P
81.		
82.		
83.		
84.		
85.		
86.		
87.		
88.		
89.		
90.		
91.		
92.		
93.		
94.		
95.		
96.		
97.		
98.		
99.		
100.		

*Počnite sa
najboljim
kandidatima za
kupce*



Fokus na kupce

Pored razvoja Vašeg tima, važno je i izgraditi bazu klijenata. Svoj prihod zarađujete prodajom proizvoda. Pretpostavimo da imate 100 partnera u svojoj organizaciji i da svaki stekne najmanje 5 klijenata. To znači da imate

bazu kupaca od 500 ljudi, mi to zovemo T-balans. Ukupnan broj kupaca / partnera. Sa ponosom ističemo da smo među najboljima u našoj profesiji po broju kupaca po partneru. Ovo je važna vrednost za nas i nešto čemu smo veoma posvećeni. Uverite se da predstavljate dobar uzor koji zna koliko je važno privlačenje kupaca.

BUDITE I SAMI NAJBOLJI KUPAC

Važno je da se upoznate sa Zinzino proizvodima. Vaše sopstveno iskustvo (zašto volite proizvode) jeste najbolji prodajni predlog koji imate. Kada poznajete liniju proizvoda, osećate se ugodnije kada vršite prezentacije i demonstracije potencijalnim kupcima i partnerima. Priča koja se najbolje prodaje je Vaša sopstvena priča

Naravno, Vaši rođaci često postanu Vaši kupci. Prvi kupci su obično naši najmiliji i naš najbliži krug prijatelja. To je ono što mi zovemo „toplo tržište“.

Razmislite. Ko u Vašem bliskom okruženju govori o vežbanju? Ko voli da brine o svom zdravlju? Ko je u odličnoj formi? Ko vodi računa o ishrani i hrani? To je često Vaš najbolji potencijalni kupac.

Pre nego što počnete da pozivate, preporučujemo da pročitate „5 koraka do uspešnih poziva“ na sledećoj stranici.

Potražite pomoć od svog tima za podršku za svoje prve demonstracije i pogledajte video snimke korisnika na stranicama zinzino.com i zinzino.tv. Kako biste došli do svoja prva 4 kupca, moraćete u proseku da demonstrirate pred 10–15 ljudi. Počnite sa najboljim kandidatima za kupce



Uspešni pozivi

Izaberite koji je najbolji način da kontaktirate svog kandidata. Sve što znate napamet je prirodno, to radite jer je to deo Vas. Posle decenija iskustva u direktnoj prodaji, otkrili smo da scenario, koji je prikazan desno i na sledećim stranicama, najbolje funkcioniše kada počnete da pozivate ljude na prezentacije. Kada upućujete svoje prve pozive, često želite da kažete razlog zašto ih kontaktirate pre nego što se dogovorite o vremenu kada ćete im pokazati proizvod / posao.

Međutim, razlog zašto smo odlučili da se prvo dogovorimo o vremenu i mestu je taj što su većina partnera uspešniji kada se fokusiraju na vreme, pre razloga. Na ovaj način ne morate da odgovarate na potencijalna pitanja, već odredite da njihova budu odgovorena u dogovoreno vreme kada će Vaš sponzor biti sa vama.

Na sledećim stranicama ćemo proći kroz različite načine za zakazivanje sastanaka sa kupcima i partnerima. 5 koraka za uspešno pozivanje su uvek isti, bez obzira na to koji proizvod želite da demonstrirate ili posao koji planirate da pokažete potencijalnom partneru. Ono po čemu se pozivi razlikuju jeste razlog pozivanja. Vežbanje dovodi do savršenstva i nakon što to provežbate nekoliko puta osećaćete se prirodno i normalno dok to radite.

POZIV

- SMS ILI MESINDŽER
- VIDEO ILI GLASOVNA PORUKA
- POŠALJITE INFORMACIJE ILI ODRŽITE SASTANAK

5 KORAKA ZA USPEŠNE POZIVE

1

OTVARANJE / KRATAK RAZGOVOR:

„Zdravo, ovde «Vaše ime»“. Kako si?”

2

UGOVORITE VREME I MESTO:

„Kakva ti je nedelja?
Možemo li da se vidimo u ponedeljak ili sredu?“

3

RAZLOG ZAŠTO ŽELITE DA SE VIDITE SA NJIMA:

„Razlog zašto želim da se vidimo je u vezi sa: zdravljem / poslom”
(Pogledajte različite primere na sledećim stranicama).

4

KAŽITE IM DA ĆETE DOVESTI SVOG SPONZORA / PRIJATELJA / KOLEGU I ODGOVORITE NA POTENCIJALNA PITANJA:

„Dovešću prijatelja sa kojim radim.”

5

POTVRDITE SASTANAK

„Vidimo se u ponedeljak u 8 uveče u hotelu Scandic!”

Otvorite dijaloge kroz SMS ili mesindžer

Ako želite da kontaktirate nekoga koga niste videli neko vreme, može delovati neprirodno ako tu osobu pozovete direktno u svrhu organizovanja sastanka. Jedno alternativno rešenje jeste da se „otvori“ nekoliko razgovora sa određenim brojem odabranih pojedinaca putem, na primer, tekstualne poruke ili fejsbuka. Glavni deo jeste da započnete dijalog u kome ćete nakon nekog vremena saznati ko od Vaših kontakata ima potencijal da postane kupac, partner ili prijatelj. Jedan primer takvog dijaloga može biti:

Korak 1:

Vi: „Naišao sam na vaš profil ovde na Fejsbuku. Kako ste?“

Korak 2:

Vi: „Šta radite ovih dana? / Na čemu trenutno radite?“

Saznajte šta rade/sa čime rade i na šta možete dalje da se fokusirate u razgovoru. Svi su različiti. Neki žele više slobodnog vremena jer su zauzeti poslom, dok su drugi fokusirani na karijeru, da sami sebi šefuju, da provode više vremena sa porodicom, pomažu drugima ili razvijaju tim. Možda imaju posebne hobije, aktivni su u dobrovoljnim organizacijama ili su snažno usredsređeni na obuci ili zdravlje? Poenta je da ih malo bolje upoznate i saznate da li su relevantni kao prijatelj, kupac ili partner. I ono na šta će biti prirodno da se fokusirate dalje u razgovoru kako biste izazvali njihovo interesovanje.

Korak 3:

Vi: „Imate li vremena za kafu/ručak ove nedelje? Mogu li vas nazvati sutra?“

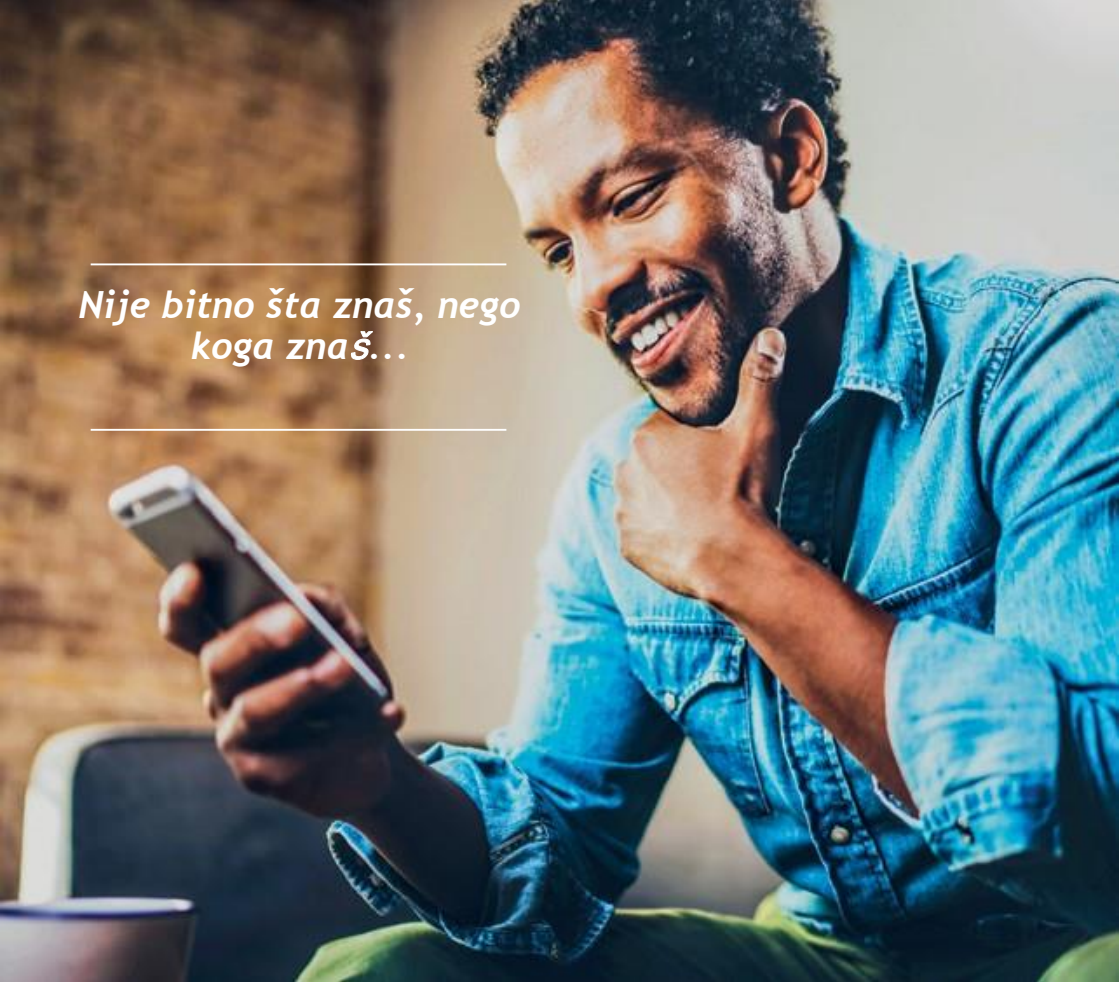
ili;

Vi: Prelazak na stvar: Razvijam posao u oblasti u kojoj živite i tražim neke zaista ambiciozne osobe poput Vas. Voleo bih da se nađemo na ručku ili kafi bez ikakvih obaveza, ako ste slobodni ove nedelje?

Da li je u redu da te pozovem tokom dana?“

ili;

Vi: „Upravo sam dobio savet od mog dobrog prijatelja u vezi sa zdravljem i želim da podstaknem i Vas na isto! Da li je u redu da Vas pozovem tokom dana?“



*Nije bitno šta znaš, nego
koga znaš...*

Korak 4:

Pozovite osobu i dogovorite se o vremenu i mestu za sastanak. Zapamtiti princip: „Manje je više“. Poenta je da u telefonskom razgovor odredite vreme i mesto sastanka, a ne da im sve kažete.

Preporučujemo da budete lični u svakoj poruci koju pošaljete, ali nemojte trošiti previše vremena na to na način da nikada ne pređete na stvar. U idealnom slučaju, koristite primere

prikazane ranije, ali obavezno personalizujte svaku poruku prema primaocu. I zapamtite: nije poenta da se dogovarate o vremenu i mestu putem tekstualne poruke ili fejsbuka, već da otvorite dijalog, „zagrejete“ stare, postojeće odnose kako biste potom mogli da kontaktirate te osobe telefonom radi ugovaranja vremena i mesta susreta. Srećno!

Poziv na Prezentacija Balansa

Korak 1: Uvod

„Zdravo, ovde «Vaše ime»“. Kako si?”

«kratak razgovor»

Korak 2: Rezervišite vreme i mesto

„Možemo li da se vidimo u (dan) ili (dan)?“

KORAK 3: Recite razlog zašto želite da vidite tu osobu

OPCIJA 1:

„Upravo sam podstaknut da poboljšam moju ishranu i naći života i voleo bih da podstakne i tebe da učiniš isto.“ Ispričaću ti više više kada se sretnemo!”

OPCIJA 2:

„Ako se dobro sećam, uvek si bio posvećen treniranju/pravilnoj ishrani / korišćenju suplemenata.“ (Izaberite opciju koja je prikladna za osobu sa kojom želite da imate sastanak).

„Razlog zbog kojeg želim da se vidimo jeste taj što sam upravo počeo da koristim neverovatno uzbudljiv proizvod koji ujedno i prodajem.

Da li si čuo za Zinzino BalanceTest? To je test koji određuje tvoj profil masnih kiselina. Mnogi ljudi misle da su masti nezdrave, ali u stvarnosti postoje i zdrave i nezdrave masti. Ispričaću ti više o tome kada se sretnemo!”

OPCIJA 3:

„Ako se dobro sećam, uvek si bio posvećen treniranju/zdravoj ishrani. Zato želim da te podstaknem da uradiš nešto što bi moglo biti baš korisno za tebe. Ispričaću ti više više kada se sretnemo!”

OPCIJA 4:

„Razlog zbog kojeg bih želeo da te vidim je taj što želim da ti pokažem jedinstven zdravstveni proizvod, koji testom dokazuje funkciju proizvoda i daje ti odgovor na to kako tvoja ishrana utiče na tvoje telo.

OPCIJA 5:

„Znam da si zainteresovan za staranje o sebi.

Verovatno si čuo za Omega-3? Možda si čuo za Omega-6? Omega-6 je prvenstveno biljna mast, dok je glavni izvor Omega-3 često masna riba. Problem danas je što većina ljudi jede previše Omega-6 a premalo Omega-3.

Upravo sam počeo da radim sa proizvodom koji će ti pomoći da postigneš originalni balans za koji su naše ćelije predviđene. Reći ću ti više o tome kada se sretnemo, i mogu da ti obećam da će ti biti veoma zanimljivo.”

KORAK 4: Recite da ćete dovesti svog sponzora / kolegu / prijatelja

„Pošto sam tek započeo ovo, poveću sa sobom svog kolegu/prijatelja sa kojim radim. On/ona poznaje proizvode bolje nego ja.”

KORAK 5: Potvrdite sastanak

„Vidimo se kod tebe u ponedjeljak u 7 uveče! Radujem se mogućnosti da te vidim i ispričam ti više o tome.”

POTENCIJALNA PITANJA

- 1 ZNAM DA SE VEĆ HRANIM ZDRAVO**
„Sjajno! I dalje bih voleo da te vidim kako bih mogao da ti pokažem kako test funkcioniše i da ti pokažem naše proizvode. To je bez ikakvih obaveza, naravno! “
- 2 „KAKO TEST RADI?“**
„To je jednostavan kućni test koji traje samo nekoliko minuta. Pokazaću ti kada se vidimo.”
- 3 „KOLIKO TO KOŠTA?“**
„Imamo različite ponude. Pokazaću ti ih kada se sretnemo.”
- 4 „ŠTA JE PROIZVOD?“**
„To je super-sastojak koji se može dobiti u obliku ulja, odnosno ulja koje se meša u vodi ili u kapsulama. Doneću uzorke kako bi mogao sam da probaš.”
- 5 „DA LI STE IMALI REZULTATE OD KORIŠĆENJA OVIH PROIZVODA?“**
„Ispričajte o sopstvenim rezultatima testa ako želite. Najbolja stvar je što će svako dobiti dokaz koji mu je potreban da vidi da proizvod radi sa testom.
To je ono što je jedinstveno u svemu! Prvi rezultati Vašeg testa će vam pokazati kakav je Vaš balans danas. A drugi test nakon 120 dana će Vam pokazati poboljšanje koje je postignuto tokom upotrebe proizvoda. Drugim rečima, ne morate da se pitate da li radi ili ne. Mi ćemo Vam to dokazati.

Poziv na zabavu

OPTION 1:

„Da li si slobodan u (dan)?“

Da li znaš da sam počeo da prodajem zdravstvene suplemente? Iz tog razloga želim da pozovem neke od mojih dobrih prijatelja kod mene radi informisanja i probanja. Biće to neformalno okruženje u kojem ćemo se lepo provesti. Povešću svog prijatelja / partnera / kolegu sa više iskustva sa proizvodima, tako da će biti veoma zabavno. Slobodno povedi i svoju ženu/muža/partnera/prijatelja!”

OPTION 2: (Fokusirajte se na jedan proizvod) „Da li si slobodan u (dan)?“

Potvrdite dogovor:

„Vidimo se u (dan) u (vreme).“

Molim te da dođeš na vreme da bismo mogli odmah da počnemo, sjajno je što ćemo se videti!”

BALANCE



„Da li ste čuli za Zinzino BalanceTest?“

„To je test koji ti govori koliko je dobra tvoja ishrana. Pozivam nekoliko prijatelja da im pokažem proizvod koji koristim već 120 dana i sa kojim sam postigao odlične rezultate. Znam da si zainteresovan za održavanje dobrog zdravlja i zaista želim da ti pokažem kako to funkcioniše.“

Poziv na Prezentaciju uživo na fejsbuku

OPCIJA 1:

„Da li si slobodan/na u 8 uveče u ponedjeljak?“

„Znam da ti je stalo do zdravlja i voleo bih da pogledaš zdravstvenu prezentaciju uživo na fejsbuku. Moj kolega/stručnjak koji ima (navedite njegovo iskustvo) će voditi prezentaciju i takođe će se fokusirati na to kako suplementi sa kojima radim mogu biti od koristi tvom zdravlju. Da li je u redu da te dodam u događaj/grupu?“

OPCIJA 2:

„Da li si slobodan/na u 8 uveče u ponedjeljak?“

„Razlog zašto pitam je taj što bih voleo da ti pokažem neke zdravstvene proizvode koje koristim već neko vreme i od kojih sam imao velike koristi. U ponedjeljak će biti zdravstvena edukacija o tome uživo na fejsbuku. Da li je u redu da te dodam?“

OPCIJA 3:

„Da li si slobodan/na u 8 uveče u ponedjeljak?“

„Tada održavamo zdravstvenu edukaciju uživo na fejsbuku i voleo bih da čujem tvoje mišljenje o tome. Da li bi izdvojio 30 minuta za to? Da li je u redu da te dodam u događaj/grupu?“

Sami birate da li želite da komunicirate preko telefona, SMS-a ili mesindžera. U određenim slučajevima, poziv želite da prenesete kroz nekoliko poruka. Takođe bismo preporučili da se dogovorite o vremenu naknadnog praćenja odmah nakon prezentacije. Ako ste ugovorili da razgovarate 30-60 minuta nakon prezentacije, povećava se verovatnoća da će Vaš gost obratiti više pažnje i zaista se prijaviti.

Zapamtite:

- Obezbedite pristanak za dodavanje ljudi u događaj/grupu.
- Ako je to događaj koji ste Vi pokrenuli, pokažite svom gostu kako da pritisne dugme „Going“ (Potvrda učešća).
- Ako svog gosta pozivate u grupu, objasnite da mora da odgovori na pitanja u grupi kako bi imao pristup video snimku i informacijama.
- Kontaktirajte svog gosta rano istog dana kako biste ga podsetili na događaj. Proces pripremnih radnji za fejsbuk događaj je nešto što zovemo

PRED-DOGAĐAJ. To uključuje izdvajanje 1 sata vremena svake nedelje za lično pravljenje pozivnica, kao i organizovanje tako da Vaš tim radi na nedeljnom događaju. Ponekad to možete učiniti 5-6 dana unapred kada okupite svoj tim na zum sastanku i razgovarate o procesu pozivanja na zabavu i naterate svakog pojedinca da se obaveže da pozove određeni broj ljudi. Što si bolji/a u obavljanju aktivnosti pred događaj, bolji su rezultati.

Uspešne demonstracije

KAKO PRODATI PROIZVODE

Uvek prolazimo kroz proces prodaje u 5 koraka. Na sledećim stranicama ćemo Vam prvo dati primer i provesti Vas kroz lako pravljenje prezentacije naših balans proizvoda za kupce.

Kada ste novi u ovome, najbolje je da se fokusirate na jednu po jednu stvar. Vežbanjem demonstracije balansa kao što je prikazano, razvijate svoje sposobnosti prezentacije. Preporučujemo Vam da pročitate sav materijal i pogledate različite video zapise o obuci koje imamo na mreži.

Zapamtite da je najbolji način da naučite kroz praksu, pa počnite već danas!



Proces od 5 koraka

- 1 UVOD:** Ispričajte sopstvenu priču. Ne volimo da nam se nešto prodaje, ali volimo da kupujemo. Zato, kako biste obezbedili punu pažnju kupca uvek treba da se fokusirate na ono što volite i zašto ste izabrali da koristite proizvode. Pitajte se šta najviše volite i zašto želite da pričate drugima o tome.
- 2 IDENTIFIKUJTE POTREBE VAŠEG KUPCA:** Želimo da saznamo koja su interesovanja našeg kupca. Kako bismo saznali da li potencijalni kupac ima potrebu za našim proizvodima, moramo da navedemo potencijalnog kupca da govori o sopstvenim specifičnim potrebama.
- 3 PREZENTACIJA PROIZVODA:** Predstavite proizvod i kompaniju koja stoji iza proizvoda. Kroz prednosti i činjenice stvaramo poverenje i želju za kupovinom proizvoda.
- 4 POSEBNA PONUDA:** Kupcima predstavljamo posebnu ponudu kroz ponude kampanja koje imamo na raspolaganju u različitim godišnjim dobima.

Prvo navedite punu cenu, pre nego što navedete popust koji možete dati. Koristite odgovore koje ste dobili od svog kupca u Analizama potreba kako biste prezentovali pravu ponudu.
- 5 NAKON PRODAJE:** Uvek vodimo računa da kupac zna na šta je pristao i da bude zadovoljan. Recite im o svojim planovima za naknadno praćenje. Zadovoljan kupac daje preporuke, a sa Zinzino4Free većina kupaca je veoma srećna da Vam pomogne, tako da mogu dobiti svoje proizvode besplatno.

Demonstracija za kupce Balance

Kako biste saznali pojedinosti o različitim Balance proizvodima koje nudimo, pogledajte Česta pitanja na stranici zinzino.com.

PRIPREMA – DONETI NA DEMONSTRACIJU

- BalanceOil+
- BalanceTest.
- Izbor rezultata testova, uključujući i Vaše.
- Ostali proizvodi koje želite da predstavite
- Presentacija za kupce, Ponuda za kupce i obrazac za početnu narudžbinu
- PC / Mac / Ipad: za prikaz video sadržaja ili izvršenje online porudžbina.



Pre nego što odete na demonstraciju, postavite sebi sledeća pitanja: Šta Vam se najviše dopada kod proizvoda i zašto o tome želite da pričate svom kupcu? Obavezno ponesite sa sobom proizvode koje želite da pokažete. Vodite neformalni razgovor sa svojim kupcem; ne krećite odmah na prodaju.

Korak 1: Uvod

U prvom delu demonstracije važno je da se fokusirate na razgovor, vezu i prijateljstvo a ne na proizvode. Želimo da stvorimo poverenje i dođemo do odobravanja kroz prezentaciju proizvoda. Preporučujemo da se pripremite tako što ćete saznati više iz video zapisa na mreži na stranici zinzino.tv.

Ispričajte svoju priču. Niko ne želi da mu se roba prodaje, ali većina voli da kupuje. Kako biste privukli pažnju Kupca, uvek treba da se fokusirate na ono što vam se sviđa i zašto ste odlučili da koristite proizvode.



Korak 2: Identifikujte potrebe vašeg kupca

Postavljajte pitanja. To je ključ za kreiranje uspješne demonstracije. Vaša istorija je prirodno važna za stvaranje poverenja, ali fokus treba da bude na identifikaciji njihovih potreba, kako biste mogli da pronađete najbolje proizvode za njih.

PITANJA KOJA MOŽETE POSTAVITI

- „Da li vam je zdravlje važno?“
- ▶ „Šta radite da biste sačuvali
- ▶ zdravlje?“ „Da li vežbate?“
- ▶ „Da li Vas zanimaju pitanja u vezi sa zdravljem?““
- ▶ „Da li uzimate dodatke ishrani?““
- ▶ „Šta je po vama uzrok današnjih zdravstvenih problema?“
- ▶ „Da li bi ste testirali sopstveni balans?“ (Omega-6 u odnosu na Omega-3)
- ▶ „Da li bi vas proizvod zanimao ako biste mogli da efekte potvrdite testom?“

Korak 3: Presentacija

Napravili smo kratak šablon za predstavljanje proizvoda u Presentaciji za kupce. Možete ga pronaći i na stranici zinzino.com, ali glavni fokus je prenošenje sopstvenog iskustva. To je vrednije od svih drugih priča. Zapamtite da nikada ne obećavate kupcu tvrdnju koja nije odobrena od Zinzina. Dugoročni efekti korišćenja ZinzinoBalance-a su velika prednost proizvoda. Takođe, dozvolite svom kupcu da proba proizvode.



KORAK 4: Posebna ponuda

Često će potencijalni kupac tokom prezentacije pitati za cenu. Savet je da sačekate sa davanjem ponudu za kupce dok ne predstavite proizvode i objasnite celu ponudu. Na taj način fokus će biti na proizvodu, a ne na brošuri sa ponudama.

Želimo da predstavimo posebne ponude kako bismo podstakli želju za kupovinom. Ne zaboravite da predstavite proizvode po punoj ceni pre nego što im pokažete popuste koje možete da obezbedite. Time ćete kupcu dati informacije o tome koliko može da uštedi. Kupcu je takođe lakše da razume kompletnu situaciju sa cenama.

Saznajte za koji proizvod je Vaš kupac najviše zainteresovan. Navedite punu redovnu cenu testa 1 i testa 2. Zatim pokažite kupcima koliki popust ostvaruju kroz pretplatu ili da oba testa dobijaju besplatno ako se pretplate. Nakon toga, učutite i sačekajte da kupac odluči.

Ne zaboravite da predstavite garanciju povrata novca za one koji dobiju rezultat koji pokazuje da imaju odnos 3:1 ili bolji u svom balansu Omega-6:3.



DOBRA PITANJA

- „Da li biste se testirali?“
- „Šta želite da postignete sa proizvodima?“ „Da li
- želite da izvršite narudžbinu?“

Pitanja?

„Ne mogu da ga priuštim sebi“ ILI „Preskupo je“

Odgovor: „Ako bih mogao da Vam pokažem način da besplatno dobijete mesečnu pretplatu, da li bi vas to zanimalo?“

Informišite kupce o našem programu Zinzino4Free.

Ako Vaši kupci imaju konkretnija pitanja u vezi sa funkcijom proizvoda ili sastojcima većinu odgovora ćete naći onlajn u odeljku Česta pitanja.

Ako vaš potencijalni kupac nije spreman da odmah donese odluku, zakažite sastanak radi naknadnog praćenja. Pravo pitanje je da li mogu da sebi priušte da propuste prednosti proizvoda. Stoga preporučite kupcu da barem kupi test kako bi saznao šta da promeni u svojoj ishrani.



KORAK 5: Nakon prodaje

Kada popunite formular za porudžbinu sa svojim kupcem, važno je da ga obavestite o sledećem:

- Obezbedite da Vaš kupac zna na šta je pristao i da je zadovoljan.
- Dogovorite se o vremenu za sastanak radi testiranja.
- Ispričajte mu za naš Zinzino4Free program.
- Obavestite ga da ćete mu objasniti rezultate testa čim analiza bude spremna.
- Dajte im svoje informacije za kontakt i pošaljite mu e-poštu ili tekstualnu poruku sa porukom zahvalnosti nakon prezentacije. Zadovoljni kupci koji su detaljno ispraćeni će dati najbolje preporuke!

INFORMACIJE ZA VAŠE NOVE KUPCE

- ▶ Obavestite ih o cenama otpreme i isporukama. Pročitajte više na stranici zinzino.com. Da li Vaš kupac želi dodatne proizvode?
- ▶ Kontaktirajte kupca nakon jedne nedelje i pobrinite se da počne da koristi proizvode i pomozite mu da razume rezultate svog testa prilikom analiziranja na stranici zinzinotest.com.
- ▶ Ispričajte mu o našem programu upućivanja.

Prednosti pre činjenica

Činjenice pričaju, Priče prodaju

Izaberite 3–4 lične prednosti sa proizvodima za balans za koje smatrate da su najviše povezane sa Vama i koristite ih u procesu prodaje:

- Ima dobar ukus
- I dalje mogu da uživam u svim ostalim stvarima koje volim
- Imam više energije
- Proizvode možete koristiti kao užinu
- Test čini da se osećam bezbedno
- Video sam rezultate testa tako da znam da radi
- Zinzino4Free: Dobijam proizvod besplatno preko programa preporuka
- Ili izaberite neku svoju...



Prezentacija uživo na fejsbuku

TOKOM ZABAVE

- Zamolite potencijalne kupce da osveže stranicu kada događaj počne
- Lajkujte, označite da Vam se sviđa, komentarišite i učestvujte tokom događaja. To povećava vrednost zabave za Vašeg gosta. Primer ovoga jeste da podelite svoje lično svedočenje i rezultat testa kada domaćin to traži.

NAKON ZABAVE

POZOVITE SVOG GOSTA I ZAHVALITE MU SE NA GLEDANJU

- „Mogu li odgovoriti na neka pitanja?“
- „Ispričajte svoju priču. Zašto ste uzbuđeni zbog proizvoda?“
- Podsetite ih na dostupne ponude za kupce i postavite najvažnija pitanja: „Da li biste želeli da uradite test?“ „Koji ukus?“ Završite postupak registracije ili zakažite dodatni sastanak (lice u lice, telefonom, onlajn)

AKO IH NE ZADRŽITE

- Zahvalite im se na učešću preko tekstualne poruke i pitajte kada bi bilo dobro vreme za razgovor.
- Ako nisu uspeali da gledaju u zakazano vreme, pitajte ih kada imaju vremena da pogledaju u narednih 48 sati i zakažite naknadni poziv odmah nakon toga.

AKO VAŠ GOST ODGOVORI NE

- Zatražite dozvolu da mu pošaljete video snimak proizvoda koji bi objasnio malo više.
- Nastavite da ga pratite. Ne je samo ne za sad. Zapamtite da je magija u naknadnom praćenju.

Možete da pročitate više o tome kako da držite fejsbuk zabave uživo u okviru Vašeg Back Office-a.



Objasnite rezultate testa:

Mi nismo savetnici za zdravlje ili stručnjaci za ishranu. Opšte pravilo je da kupac može da čita sopstvene rezultate i formira svoje mišljenje. Dobijamo pitanja o tome šta znače različiti rezultati testova. Dozvolite da prvo istaknemo da ideja rezultata NIJE da mi postavljamo dijagnozu našim kupcima. Rezultati su tu kako bi naši kupci postali svesni da li imaju neuravnoteženu, polu-uravnoteženu ili uravnoteženu ishranu u smislu odnosa Omega-6 i Omega-3 masti. Uvidom u ovo, oni imaju mogućnost da promene svoju dnevnu ishranu ako je potrebno. Naš posao je da im damo samopouzdanje i sigurnost da će postići ravnotežu za 120 dana ako se pridržavaju našeg programa u 3 koraka:

- 1 Jesti hranu koja je bogata Omega-3 mastima a siromašna ugljenim hidratima. To podrazumeva ishranu bogatu masnom ribom, voćem, salatama, povrćem, orašastim plodovima i uopšte organskom hranom. Pokušati smanjiti potrošnju prevelike količine Omega-6 masti iz biljnih ulja koja se koriste u prerađenoj ili
- 2 Poboljšati svoju ishranu sa Omega-3 mastima balansirajući masne kiseline i hranljive materije uz Zinzino dodatke ishrani.
- 3 Započeti program vežbanja. Vežbanje je ključni faktor za dobro

ZINZINOTEST.COM

Rezultati testa se nalaze na ovoj veb stranici. Ako registrujete svoj kod z atest i e-poštu, dobićete imejl kada test bude spreman. Kada se prijavite sa svojim kodom za test, naći ćete više informacija o balansu. Takođe imamo izveštaj sa savetima o ishrani koji možete preuzeti i koji je specifičan za Vas na osnovu rezultata Vašeg testa. Preporučujemo da uradite test nakon 120 dana i uporedite svoj prvi i drugi test. To olakšava uvid u razliku koju su vam Zinzino balans proizvodi pomogli da ostvarite.

KAKO OBJASNITI REZULTAT TESTA KUPCU

VAŠA ZAŠTITA (VREDNOST PROFILA MASNIH KISELINA)

Ovaj faktor povezuje profil 11 masnih kiselina u Vašoj krvi. Skala ide od 0 do 100, a cilj je da pomognete Vašem kupcu da ostvari 100 na drugom testu nakon 120 dana. Ovo ne govori ništa o zdravstvenom stanju osobe, samo o nivou zaštitnih masnih kiselina.

*Test vam daje naznaku šta
treba da promenite kako
biste postigli poboljšan
balans...*



RAVNOTEŽA OMEGA-6 (AA) I OMEGA-3 (EPA) MASTI.

Odnos Omega-6 (AA) i Omega-3 (EPA) masti je merenje koje pokazuje ravnotežu Omega-6 i Omega-3 masnih kiselina. Balans između ove dve vrednosti čini vaš profil neuravnoteženim (iznad 9:1), poluuravnoteženim (između 9:1 do 3:1) ili uravnoteženim (3:1 ili ispod). Ako vaš kupac ima odnos 3:1 ili viši, cilj je da se promeni ishranu kako bi se postigao odnos 3:1 ili niži.

NIVO OMEGA-3 (EPA+DHA)

Procenat pokazuje koliki je udeo Vaših EPA+DHA Omega-3 masti u ukupnom profilu masnih kiselina. Omega-3 ima veliki broj prednosti jer predstavlja primarne gradivne blokove u Vašim ćelijama. EPA je dominantno prisutan u krvi, mišićima i tkivu, dok je DHA dominantan u mozgu, spermi i očima. U izveštaju o ispitivanju idealan opseg je 8% ili više. Evropska agencija za bezbednost hrane (EFSA) saglasna je sa tvrdnjama da EPA i DHA doprinose održavanju normalne funkcije srca. DHA takođe doprinosi održavanju normalnog vida i održavanju normalnog funkcionisanja mozga.

INDEKS FLUIDNOSTI ĆELIJSKE MEMBRANE

Ovo je odnos između zasićenih masti i Omega-3 (EPA+DHA). Utečnjenost zasićenih masti je manja od utečnjenosti Omega-3 masti. Bolja ravnoteža 4:1 (zasićene masti u odnosu na omega-3 masti) povećaće fluidnost ćelijske membrane.

MENTALNA SNAGA – INDEKS ISHRANE

Ovo je odnos između Omega-6 (AA) i Omega-3 (EPA+DHA). Dovoljna količina morskih Omega-3 masnih kiselina, DHA, u ishrani doprinosi održavanju normalne funkcije mozga. Mozak je kontrolni centar nervnog sistema. On prati i kontroliše odgovor tela na informacije od čula vida, sluha, mirisa i ukusa.

EFIKASNOST FORMIRANJA ARAHIDONSKJE KISELINE (AA).

Ovo pokazuje efikasnost kojom vaše telo pretvara masne kiseline, Omega-6, iz hrane u vašoj ishrani u esencijalne masne kiseline Omega-6 (AA) u vašem telu. Ako imate nivo efikasnosti ispod 30%, preporučuje se da u svoju ishranu uključite hranu koja ima visok sadržaj AA, kao što je pileтина, ćuretina, svinjetina i losos iz ribnjaka.



Zinzino zabava

Kada organizujete ili pomažete svom timu da organizuje Zinzino zabavu, uvek budite spremni i pripremljeni najmanje 30 minuta pre dolaska gostiju. Uverite se da kod sebe imate niz različitih proizvoda.

KORAK 1: Uvod

Domaćin: Pozdravite sve i predstavite osobu koja će predstaviti proizvod.

Ispričajte svoju priču (kratko). Kako ste se upoznali sa proizvodom, šta Vam se sviđa u vezi sa njim i koliko dugo ste kupac ili prodavac proizvoda.

KORAK 2: Identifikujte potrebe Vašeg kupca

Podstaknite dijalog i dobru atmosferu kada postavljate pitanja.

*Prava pitanja su
ključ za tačan
odgovor*



KORAK 3: Prezentacija

Preporučujemo da koristite obrazac za prezentaciju za korisnike koji je dostupan preko Vašeg Back Office-a, foldera Prezentacije za korisnike ili video zapisa onlajn na stranici zinzino.tv. Neki vole da počnu prikazivanjem videa prezentacije Balance proizvoda,

a zatim da ukratko prođu kroz prezentaciju pre nego što pokažu sopstvene rezultate sa BalanceTest-a. Drugi idu direktno na prezentaciju za korisnike bez prikazivanja videa. Nakon prezentacije, dobro je pustiti Kupca da isproba različite proizvode kako bi mogao da pronađe ono što mu odgovara.

KORAK 4: Posebna ponuda

Izaberite 3 dobre opcije i predstavite ih. Fokusirajte se na predstavljanje pune cene pre davanja popusta.

KORAK 5: Nakon prodaje

Pogledajte odeljak Prezentacija Balance-a.

I najvažnije: **Zabavite se!**

Preporuke kupaca

Normalan pristup za proširenje naše baze klijenata sa Zinzinom jeste dobijanje preporuka od zadovoljnih kupaca. Ako Vaš kupac ne može da pozove ljude na zabavu iz jednog ili drugog razloga, ideja je da možda zatražite preporuke lica koja možete da kontaktirate u njegovo ime. Uvek tražimo od naših kupaca da pošalju poruku ili pozovu svoje prijatelje 1-2 dana pre nego što ih pozovemo. Jedan primer takvog razgovora mogao bi da glasi kako sledi:

KORAK 1: Uvod

„Zdravo, ovde «Vaše ime»“. Ja sam prijatelj «ime vašeg kupca». Da li je on/ona spomenuo/la da ću nazvati? Imate li vremena za kratak razgovor?

KORAK 2: Razlog

IDENTIFIKUJTE POTREBU

„Razlog zbog kojeg Vas zovem je taj što je „ime vašeg kupca“ pomenuo da ste zainteresovani da uradite naš test kako biste saznali da li imate uravnoteženu ishranu? Imamo neke posebno dobre ponude za nove kupce. Da li ste zainteresovani da čujete više o proizvodu?“ Ugovorite vreme i mesto sastanka, opciono pošaljite video koji objašnjava više i idite na korak 3.

KORAK 3: Predstavite ponudu

Ne zaboravite da istaknete šta prema Vašem mišljenju najviše odgovara kupcu na osnovu onoga što ste saznali tokom Analize potreba. Uvek predstavite prethodnu cenu pre sadašnje cene.

KORAK 4: Zatvaranje

Često će rezultat biti jedna od ove 3 opcije:

- 1 Registrujte svog kupca onlajn.
- 2 Ugovorite demonstraciju kao i gde ćete se sastati sa kupcem.
- 3 Ugovorite vreme praćenja za nekoliko dana. Ovo je kada vršite naknadno praćenje sa

Prikažite ideju

Kada biste imali priliku da birate ljude sa kojima biste mogli da radite, ko bi to bio? Dobri kriterijumi za davanje prioriteta 10 partnera.

Dajte prioritet ljudima...

- ▶ sa kojima bi želeli da radite.
- ▶ za koje znate da Vam veruju, da ste im
- ▶ dragi i koji su povezani sa Vama, odnosno
koji su dobri u prodaji ili marketingu.
- ▶ koji su vešti u područavanju, odnosno, npr. učiteljima, trenerima.
- ▶ koji su ambiciozni i koji se već veoma dobro snalaze, koji
- ▶ imaju iskustvo direktne prodaje ili društvenog marketinga,
- ▶ preduzetnicima koji ili već poseduju sopstveni biznis
ili bi razmotrili pokretanje sopstvenog biznisa.

Predstavite ideju potencijalnom partneru na sastanku licem u lice, putem zuma / skajpa / fejsbuka uživo, poslovne prezentacije ili tako što ćete ga poslati na Vašu odredišnu stranicu sa video zapisima. Vaš posao je da pozovete na sastanak, predstavite Vašeg Sponzora ili Nadređenog koji održava prezentaciju za Vas i kažete osobi koju ste pozvali zašto ste izabrali da radite sa Zinzinom i zašto želite da radite sa njom.

Tokom prezentacije ćete slušati i učiti dok vaš Sponzor / Nadređeni „obavlja sav rad“. Naravno, važno je da budete „prisutni“, nasmejani, da vodite beleške i da pokažete da ste posvećeni poslu. Ovo je samo kratak uvod i ne bi trebalo da traje dugo. Prezentacije koje traju samo 20–30 minuta su obično najbolje. Zapamtite da će previše informacija samo iskomplikovati situaciju onima koji žele da počnu. Neka Vaš Sponzor / Nadređeni izvede prezentaciju za Vas dok ne znate kako da to uradite.

Poziv na Sastanak partnera

Koristite svoje reči, ali koristite i donji format kao obrazac. Najvažnija stvar kada nekoga pozovete na sastanak partnera jeste da počnete tako što ćete odrediti vreme i mesto. Zapamtite da je cilj rezervisati termin, a ne predstaviti samu ideju. Budite kratki i konkretni, budite entuzijastični i održavajte radoznalost kod ljudi kako biste ih naterali da poželeva da Vas upoznaju kako bi saznali više.

KORAK 1: Uvod

„Zdravo, ovde «Vaše ime», kako si?“ «kratak razgovor»

KORAK 2: Dogovorite se o vremenu i mestu

- Saznajte kada ta osoba može da se sastane sa Vama
- Odredite vreme i mesto za sastanak

KORAK 3: Razlog

Recite osobi zašto želite da se upoznate. Na primer:

- Želite da im pokažete proizvod / poslovnu ideju u vezi sa zdravljem
- Imate prava na distribuciju uzbudljivog proizvoda
- Započeli ste marketing u zdravstvenoj industriji
- Imate ideju koju želite da joj pokažete
- Želite njeno mišljenje o poslovnom konceptu na koji ste se prijavili
- Pozivate osobu na Facebook Live događaj / grupu gde će dobiti više informacija o Vašem poslu

KORAK 4: Odgovorite na potencijalna pitanja

- Samo želim da predstavim ideju
- To će trajati samo 30 minuta
- Teško je da Vam kažem sve detalje preko telefona, zato želim da Vas upoznam lično



KORAK 5: Potvrdite sastanak

- Zamolite osobu koju kontaktirate da zapiše vreme sastanka
- Recite joj da ćete dovesti prijatelja/kolegu na sastanak

Više nagoveštaja

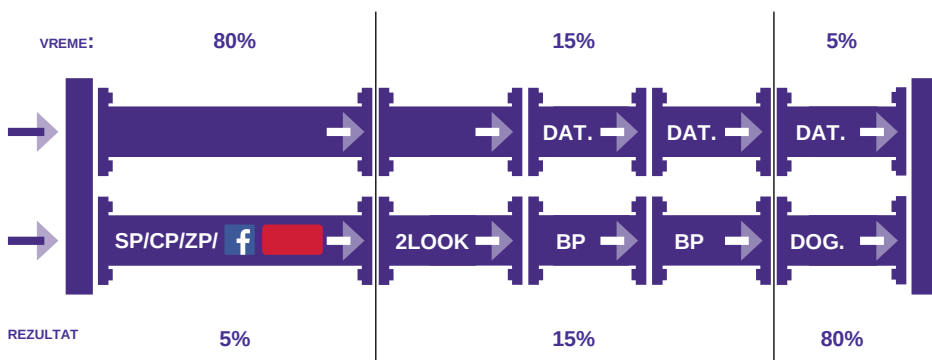
- Zakažite sastanak blizu mesta gde se ta osoba nalazi
- Informišite: „Odgovariću na sva pitanja kada se sretnemo“
- Ako je sastanak zakazan mnogo unapred, podsetite ih dan ranije SMS porukom
- Za ljude sa kojima niste bili u kontaktu u poslednje vreme, preporučujemo otvaranje dijaloga preko fejsbuka ili SMS-ova. Pogledajte prethodni odeljak u ovoj brošuri koji se odnosi na ovo pod „Otvoreni dijalozi putem poruka ili mesindžera“



Pomoć pri pokretanju

Prva stvar koju radimo kada počnete da radite kao partner jeste pokretanje poslovanja koje je obrađeno u ovoj brošuri. Takođe ćemo Vam pomoći da napišete listu imena, odredite prioritetne kupce i partnere i pomoći ćemo Vam da ih kontaktirate.

Naš sistem zovemo cevovod, pošto cevovod simboliše kretanje duž nečega bez obzira na Vaše napore. Sve se mora naučiti i kao što je potrebno vreme da se osposobite u drugim oblastima, preporučujemo Vam da učite i naučite svaki korak.



SP

SP je skraćenica od Short Presentation (Kratka prezentacija) poslovne mogućnosti koju nudimo. Dok se sastanak održava, podučavaće vas vaš Sponzor ili Nadređeni. Na sledećoj stranici možete pročitati na šta je važno da se fokusirate tokom kratke prezentacije (SP).

PRO SAVET!

SP = Kratka prezentacija
CP = Prezentacija za kupce
ZP = Zinzino zabava
BP = Poslovna prezentacija
BPS = Sesija poslovnog planiranja

5 koraka do uspešnih prezentacija

1 Izgradite odnose

Celokupna profesija direktne prodaje izgrađena je na odnosima. Zbog toga se toliko fokusiramo na lični razvoj, obuku za liderstvo i razvoj „društvene antene“. Ako ne možete da budete neko sa kim se ljudi povezuju, biće izazovno sklapati prijateljstva sa novim ljudima i biće vam teško da razvijate poslovnu saradnju sa ljudima.

Vaš prvi zadatak tokom prezentacije jeste da se „sprijateljite“ sa partnerom ili potencijalnim kupcem. Ovo nije trik ili tehnika, ali treba da se radi iskreno i na ličan način. Počinje slušanjem, jednom od najvrednijih, ali i retkih veština u životu. Postavljajte pitanja i upoznajte osobu kojoj predstavljate poslovnu priliku.

Šta radi?

Da li ima decu?

Šta on/ona voli da radi u slobodno vreme?

Imate li zajednička interesovanja?

Pokažite pažnju osobi koja sedi ispred Vas. Slušajte, učite i upoznajte je. Prvi zadatak jeste da je upoznate i izgradite odnos sa njom. Kako biste izgradili prijateljstvo, morate takođe dozvoliti osobi da Vas upozna i da se poveže sa Vama.

Sviđalo vam se to ili ne, prvi utisci su odlučujući u tome kako Vas doživljavaju i utiču na Vaše rezultate. Kako biste voleli da Vas tretiraju kada odete u kafić? Kako želite da osoblje bude obučeno i da ponaša kada negde idete? A kako želite da izgleda na radnom mestu ili iza pulta? Potrudite se da ostavite što bolji prvi utisak. Poslovno oblačenje znači poslovno ležerno uz vođenje računa o dobroj higijeni (tuširanje, čisti nokti i zubi, lep miris, čista odeća. Mislite da se sada šalimo!) i stavite veliki OSMEH na lice.

Izgradnja odnosa je ključ za početak saradnje

2 Ustanovite potrebu

Drugi zadaci u prezentaciji su da saznate šta osoba želi. Koje ciljeve on/ona ima i koji su njeni snovi? Većina ljudi ima dugačku listu želja koja se obično proteže do maštanja i često postoje snovi koji nadilaze njihovu spremnost za rad. Ono što treba da uradimo jeste da shvatimo šta osoba tačno želi. Prema čemu se zaista odnosi strastveno? Šta je često nešto što ljudi žele ostvare tokom svog života. Koja situacija sa novcem, vremenom i više lične slobode može biti ispunjena kroz izgradnju poslovnog odnosa sa Vama u Zinzinu? Šta bi uradila da osvoji džekpot na lutriji? Šta je njena najveća i prava motivacija?

Ovo možda zvuči komplikovanije nego što zaista jeste. Većina ljudi su sanjari. Većina ljudi žudi za više vremena sa svojom porodicom, manje dugova, većom finansijskom sigurnošću, više prijatelja i većom društvenom mrežom, drugim rečima, upravo za onim što bi Vaš posao mogao da ponudi! Zbog toga je važno na početku graditi odnose, postavljati pitanja i slušati. Istovremeno ćete upoznati potencijalne kupce i saznati šta ih motiviše. Ako se potencijalni kupac ne oseća kao da Vas poznaje, voli Vas ili Vam veruje, najverovatnije se neće otvoriti i reći Vam šta sanja da postigne. Zapamtite da je teško otkriti nečije snove, ako nemate svoje. Pobrinite se da održite svoje snove, što će pomoći drugima da otkriju svoje snove. Drugi zadatak u okviru prezentacije jeste da im pomognemo da identifikuju šta mogu da postignu radeći sa Zinzinom. Ovo je veoma važno pitanje na koje bi trebalo da odgovore.

3 Prenesite pozitivno osećanje

U knjizi *90 dana za pobedu*, koju je napisao Ørjan Sæle, on se poziva na studiju koja pokazuje da samo 7% rezultata u prodaji dolazi od reči, 38% od tona glasa i 55% od govora tela. To je razlog zašto su pozitivan stav i način na koji postupamo presudni za postizanje rezultata. Kada komunicirate, postoje velike mogućnosti, jaka vera u budućnost i partnerska mreža u Zinzinu kojoj možete da se pridružite dok se dobro zabavljate, ljude privlače da budu deo toga!

Entuzijazam je neverovatno važan za postizanje dobrog rezultata! Ako je dosadno, projekat neće započeti. Prenosjenje entuzijazma važi za oba dela sistema, kada pozovete ljude na sastanak partnera ili klijenata i tokom procesa na putu. Zapamtite da entuzijazam koji pokazujete mora da se odrazi na poruku koju saopštavate.

***Entuzijazam koji
pokazujete biće osnova
Vaših rezultata***



Neki tipovi ličnosti nemaju problema sa ovim. Oni su tip koji se osmehuje na bilo šta i širi radost tamo gde jesu. U međuvremenu, drugi misle da su entuzijastični ali će svako u krugu od jedne milje od njih uskoro zaspati. Zato je važno znati kojoj kategoriji pripadate. Ako pokazujete previše entuzijazma, možda ćete biti od koristi da ga malo smanjite kako biste omogućili drugima da se povezuju sa Vama, dok bi oni koji pokazuju samo malo entuzijazma trebalo da ga donekle povećaju. Zapamtite da telesno držanje i emocije utiču na druge. Kada se spremate da prenesete osećanje, uverite se da je to pozitivno osećanje!

PRO SAVET!

**Obratite pažnju kako izgleda
vaše lice kada ste
entuzijastični!**

4 Book 2Look

Jedan od najvažnijih delova prezentacije jeste zakazivanje sledećeg sastanka. U Zinzinu znamo da 2/3 svih ljudi koji započnu angažman kao partneri počinju to tokom 2Look ili poslovne prezentacije (BP). Često doživljavamo da je Partner uradio odličan posao u pozivanju ljudi na prezentaciju. On je bio domaćin informativne i entuzijastične prezentacije, ali iz nekog razloga zatvara sastanak bez zakazivanja novog termina za nastavak razgovora sa potencijalnim kupcem. Ne pravite ovu grešku! Nikada nemojte završiti prezentaciju govoreći „nazvaću te“. Ako ćemo iskreno, mogli biste odmah da skinete njihovo ime sa liste. Najverovatnije ćete ih pozvati jednom ili dvaput. Bez obzira na rezultat, sada ste se doveli u situaciju da osećate da ih jurite kako biste obezbedili novi sastanak. Kako biste uštedeli vreme, povećali produktivnost i zadržali svoj ponos netaknutim, zakažite sledeći sastanak pre nego što napustite prezentaciju! Razmislite o zakazivanju narednog sastanka već na početku prezentacije!

5 Uključite ih u sistem

Sistem ima sav materijal i sve formate sastanaka koje koristimo u procesu razvoja liderstva u Zinzinu. Promovišite InfoZinzino nakon prezentacije i obezbedite da ga pročitaju pre sledećeg sastanka. Ako žele više informacija o proizvodima, uputite ih na veb-stranicu. Ako žele više informacija o mrežnom marketingu, dobra preporuka je da im pozajmite knjigu Roberta Kiosakija: *Biznis 21. veka*.

Ako ste tokom svoje prezentacije napisali partnerski ugovor, dajte im ovu brošuru i zamolite ih da je pročitaju pre sledećeg sastanka i zamolite ih da počnu sa svojom listom imena.

Uvek učestvujte u lokalnim ili onlajn poslovnim prezentacijama i događajima koji se organizuju u blizini. Toplo preporučujemo svim novim partnerima da steknu naviku da slušaju aplikaciju GoCore u kojoj dobiju pristup kada imaju Z4F komplet u svojoj Auto-narudžbini. Na ovaj način svi dobijaju posebnu obuku o tome kako da izgrade posao. Prvo i najvažnije zato što je motivacija poput tuširanja. Čak i ako ste to uradili jednom, dobra je ideja da ponovite. Takođe, može Vam biti teško da budete svuda odjednom dok vaše poslovanje raste. Ako sve partnere uputite na sistem, daćete im priliku da uspeju i usput dobiju pravu vrstu obuke.

Još jedna prednost upućivanja svih na BP i Događaje je to što se na taj način povećava mreža odnosa Vašeg novog partnera. Daće motivaciju susretom sa istomišljenicima koji teže istim ciljevima i snovima.

Kratka prezentacija

Koliko brzo ostavljamo prvi utisak? Potrebno nam je manje od 30 sekundi! Ovaj utisak o osobi će ostati sa nama dok je bolje ne upoznamo. Otuda i izreka: „Lažni osmeh je bolji od prave mrzovolje. Ostavljanje dobrog prvog utiska je od vitalnog značaja za dobru Kratku prezentaciju. Nasmejte se, budite ljubazni kada pozdravljate potencijalnog kupca, vodite računa o svom držanju i nosite lepu odeću. Najbolji je naravno prirodan i iskren osmeh.

Dok ste novi u poslu, potražite pomoć od nekoga ko poznaje sistem i materijal bolje od vas. To je kao polaganje vozačkog ispita. U početku ste Vi putnik, zatim imate vežbe sa instruktorom pored sebe, nakon toga vozite sami, zatim imate putnike i na kraju ćete biti tutor koji pomaže drugima da nauče kako da voze. Naša prva preporuka je stoga da uvek imate nekoga iz vaše Sponzorske linije ili Vašeg Nadređenog uz Vas na demonstracijama za partnere i kupce.

1 Pripreme

Potvrdite sastanak. Dodite na vreme. Koristite materijal (InfoZinzino, Ponuda kupcu, Prezentacija za kupca i Express Start)

Za osobu koja vrši prezentaciju: Recite svom partneru kako želite da se ponaša tokom sastanka. Navedite primere kako treba da se pravi uvod. Dobijte potrebne osnovne informacije o osobi koju ćete upoznati.

Za partneru koji poziva na sastanak: Kada imate sastanak zajedno sa svojim nadređenim, zamolite ga za konstruktivne povratne informacije nakon svakog sastanka. Ako od sastanka do sastanka učite šta da poboljšate, brže ćete postići rezultate.

2 Upoznavanje osobe

Pročitajte više o tome u odeljku: Nagoveštaji tokom SP. Napravite dobru atmosferu. Odajte priznanje i pohvale nakon uvoda i recite im zašto ste pozvali baš njih.

3 Vaša priča

Koja je Vaša priča? Šta Vas je motivisalo na ideju koju ćete sada pokazati drugima? Pogledajte neke primere na sledećoj stranici.

PRO SAVETI!

VAŠA PRIČA

- Ko ste Vi?
- Da li imate redovan posao?
- Kako ste se uključili?
- Koji je razlog zašto ste izabrali Zinzino?

MOTIVACIONI FAKTORI



DODATNI PRIHODI	RANO PENZIONISANJE	NOVA KARIJERA
POMOĆ DRUGIMA	PROIZVODI	DRUŠTVENI ASPEKT
FINANSIJSKA SLOBODA	LIČNI RAZVOJ	POKRETANJE SOPSTVENOG POSLA

Prilikom izvošenja prezentacije je obično najlakše pričati o stvarima koje Vas najviše motivišu. Međutim, ono što određuje ishod zavisi od toga da li ćete ustanoviti potrebu i motivaciju ljudi kojima prezentujete posao.

Otvaranje: Postoji rizik da ćete prezentaciju otvoriti na različite načine svaki put. Pokušajte da izbegnete ovo.

Bolje je početi na isti način. Dobra uvodna fraza stvara ugodnu atmosferu i izaziva interesovanje. Naš posao je izgrađen na pomaganju drugima. Time ostvarujemo uspeh.

Prezentacija: Proces učenja prezentacije počinje čim zakažete svoj prvi sastanak. U početku će Vam pomoći Vaš Sponzor ili Nadređeni, dok na kraju sami poznajete proces i možete ga duplirati i biti osoba koja pomaže Vašem timu. Važno je da počnete, a ne da čekate da sve saznate. Vežbom do savršenstva.

Zatvaranje: Da li biste želeli besplatne proizvode ili biste takođe mogli da razmislite o izgradnji poslovanja zajedno sa nama sa plaćanjem?

Dobra pitanja pogodna za prezentacije mogu biti:

- ▶ Da li Vam je poslovni model uzbudljiv?
- ▶ Šta Vam se najviše sviđa?
- ▶ Imate li bilo kakva pitanja?
- ▶ Ne zaboravite da ponovo prezentujete šta Vaš novi Partner može da očekuje od Vas i od tima.

Ne zaboravite da postavite najvažnije pitanje:

- ▶ Možeš li da zamisliš da da počneš da radiš sa mnom/nama?

NAKNADNO PRAĆENJE

Sastanak uvek treba da vodi ka sledećem sastanku. Izvadite svoj kalendar i planirajte kako i kada ćete se ponovo sastati. Sadržaj sledećeg sastanka zavisi od toga šta je gostu potrebno. Da li mu je potrebna prezentacija za kupce (CP), 2Look, pokretanje poslovanja ili prisustvovanje poslovnoj prezentaciji (BP), preko zuma / skajpa / fejsbuka uživo? Ne morate da čekate da se Vaš gost odluči, samo pratite sistemski cevovod korak po korak.

2LOOK

Ovo je naknadni sastanak koji se sprovodi u roku od 48 sati nakon što ste imali sastanak sa potencijalnim partnerom. Tom prilikom se dobijaju odgovori na sva pitanja o statusu kupca ili o poslovnoj prilici. Ako ste imali demonstraciju za kupce na kojoj Vaš potencijalni kupac nije doneo konačnu odluku, preporučujemo Vam da nastavite sa pozivom ili porukom.

SAVETI ZA 2LOOK

- ▶ Odgovorite na pitanja koja su važna Vašem potencijalnom Partneru.
- ▶ Šta motiviše vašeg potencijalnog partnera?

DODATNI PRIHODI	RANO PENZIONISANJE	NOVA KARIJERA
POMOĆ DRUGIMA	PROIZVODI	DRUŠTVENI ASPEKT
FINANSIJSKA SLOBODA	LIČNI RAZVOJ	POKRETANJE SOPSTVENOG POSLA

- ▶ Da li razumeju Plan naknade? Da li razumeju
- ▶ Zinzino sistem?
- ▶ Da li su razumeli tajming i potencijal proizvoda? Prođite kroz
- ▶ ciljeve za 30-60 dana i prednosti kako biste se kvalifikovali.



Edukacija

KUĆNI SASTANCI – OFLAJN ILI ONLAJN

Organizuju ih različiti timovi od jednom do više puta mesečno. Razlog je da se potencijalnim partnerima, koji su imali kratke prezentacije (SP), da više informacija o mogućnostima poslovanja. Nakon informativnog dela sastanka sledi edukacija u sistemu Team Zinzino. Ovi sastanci se takođe mogu obaviti onlajn preko zuma ili u lokalnim fejsbuk grupama.

POSLOVNA PREZENTACIJA - OFLAJN ILI ONLAJN

Organizuje se svake nedelje do svake 2. do 4. nedelje, u zavisnosti od toga gde živite i u kojem ste timu. Ovo je mesto za potencijalne partnere, koji su dobili kratku prezentaciju i žele više informacija, kao i za vaš tim da im pruži obuku. BP je prilično sličan bez obzira na to u kom gradu ste domaćin. Na ovaj način uvek možete biti sigurni da Vaši partneri dobijaju tačne informacije i da svi prate isti sistem. Kada se organizuje oflajn, prezentacija ima dva dela, gde prvi deo obuhvata davanje više informacija o poslovanju, dok je drugi deo obuka. Onlajn, sastanak se obavlja preko zuma ili u lokalnim fejsbuk grupama. Pozovite nove potencijalne kupce i redovno dolazite ako planirate da izgradite veliki posao.



SESIJA PLANIRANJA POSLOVANJA – BPS

Organizuje se kao trening događaj između lokalnih, nacionalnih i međunarodnih događaja. Traje do četiri sata i svaki put je fokus na različitim temama na osnovu potreba organizacije.

DOGAĐAJ

Događaji su jedan ili više dana u kojima Vam se daje nova motivacija i znanje o tome kako da postignete svoje ciljeve u Zinzinu. Svakog leta održava se trodnevni liderski događaj, a svake jeseni je međunarodni događaj. U Timu Zinzino koristimo 5% našeg vremena da učestvujemo i plasiramo velike događaje našem timu. Efekti posete događaju sa odličnim govornicima su fantastični. Dovedite svoj tim na sledeći veliki događaj. Tim će biti neverovatno motivisan. Ova motivacija takođe često daje trenutne rezultate. Vidimo kako ovo malo ulaganje vremena zapravo može dati čak 80% rezultata u poslu. Na događajima se rađaju snovi i donose se odluke da se posveti poslovanju. Zato ne propustite sledeći događaj. Ne zaboravite da promovirate sve uzbudljive kampanje koje Zinzino pokreće pre i posle događaja.

Pogledajte kalendar na stranici zinzino.com i unesite datume u svoj planer.



KAKO PROMOVISATI DOGAĐAJE:

- 1 **Najaviti** vreme i mesto događaja. Uverite se da je Vaš tim to zapisao kako bi vreme bilo rezervisano i ništa Vam ne bi moglo stati na put.
- 2 Objasnite zašto je važno doći na događaj. Šta će se učiti? Ko je glavni govornik? Važno je biti tu za svoj tim. Dobijate edukaciju koja Vam je potrebna. Obavezno je ako želite da postignete veliki uspeh.
- 3 **Promovisanje** je predstavljanje osećanja. Važno je razumeti da ako promovisemo bez objašnjenja razloga, to može lako biti preuveličano i izgledati kao „hajp“. Ako postanemo bolji u promociji, ljudi žele da dolaze na događaje.
- 4 **Prodaja karata.** Ako ljudi ne mogu da plate odmah, dogovorite se kako i kada mogu da plate.

VAŠA GRUPA NIJE VEĆA OD ONIH KOJI SE POJAVLJUJU NA DOGAĐAJIMA

Jedan od najvažnijih mernih uređaja da vidite kako se Vaša grupa širi jeste da vidite kako se broj učesnika događajima sa vremenom povećava. Grupa koja posećuje događaje je srž Vašeg rada. Na događajima dobijamo informacije, inspiraciju i veru za preduzimanje sledećih koraka. Preporučujemo Vam da ciljeve postavljate od jednog do drugog događaja.



*„Radite više na sebi nego
na svom poslu...”*

Džim Ron

GoCore

GoCore je naš interni obrazovni program za liderstvo kojem imate pristup preko aplikacije GoCore. Ako razvijete naviku učenja, Vaš posao će nastaviti da raste.

TRENIRANJE

Preporučujemo Vam da jednom mesečno sednete sa nekim od Vaših Nadređenih ko Vam može pomoći da pregledate vaše aktivnosti i rezultate i kao i da Vam pomogne na putu da nastavite da razvijate svoje poslovanje. Što se to sistematičnije radi, lakše je proveriti i prilagoditi napredovanju na putu.

TRENER POKRIVA 4 OBLASTI:

1

AKTIVNOST

2

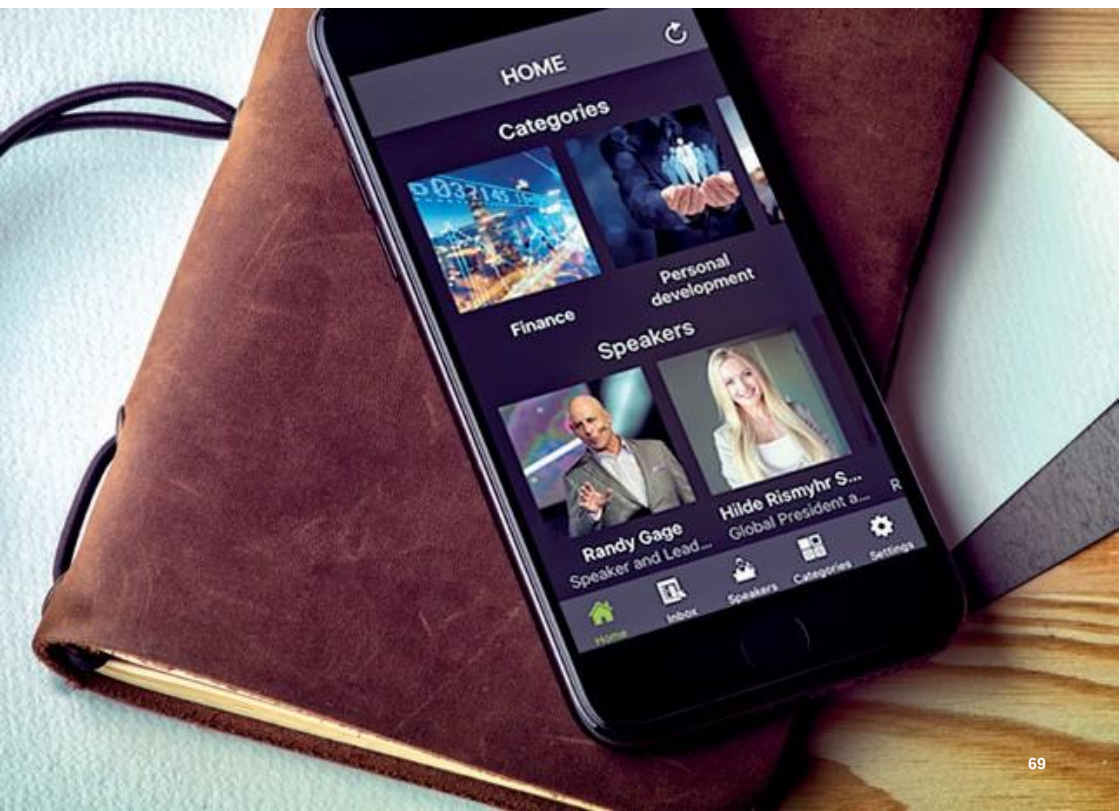
PROIZVODNJA

3

SISTEM

4

NASLOV



Odgovaranje na pitanja

Na putu da izgradite svoj tim dobićete mnogo pitanja. Zapamtite da je to sasvim normalno i ako se setite, verovatno ste i sami imali neka od tih pitanja pre nego što ste postali Partner. Obratite pažnju na razliku između pitanja, primedbe i izgovora. Primedba je valjano pitanje, kada se na nju odgovori, pomoći će osobi da donese odluku.

Izgovor, kada se na njega odgovori, obično samo proizvodi nove izgovore. Istraživanja pokazuju da je 90% onoga što se kaže mišljenje, a 10% činjenica. Obavezno se obrazujte i naučite razliku između mišljenja i činjenica. Naše iskustvo je da je primedba često znak istinskog interesovanja za dodatna saznanja o poslovnom modelu. Malo ljudi odvoji vreme da postavlja pitanja o nečemu što ih ne zanima.

Preporučujemo da koristite pomoć svog sponzora kako biste odgovorili na pitanja na koja naiđete na svom putu. Za svako pitanje ćete izgraditi sopstvenu biblioteku znanja o tome kako da odgovorite na njega sledeći put. Iskoristite sav materijal za obuku koji imamo kako biste naučili više o profesiji mrežnog marketinga, modelu naknada, sistemu i proizvodu. Postanite majstor svoje profesije. Ako ste opušteni i upućeni, zračićete ovim samopouzdanjem i to će se pokazati u Vašim prezentacijama.



Preporuke

Da li ste jedan od onih koji smatraju da imaju ograničenu mrežu? Ne brinite. Imamo pravu stvar za Vas.

Ako se Vašem poslu pridruže novi kupci i partneri, dolazi do eksponencijalnog efekta. Vaši kontakti poznaju druge ljude koje Vi ne poznajete, koji poznaju druge itd. Kaže se da ste samo četiri koraka (ljudske veze) udaljeni od osobe sa kojom želite da budete u kontaktu.

Probajte sami. To je neverovatno ali istinito. Društveni mediji poput fejsbuka, tvitera i drugih učinili su svet manjim, a mogućnost da stupite u kontakt sa više ljudi većom.

Naučićemo Vas kako da pomognete svom timu. Zajednički rad ima veliku moć i efekat. Zajedno sa Vašim timom, mogućnosti su beskrajne!

A high-angle, top-down photograph of a diverse group of people's arms and hands reaching towards the center, where they are stacked on top of each other in a circular formation. The people are wearing casual clothing like t-shirts and jeans. The background is a light blue, textured surface. The text 'T.E.A.M' is overlaid on the right side of the image.

T.E.A.M

TOGETHER. (ZAJEDNO) EVERYONE. (SVI)
ACHIEVES. (POSTIŽU) MORE. (VIŠE)

5 ključnih koraka za uspeh

1

OSMEH

Ima jedna izreka koja glasi ovako: „Nasmeši se svetu i svet će ti uzvratiti osmehom“. Poenta ovog principa jeste da će svi koje sretnete reagovati na način kako ih upoznate. Osmeh je zarazan. Besplatan je i možete ga podeliti sa svima.

2

NEKA SVAKO DOSEGNE NEKOG

Aktivno proizvodite rezultate za uspeh, morate izaći i predstaviti proizvod i poslovnu priliku. To znači da bi trebalo da planirate svoje aktivnosti svake nedelje. U proseku, preporučujemo da radite aktivno 10–15 sati nedeljno.

3

NEKA SVAKO NAUČI JEDNU OSOBU – PRATITE SISTEM

Ponavljanje i druženje su važan ključ u sistemu tima Zinzino. Važno je da učestvujete u svemu, od poslovnih prezentacija do lokalnih, regionalnih, nacionalnih i međunarodnih događaja, kao i obuke za menadžment. U početku podučavate svoj tim tako što ih dovodite na sastanke, ali u budućnosti ćete možda biti taj koji podučava sve sa scene.

4

POVEZIVANJE LJUDI – POVEŽUJTE LJUDE, 2 DNEVNO

Radimo sa umrežavanjem, što znači da povezujemo ljude. Povezivanjem svog potencijalnog partnera sa nekim iz tima Vaših nadređenih, povećavate mogućnost da oni počnu da grade posao. Kada Vaš novi partner ima kontakt sa više ljudi među Vašim nadređenima, on brže raste i napreduje. Predstavljajte se međusobno na sastancima, upriličite razgovor 3 lica putem telefona / zuma / skajpa ili koristite lične sastanke.

5

UČENJE – 30 MINUTA LIČNOG RAZVOJA SVAKI DAN

Bez plana ličnog razvoja planirate neuspeh. Ključ za veliki posao jeste da razvijete sopstveno liderstvo, prvo kod sebe, a zatim i sa drugima. Vaš cilj broj jedan uvek treba da bude da rastete i budete bolji. Slušajte program GoCore App i pročitajte knjige koje preporučuje Vaš nadređeni.

Zinzino

profesionalac

Neophodno je da planirate svoje nedelje kako biste postigli svoje ciljeve. Preporučujemo Vam da izdvojite 30–60 minuta svake nedelje kako biste isplanirali sledeću nedelju. Ako budete spremni danima unapred, moći ćete da kontrolišete svoje rezultate. Lica koja postižu najveći uspeh sa Zinzinom se fokusiraju na 3 oblasti:

1 Aktivnost daje rezultate:

Zinzino profesionalac koji radi pola radnog vremena, vodi računa o tome da ima najmanje 15 sastanaka, kao i nova izlaganja prema potencijalnim kupcima i partnerima, na mesečnom nivou. Ako radite puno radno vreme, želite da popunite svoj kalendar sa 15 sastanaka svake nedelje.

2 Imanje karte:

Uvek imate kartu za sledeći događaj ili obuku u liderstvu.

3 GoCore aplikacija:

Pratite sistem i slušate GoCore svakog meseca.



Kako biste ostvarili ovaj cilj, morate imati plan, pa razmislite o sledećem:

- ▶ U koje vreme ustajete ujutru? Kada ležete
- ▶ u krevet?
- ▶ Kakvo Vam je radno vreme na poslu?
- ▶ Šta još treba da uradite kako bi raspored odgovarao Vama i Vašoj porodici?
- ▶ Kada možete da izdvojite vreme za razvoj sopstvenog Zinzino poslovanja?

4. LIDERSTVO

Mnogi bi to želeli da dobiju, ali malo ko je spreman da uradi ono što je potrebno. Svi smo čuli za dete koje sanja da igra na Svetskom prvenstvu. Ove misli izražavaju želju za uspehom. Čak i ako to dete zaista želi da postigne svoj cilj, možda neće na kraju učiniti ono što je potrebno da ga postigne. Na kraju bi moglo jednostavno da odustane od svojih snova o tome da bude fudbalska zvezda.

U Zinzinu verujemo da se uspeh gradi na dobrim navikama. Zovemo ih:

Filozofija vođe Zinzino tima





Filozofija 1: Mali koraci

Na osnovu principa složene kamate, smatramo da će male radnje koje se vrše svakog

dana, prerasti u masivan posao nakon 3, 5 ili 7 godina. Iako ne možete da vidite kako drvo raste, ipak znate iz iskustva da će jednog dana,

za 40 godina, to malo drvo biti ogromno. Lični razvoj i uspeh u

Vašem poslu ne kriju se u smelim velikim skokovima, već u svim malim koracima koje preduzimate svakog dana.



Radite stvari koje želite da umnožite

Filozofija 2: Amater ili profesionalac

Profesionalci se fokusiraju na ono što donosi prihod. Na fudbalskoj utakmici reprezentacija može biti prisutno 10.000 ljudi: Njih 9.960 biće amateri koji plaćaju da uđu u arenu, a oko 40 profesionalaca će biti plaćeno da budu tamo. Svi su srećni što su tu i vide ostvarene ciljeve, ali bonus dobija igrač koji postigne gol. Profesionalni Zinzino Partner radi svakog dana u tri oblasti:

- ▶ Privlačenje ličnih i kupaca tima Razvoj ličnih
- ▶ i partnera tima
- ▶ Razvijanje vođstva u timu radi umnožavanja

Filozofija 3: Nedovoljan rad na ličnom razvoju

Ako ne sprovedite plan ličnog razvoja, završićete u ritmu pokretanja i zaustavljanja. Da li ste ikada pravili planove štednje? Da li ste jednom ili nekoliko puta iskoristili nešto od tog novca? Ovo je klasična aktivnost pokretanja i zaustavljanja. Koliko bi se Vaš novac, dobijen za diplomu, uvećao da ste ga uložili u pravi fond? Vidimo da su oni koji treniraju svoje sposobnosti ličnog razvoja bolji u praćenju i pridržavanju plana od onih koji to ne čine. Sve je u tome da će ko god bude učestvovao u trci biti na pobjedničkoj strani. To je istina bilo da se radi o maratonu, dijete, planu štednje ili izgradnji biznisa. Količina vremena koja Vam je potrebna da stignete nije od ključnog značaja. Najvažnije je stići do cilja.

Filozofija 4: Male pobeđe

U biblijskoj priči o Davidu i Golijatu, David je prvo ubio lava koristeći svoju pračku. Istom pračkom pobeđuje i u borbi protiv medveda. Kada dođe u vojni logor gde Izraelci ratuju sa Filistejcima, on saznaje za priliku za osvajanje velike količine zlata, princeze i oslobođanje od poreza za svoju porodicu. To mu daje motivaciju da se bori protiv Golijata.

Najverovatnije je uplašen, ali gradi svoje samopouzdanje razmišljajući o dve prethodne pobeđe podsećajući se veštine rukovanja pračkom.

To mu daje hrabrost da se sretne sa Golijatom u borbi. Pobeđuje i zauvek ulazi u legendu.

Ostvarujući male ciljeve u našem velikom planu gradimo poverenje u sebe. Mala dostignuća prilagođavaju naše veštine i pripremaju nas za veće zadatke. Umesto da tražimo velikog kupca koji želi 10 pretplata, tražimo jednog privatnog kupca nedeljno. Kada budemo imali 25 kupaca, onda možemo ići za većom ribom. Drugačije rečeno: „Male pobeđe” su kao „jedenje slona, jedan po jedan zaloga”.

Filozofija 5:

Veliki posao : Mali posao

Ako zaista želite brz uspeh, trebalo bi da se klonite zamke „velikog posla”. Potraga za jednim kupcem koji će generisati ogroman obim ili vrhunskim partnerom koji će upisati 100 partnera tokom svoje prve godine neće vas odvesti nikuda. U Zinzinu, Veliki posao je mnogo malih poslova zajedno. Kada izgradite svoj tim, možete brzo pronaći 100 kupaca. A Partner koji sponzoruje 2 koji sponzoriraju 2 koji sponzoriraju 2 koji sponzoriraju 2 obično je bolji od jednog koji sponzoriraju 100 prvog meseca. Umrežavanje je pomoć vašim partnerima da preduzmu male korake koji mogu biti duplirani od strane velikog broja partnera.

Ako poznajete nekoga ko poseduje veliku firmu ili nekoga ko je veliki lider u umrežavanju, preporučujemo Vam da kontaktirate te osobe pored

rada korak po korak sa kontaktima sa Vaše liste. Finansijski uspeh u Zinzinu dolazi od toga što se velika grupa ljudi navede da radi nekoliko jednostavnih stvari iznova i iznova tokom dugog vremenskog perioda.

Filozofija 6:

Verujte u veću moć – timski sistem

Dupliranje nije uvek lako. Tako jako želimo da učimo i pričamo, ali jedan od ključeva uspeha jeste da odvedemo ljude od Vas u sistem u kome svako može da nauči više. Ako Vam se usne pomeraju, bićete superzvezda od koje svi zavise. U nekom trenutku nećete imati vremena da nastavite da razvijate tim i tim prestaje da raste. Umesto toga, cilj je da se partnerima pokaže šta treba da urade sami. Radite stvari koje želite da vidite duplirane. 80% svog vremena trebalo bi da iskoristite za nove poslove, 20% za brigu o vašem postojećem poslu.

Filozofija 7:

Radi pametno, ne puno

Ne radi se o tome koliko sati radite, već o tome koje alate koristite. Da ste imali priliku da radite posao u kojem biste mogli da dobijete hiljadu dolara da pomerite gomilu zemlje i da birate između upotrebe lopate i kolica ili traktora sa prednjim utovarom, bilo bi pametnije koristiti veću mašinu i to učiniti za nekoliko sati, umesto da provedete dan ili dva koristeći samo ruke. Ista stvar je i sa timskim sistemom. Ako ne pratite sistem, moraćete sami da uradite sav posao. Ali kada koristite sastanke i materijale, nateraćete druge da rade posao sa Vama. Uskoro ste završili sa uputstvom za pokretanje. Ako naporno radite, izlazićete i održavati sastanke sa svima na kojima ćete objasniti i promovisati ono što ste pročitali. Ako radite pametno, daćete ovu knjigu svima u svom timu i dogovoriti se sa njima kada je treba da je pročitaju. Oni koji rade pametno imaće i više ljudi u sistemu i na Događajima.

Filozofija 8: Izgradite kulturu

Kultura nije ono što vidimo, ona je ono što jesmo. Mi uvek reprodukujemo ono što jesmo; kultura uvek pobeđuje. Jezici su dobar primer za to. Recimo da vam je dat tim od deset ljudi i neograničen budžet da navedete sve ljude koji govore francuski jezik u Parizu da prekinu da govode

francuski i počnu da govore engleski. Kako bi se stvari odvijale? Pa, pre nego što bi prvi Francuz počeo da govori engleski, ceo vaš tim od 10 ljudi bi naučio francuski. Francuska kultura je jača od engleske u Parizu, tako da je ishod unapred određen. Vaš Zinzino posao je isti.

Saveti za izgradnju kulture:

- 1 Pripovedači su dobri u izgradnji kulture. Pokušajte da odgovorite na pitanja pričajući priču. Lako ih je zapamtiti i prepričati drugima. Uvek nas motivišu priče o ljudima koji su uspešni.
- 2 Recite istinu, ali budite pametni. Ljudi mogu da podnesu istinu čak i ako to saznanje boli. Na duge staze, to gradi poverenje, poštovanje i karakter.
- 3 Obratite pažnju kada ljudi rade pravu stvar i ukažite im priznanje za to. Ovo će ojačati njihovu pozitivnu stranu. Uradite to kada su drugi prisutni.
- 4 Pozitivan stav. Uvek gledajte stvari u najboljem svetlu. Prvog dana poslovanja FedEx-a poslato je 157 paketa, 7 je stiglo na odredište, od kojih su 5 bili probni paketi. Tada je osnivač, Fred Smit, rekao sledeće: "Uspeli smo! Sada samo treba da poboljšamo brojke!"
- 5 Recite im o snovima koje imate za svoj tim. Mnogi se plaše da izađu u nepoznato čak i ako to znači bolji život. Svim ljudima je potrebno seme veličine u njima. Naš posao je da tom semenu damo vodu i toplinu. Svima nam trebaju ljudi kojima je stalo. Kako bismo rasli, moramo stvoriti toplo okruženje.
- 6 Podelite ono što vam je u srcu. Recite kako jeste. Nailazićemo na izazove jer ne tražimo pomoć od drugih da rešimo svoje probleme. Traženjem pomoći biće lakše doći do vrha!



*Profesionalni netvorker
se fokusira na proaktivne
radnje koje donose novac*

Filozofija 9: Lažna milost

Da li ste ikada dozvolili sebi ili nekom drugom da preskočite važan sastanak?

Prečesto bismo da rešimo probleme našeg partnera umesto da se suočimo sa njima zajedno. Mislimo da smo ljubazni, ali u stvarnosti im uskraćujemo šansu da uspeju. Mislimo da štedeći novac potrošen na male kupovine ili Auto-narudžbine, oni štede novac kako bi brže ostvarili uspeh. Često im dozvoljavamo da se ne pojave na nekom događaju jer to ne mogu priuštiti ili nemaju vremena. Sve je ovo lažna milost. U stvarnosti, oduzimate im šanse za uspeh. Uspeh se nikada ne prodaje. Kako bi Vaši partneri uspeali, moraju da prođu kroz isto što i svi drugi koji su uspeali pre njih i moraju da prate

ceo sistem. Ako zaista želite da Vaš tim uspe, Vaš je posao da im kažete šta treba da urade i inspirišete ih da to urade.

Filozofija 10: Budite putokaz

Kod liderstvo se sve svodi na onoga koji predvodi primerom koji daje. Imamo tim koji kaže: Nikada nećemo tražiti od nekoga da uradi nešto što nismo voljni da uradimo ili što već nismo uradili. Kada ljudi vide Vaš primer znaju da ste ispred njih pokazujući im način da urade sve što Vi želite. Dakle, u svim situacijama, Vaš je posao da pokažete putokaz celoj Vašoj organizaciji. To će doneti poverenje, poštovanje i uspeh.



Filozofija 11: Tipovi ličnosti

Prilikom rada sa Zinzinom, srećemo različite tipove ličnosti. Ponekad je dobro znati koje su razlike kako biste svoju komunikaciju prilagodili različitim ljudima koje srećete umesto da se oni prilagođavaju Vašem stilu. Da bismo pojednostavili razumevanje ovoga, učimo različite tipove ličnosti u 4 boje, što se naziva „Načinom Toma 'Big Al' Šrajtera”.

. G. Šrajter je poznat i uspešan govornik u našoj struci i decenijama predaje na ovu temu, u vezi sa mrežnim marketingom. Naravno, i Vi i Vaši potencijalni kupci ste kombinacija ovih boja, a ne „samo jedna od njih”, ali obično imamo jednu dominantnu boju i jednu sekundarnu boju. Poslušajte audio datoteku „Test ličnosti – koje ste boje” sa Tomom „Big Al” Šrajterom u aplikaciji GoCore kako biste saznali više.

CRVENA



Kontrolor i takmičarska ličnost

PLAVA



Zabavna i društvena ličnost

ZELENA



Analitička ličnost

ŽUTA



Brižna ličnost

Boje ličnosti

KONTROLOR I KONKURENTNA LIČNOST:

(Formalni - Dominantni) Crvene ličnosti su dominantne i vole da se takmiče. Obično im se dopada činjenica da drugi ljudi rade za njih i da imaju ulogu šefa ili lidera u timu. Novac i uspeh su često jaki motivacioni faktori, pa je savet da im rano pokažete koje finansijske mogućnosti su prisutne u poslu. Često vole da pokažu koliko su uspešni i ponekad ih se može doživljavati kao arogantne, površne i pomalo bezobzirne. U isto vreme, oni su orijentisani na zadatke i veoma vođeni rezultatima, a posao obavljaju uspešno.

ZABAVNA I DRUŠTVENA LIČNOST:

(Neformalni - Dominantni) Plave ličnosti vole zabave, razonodu i avanturu. Često vole da budu u centru pažnje i da „sve oči“ budu uprte u njih. Ne vole detalje i lako se umaraju od previše činjenica i organizacije. Oni su tipično „narodski ljudi“, obično imaju veliku mrežu prijatelja i nemaju problema da upoznaju druge ljude. Motivise ih novac, ali više od toga koliko se mogu zabaviti dok rade. Oni žele rezultate sada, a ne u budućnosti – po mogućnosti juče!

ANALITIČKA LIČNOST:

(Formalni - Tok) Zelene ličnosti vole strukturu, činjenice i detalje. Obično imaju mnogo pitanja i obično žele puno informacija pre nego što donesu odluku. Veoma su analitični i više vole previše informacija nego premalo. Retko se priključuju poslu na prvom sastanku, već im je potrebno vreme za razmišljanje i obično mnogo naknadnih sastanaka pre nego što odluče. Često se u početku doživljavaju kao malo rezervisani, ali su neverovatno lojalni kada se obavežu.

BRIŽNA LIČNOST:

(Neformalni - Tok) Ove ličnosti VOLE da rade u timu i više vole da rade stvari zajedno sa drugim ljudima nego da rade same. Odnosi su izuzetno važni i oni nemaju problema sa „dodatnim korakom“ kako bi pomogli nekom drugom da uspe. Obično će učiniti mnogo više da pomognu drugima da uspeju nego što će se baviti svojim uspehom. Oni ne vole sukobe i više vole da ih svi vole. Obično biraju brižne profesije i obraćaju veliku pažnju na svoja i tuđa osećanja. Zdravlje, porodica i bezbednost su često najviši prioritet. Oni su lojalni i izuzetno dobri u podršci svom timu.



Filozofija 12: Odajte priznanje

Da li ste ikada primetili da neki ljudi „rade do iznemoglosti“ kako bi dobili neko priznanje za svoja dostignuća? Za mnoge je ovo glavna nagrada. „Bebe plaču zbog toga, a odrasli muškarci umiru zbog toga“. Bez obzira ko ste ili koliko ste skromni, priznanje donosi dobar osećaj. Neko kaže; Dobro odrađeno! Vi se osećate dobro. Dobijate nagradu nakon mnogo truda. Osećate se veoma dobro.

Svi imamo potrebu da naš učinak bude viđen i prepoznat, tako da je primanje i davanje priznanja našim podređenima i nadređenima za dobar učinak jedan od osnovnih elemenata za izgradnju dobre kulture u timu. Međutim čudno je da su ljudi retko naviknuti da primaju priznanja i zato je veština davanja priznanja često nešto što moramo da naučimo kada gradimo naš tim. Prirodno, mnogi ljudi

su dobri u uočavanju onoga što nije tako dobro i spominjanju toga, ali kada su u pitanju dobri rezultati, sjajan rad i sati provedeni u poslu ponekad to uzimamo zdravo za gotovo.

Rendi Gejdž, trener koji se bavi prosperitetom i mrežnim marketingom, obično kaže „Mrežni marketing ne bavi se onim što funkcioniše. Tu je bitno ono što se duplira“. Ovo je dobro poznata činjenica u našoj struci. Bilo da su u pitanju Vaši rezultati, sponzorisani kontakti, koliko sati radite ili kako odajete priznanje. Ono što radite se duplira. Ako odate priznanje svom timu, oni će odati priznanje svom timu. Ako odate priznanje svom nadređenom, Vaš tim će odati priznanje vama. Pobrinite se da postavite pravi standard u svom timu i budite velikodušni u svojim priznanjima. U isto vreme kada se setite da budete iskreni, iskreni i poštjeni u vezi sa povratnim informacijama koje dajete, pomoći ćete ljudima oko sebe da rastu.



Filozofija 13: Budite ponosni

Nije uvek lako posmatrati sebe kao uspešnu osobu. Vodeći trener, Patrick H. Din sa više od 30 godina iskustva, kaže da obično postoje dve stvari koje nas sprečavaju da uspemo:

- 1. Neko veruje da prilike u životu nisu pravedno raspoređene.**
- 2. Šta drugi ljudi misle o onome što radite.**

Uzmite prazan komad papira i napišite zašto ste ponosni što radite sa Zinzinom. Ovo će Vam pomoći da pobedite svoj strah o tome šta drugi ljudi misle. U Zinzinu je prilika za sve jednaka.

Filozofija 14: Aktivne osobe zarađuju najviše novca

Nećete postići velike rezultate ako budete pasivni. Oni koji preuzmu odgovornost zaradiće više.

Kada ste aktivni, podučavate tim koji raste. To je cilj. Sada ste poslovni lider i dupliranje može da počne.

Moć snova

Autor i govornik Norman Vinsent Pil je jednom prilikom rekao: „Kako biste postigli nešto značajno, potrebno vam je malo mašte i veliki san.“ Prvi korak u izgradnji velikog i profitabilnog posla je da razumete zašto to radite. Imati čvrst razlog zašto je važnije od nego razumeti kako. Ova brošura Vam je dala najvažnije delove veština koje su vam potrebne kako biste razvili sopstveno Zinzino poslovanje. Tek nekoliko profesija uči šta se krije iza reči san. Umesto toga, one govore o ciljevima, svrsi, strategijama i standardima. Većina ljudi bi se složila da reč san zvuči pomalo nejasno. Postoji

mnogo nivoa snova. Najčešći su materijalni snovi. Postoje i očigledni snovi koji sežu dublje i daju smisao životu. Pored toga, postoje i snovi o ličnoj viziji, da se ostavi nasleđe i istorija za buduća pokolenja. Ako je san veliki ili mali, suvišan ili dubok, važan je efekat koji prenosi na osobu koja sanja taj san. San će privući pažnju i dominirati mislima. Ako ne shvatate snagu snova i kako oni mogu u velikoj meri da utiču na učinak postignuća ljudi, propuštate jedan od najvećih životnih darova.



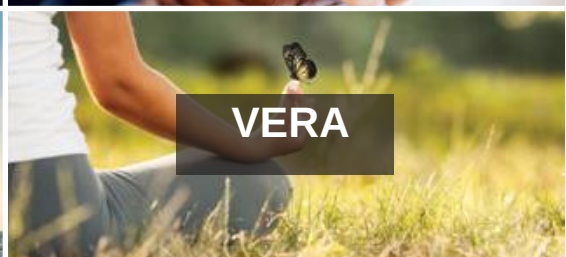
Kako biste pomogli sebi da identifikujete svoje snove i ostvarite rezultate, uzmite olovku i odgovorite na sledeća pitanja. Iskoristite vreme za pomoć, zabavite se i malo sanjajte!

1. Šta biste uradili da ste unapred znali da ne možete da propadnete?

(Drugim rečima, šta biste uradili kada bi Vam uspeh bio garantovan?)

2. Kakav bi bio vaš život za 5 godina da možete sami da ga oblikujete?

Odgovorite na pitanje ako je sledećih 6 kategorija:



A full-page photograph of a female sprinter in a starting crouch on a track. She is wearing a dark singlet and shorts, with her hair in a ponytail. She is positioned in the center of the frame, leaning forward with her hands on the ground and feet on starting blocks. The background shows a clear blue sky and a blurred cityscape. The sun is low on the left, creating a strong lens flare and illuminating the scene with a warm, golden light. The overall mood is one of intense focus and readiness for a race.

Priprema,

3. Šta ste voleli da radite kao dete a želeli da nastavite da radite kao odrasla osoba?

Kako biste voleli da vas pamte?

Postoje stotine pitanja koja se mogu koristiti za identifikovanje snova koje imate, ali dobar početak može biti da provedete neko vreme odgovarajući na pitanja iznad.

SNOVI NISU FANTAZIRANJA

Ovde je važno da Vas upozorimo. Mnogo puta vidimo da Partneri pišu dugačke liste stvari koje „žele“. Pričaju o ogromnim kućama, skupim automobilima, neverovatnim putovanjima u slobodno vreme, luksuznoj odeći i vremenu sa svojom porodicom. Pričaju o kupovini sopstvenog mlaznjaka, ogromnih jahti, putovanjima na Mesec i afričkim safarijima. Ali kada je u pitanju obavljanje posla potrebnog za dobijanje ovih stvari, oni bi radije ostali na kauču tražeći izgovore. Ovi Partneri nisu sanjari, oni su upravo napravili listu fantazija. To nije ono na šta mislimo kada govorimo o sanjanju. Pravljenje liste svih fantastičnih stvari koje biste mogli da poželite uopšte nije motivišuće.

Ono što podrazumevamo pod sanjanjem je pronalaženje nečega što se obraća srcu, nečega što emocionalno možete osetiti i dodirnuti. To je nešto o čemu razmišljate dan i noć, nešto što Vam daje energiju da se brinete o radnim zadacima na dnevnom nivou i daje Vam disciplinu da ostanete u trci dok ne završite.

SNOVI NISU BESPLATNI

Snovi su dragoceni. Snovi su moćni. Ali snovi nisu besplatni. Zaista veliki san od vas zahteva da se žrtvujete kako biste platili cenu za njegovo postizanje. Dakle, kada identifikujete šta je vaš san, takođe je važno da razumete šta morate da uradite ako želite da se ostvari. „Nikada nećete dobiti nešto za ništa“.

Ovo važi i za Vaše Zinzino posao. Moraće da se radi. Biće obaveza. Naučićete nove stvari. Dakle, da biste ostvarili svoj san, morate proširiti svoju zonu udobnosti, malo se prostegnuti i usuditi se da vam bude malo neprijatno.

Na kraju, važno je istaći da posao i obaveze ne postoje kako bi poslovanje bilo uspešnije već zbog Vaših snova. Kompanija je samo alat koji Vas vodi do ostvarenja tog sna. Ne kupujemo auto samo zato što želimo da vozimo taj auto. Kupujemo ga da bismo došli do određenog mesta. Kao sekundarni prioritet, želimo da auto bude zabavan za vožnju, želimo da odlično izgleda, da ima dobar motor i da bude brz. Isto je sa Zinzinom. Osmišljen je tako da nam pomogne da ostvarimo svoje snove. Na putu ćemo se zabaviti, ali najvažnije je što će vam to pomoći da ostvarite svoje snove. Biće potrebno mnogo rada, ili će se taj rad isplatiti, pošto ste Vi i Vaši snovi vredni toga.

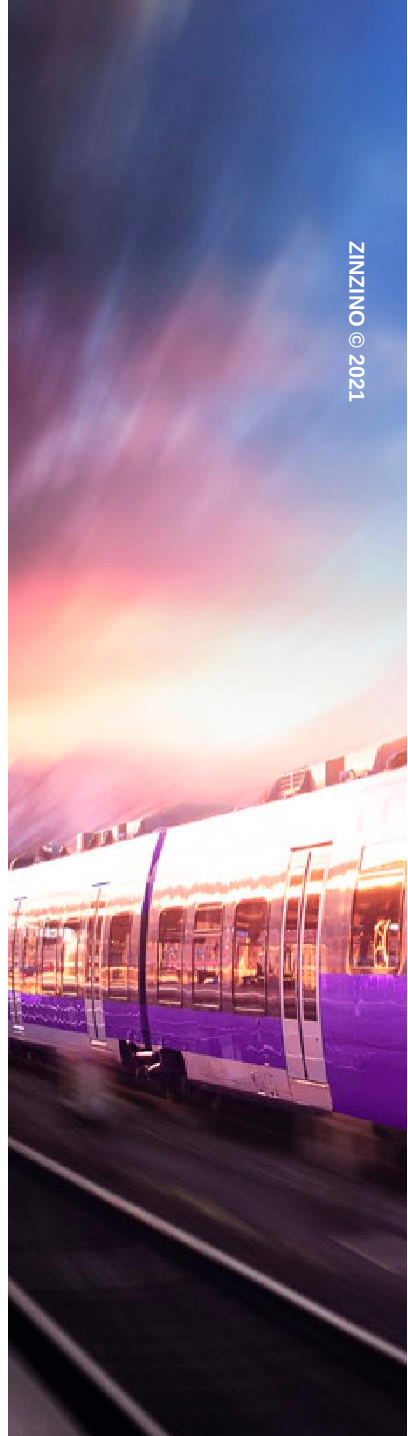
Unapred se radujemo saradnji sa vama i vašim timom i zajedničkom uživanju u našem fantastičnom putovanju!

pozor, sad!

ZINZINO

INSPIRE CHANGE IN LIFE

ZINZINO © 2021



ZINZINO.COM

Veb-sajt:
www.teamzinzino.com
www.zinzino.tv
© Zinzino