HET

Geheugensteuntje

Het Geheugensteuntje

Als mensen beginnen na te denken over het doen van aanbevelingsmarketing of netwerkmarketing dan is vaak een van hun grootste vragen: “Ken ik wel mensen?” En veel vaker hoor ik het als een statement: “Ik ken niemand die dit wil”. Ik herken dit wel. Wie moet ik vragen? Wie zou dit willen? Het zijn allemaal vragen die eigenlijk gaan over of “Kan ik dit wel?” of “Ik wil geen nee horen!” of “Ik wil niet buiten “mijn” groep komen te staan.” of iets dergelijks. Kortom meestal gaat het niet werkelijk over of je mensen kent of niet. Het gaat over iets veel belangrijkers, namelijk over jezelf, over wie je bent, wat je kunt, wat je wil leren en wie je wil zijn. De meeste mensen hebben nog nooit eerder iets met netwerkmarketing gedaan of willen het nu op een andere manier doen. Dit betekent dat je buiten je gebaande paden gaat. Je gaat zoals dat heet buiten je comfortzone..... Dit kan niet anders. Je wilt iets anders in je leven. Daar hoort bij dat andere dingen gaat doen, dat misschien niet iedereen in je sociale omgeven staat te juichen bij dit idee (meestal willen ze je beschermen en voelt voor hun de status quo het veiligst en daarmee het fijnst) en dat je anders gaat kijken, luisteren en denken op weg naar wat voor jou belangrijk is in je leven!

Daarnaast is het zo dat als ik iemand hoor zeggen:”Ik ken niemand die dit wil!” ik denk “Oh help, zeg dat niet, de engelen of je onderbewuste of een andere bevoegde instantie luistert mee en antwoord: “Okay, dat regelen we dan zo voor je!”.....

Uit je comfortzone

Nu kun je het met me eens zijn dat je uit je comfortzone moet, maar we hoeven ook niet alles zomaar “cold turkey” te doen. Uit je comfortzone stappen is eng. Niet alleen voor jou. Dat is het voor iedereen. Ik ervaar het zelf elke dag. De angst giert regelmatig door mijn lijf. Ik heb het er niet zo vaak over want daar wordt het niet beter van, maar het is wel zo.

Gelukkig zijn er een aantal zaken die je kunnen helpen om die angst te managen. En één van die dingen is het maken van een oneindige namenlijst!

Toen ik net begon met netwerkmarketing dacht ik: “Oh, ik ga die vragen. Die heeft een groot netwerk of die heeft een goed zakelijk inzicht of die houdt zich bezig met gezondheid. Die gaat dit doen en dan groeit mijn organisatie daardoor naar ongekende hoogten.” Kortom ik bouwde een heel imperium op 1 persoon die ik in mijn hoofd had... Je kunt wel raden dat toen ik deze persoon sprak en nee te horen kreeg ik niet alleen van mijn stoel viel van verbazing, maar dat ik ook mijn hele imperium zag slinken naar niks en ik mij niet veel waard voelde. Je kunt je misschien ook voorstellen dat dit weer een drempel opwierp om iemand

anders te vertellen over de mogelijkheden. En ik had maar 1 of 2 mensen in mijn hoofd. Wie moest ik nu spreken?

Veel gemakkelijker werd het toen ik een namenlijst ging maken. Ik schreef een stuk of 30 namen op en ik begon ze te bellen en uit te nodigen. Dit ging hardstikke goed, maar al snel zag ik mijn lijst opraken en werden mijn telefoontjes weer steeds spannender. Want wat als deze ook niet naar de bijeenkomst wil komen, dan heb ik er nog maar 5, en dan 4, 3, 2 HELP!!! De lijst is op..... En de laatste 5 gesprekken waren vol onzekerheid en angst voor nee en falen en wat nu.....

Gelukkig heb ik goede mentoren en hun advies heeft mij enorm geholpen. Mijn volgende stap heeft gemaakt dat ik nooit meer zonder mensen ben om mee te praten over wat er in mijn hart leeft en wat ik wil bereiken voor mezelf, mijn gezin, de wereld en wat ik voor mogelijkheid voor hen heb. Ik heb mijn namenlijst oneindig gemaakt. Ik ben begonnen met 300 mensen op mijn namenlijst te zetten en ik voeg daar elke dag mensen aan toe. Ik kom mensen tegen en ik vind mensen via social media enz. Dit heeft mijn geholpen om rustig met mensen te praten en te onderzoeken of mijn idee voor hen op dit moment in hun leven een goed plan is. Zonder druk. Het levert hele open, fijne gesprekken op en vaak ook de start van een samenwerking. En ik ben een stuk minder nerveus als ik iemand contact!

Namenlijst

Hoe maak je een namenlijst van 300+ mensen?

Stap 1 Maak je een lijst en zet iedereen erop waar je aan denkt. Het maakt niet uit of je denkt dat ze ook netwerkmarketing willen doen of een product gebruiken. Jouw database is een van je belangrijkste bezittingen. Iedereen gaat op je lijst.

Als ze negatief zijn, zet ze op je lijst. Als je een hekel aan ze hebt, zet ze op je lijst. Als het je beste vriendin is, zet haar op je lijst. Als ze gezegd hebben dat ze nooit iets met netwerkmarketing willen, zet ze op je lijst. Als ze 98 jaar zijn, zet ze op je lijst als je 18 zijn, zet ze op je lijst.

Het is belangrijk om dit te doen. Als je je hoofd leeg maakt door de namen die er in je opkomen, no mather what, op je lijst te schrijven maak je ruimte voor nieuwe mensen. Bijvoorbeeld: Als je je neef opschrijft begin je te denken over de circel van mensen rondom je neef enz.

Al deze mensen komen in je op als je je lijst meer en meer uitbreidt. Denk aan alles. Alle organisaties waar je mee te maken hebt gehad, elke groep waar je deel van

uitgemaakt hebt, alles wat je ooit gedaan hebt. Als je dit goed doet kom je gemakkelijk aan een lijst van honderden, misschien wel duizenden mensen.

Stap 2 De tweede cirkel.
Stap 2 is dat je kijkt naar je lijst en dat je denkt aan de mensen die zij kennen. Er is een goede kans dat jij ze ook kent. Denk aan famillieleden en aan wie zij kennen en zet ze op je lijst. Denk aan je vrienden en wie zij kennen. Zet ze op je lijst. Denk aan al de relaties in je leven en aan wie zij kennen. Zet ze op je lijst. Maak je nog even geen zorgen over wat je gaat doen met deze lijst. Daar hebben we het straks wel over. Ga gewoon door met je lijst maken.

Stap 3 Breid je lijst steeds uit.
Dit is waarom professionals dit een actieve namenlijst noemen. Hij blijft groeien. Voeg elke dag 2 mensen aan je namenlijst toe en vind een creatieve manier om met ze in contact te blijven. Social media is echt handig voor.

Dit is echt een kernvaardigheid van het "nieuwe" vak dat je hebt gekozen. Het is niet moeilijk. Je ontmoet dagelijks mensen. Je hoeft ze alleen maar op je lijst te zetten. Mensen die je via social media leert kennen. Of mensen waar je zaken mee doet. Zet ze allemaal op je lijst. Je zult een groter gewaar zijn van de wereld om je heen ontwikkelen. En je zult merken dat je de hele dag met nieuwe mensen in aanraking komt.

Stel je voor dat je elke dag 2 mensen aan je lijst toevoegt. Als je dat 6 dagen per week doet dan zijn dat 624 mensen per jaar. Na 5 jaar zijn dat er 3120 mensen. Op deze manier hoef je nooit bang te zijn dat je niemand meer hebt om mee te praten.

Het is gemakkelijk om de vergissing te begaan om iedereen die je tegen komt je mogelijkheid aan te bieden. Om ze meteen uit te nodigen en/of in te schrijven. Dit is niet wat ik bedoel. Het kan goed gaan als je eerst werkelijk contact maakt vanuit je hart met de persoon. Pas als die verbinding er is (en sommige mensen kunnen die verbinding echt snel maken) zijn mensen open genoeg om te laten zien waar ze echt mee zitten en kun jij zien/horen of je ze op dit moment werkelijk kunt helpen met wat jij te bieden hebt. Kun je dit niet zo snel of is de situatie er niet naar, zet ze dan gewoon op je lijst en ontwikkel het contact en de verbinding. En als de tijd daar is dat jouw mogelijkheid passend is voor hen in hun leven dan vertel je... Ik heb misschien iets voor je dat je zou kunnen helpen bij.....

Step 4 Doelbewust netwerken.
Professionals netwerken doelbewust. Het is echt lastig om nieuwe mensen te ontmoeten als je je in je huis verstopt. Hoewel ik eens een verhaal gehoord heb van een vrouw met straatvrees die vanaf haar balkon een buschauffeur heeft verleid..... Waar een wil is is een weg!

Maar voor de rest maak je het jezelf een stuk gemakkelijker als je de deur uitgaat. Doe leuke dingen. Ga naar een nieuwe sportschool of neem een leuke hobby. Doe vrijwilligerswerk en ga naar plekken waar je nieuwe mensen kunt ontmoeten. Nederland is het land van verenigingen. Er is voor elk onderwerp een vereniging. En we hebben tegenwoordig echt een enorme berg netwerkbijeenkomsten waar je naar toe kunt. Als je wil kun je de hele week van 'smorgens tot 'savonds naar netwerkkoffies, -borrels of -etentjes! Kijk op internet voor ideeën. Het is leuk om te doen en je ontmoet er de meest geweldige mensen.

Vergeet niet dat jij iets in handen hebt waarmee je de levenskwaliteit van honderden mensen kunt verbeteren. Je kunt echt het vertrouwen hebben dat als je op pad gaat, hoe en waar dan ook, de juiste mensen je pad zullen kruisen. Soms hebben ze iets voor jou. Een lach of een les of iets ertussenin. En soms heb jij iets voor hen.

Instructies

Je kunt dit werkboek als volgt gebruiken. Maak eerst je actieve namenlijst door alle caregorieën in het geheugensteuntje langs te gaan en de namen die daarbij in je op komen op te schrijven.

Als je dit hebt gedaan, je bent er eigenlijk nooit mee klaar, kun je de mensen in verschillende categorieën indelen zoals hieronder beschreven. Dit is handig voor als je er mee aan de slag wil. Hier is de indeling:

1 Hot contacten lijst. Dit zijn familieleden en nabije vrienden.
2 Lijst met mensen die in de producten geinteresseerd zouden kunnen zijn.
3 Lijst met mensen waar je de directe benadering bij gebruikt
4 Lijst met mensen waar je de indirecte benadering bij gebruikt
5 Lijst met mensen waarbij je de super indirecte benadering gebruikt

Aan het einde van het boekje vind je manieren om uit te nodigen en zal je de bovenstaande termen duidelijke worden. De vormen van uitnodigen zijn beproefd en zorgen er niet alleen voor dat je succes hebt, maar ook dat je relaties levendig en gezond blijven.

Nog even een aandachtspuntje. Als je je lijst maakt probeer je dan niet te laten leiden door vooroordelen zoals: Die gaat het toch niet doen, of zo. Zet gewoon iedereen op de lijst.

Geheugensteuntje

Dit geheugensteuntje helpt je om je namenlijst te vullen. Zodat je lekker van start kan met je netwerkmarketing business.

Leden van je eigen familie
Vader en moeder
Schoonvader en schoonmoeder
Grootouders
Kinderen
Broers en zussen
Tantes en ooms
Nichten en neven

Lijsten die je nu al hebt
Je adresboek
Emailadressen lijst
Telefooncontacten
Vakantie kaartenlijst
Trouwerij uitnodigingenlijst
Kinderverjaardag uitnodigingenlijst
Visitekaartenlijst
Social media
- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Skype
- Other

Je meest dichtbije vrienden en mensen die je regelmatig ziet
Vrienden en buren
Mensen met wie je werkt
Kerkleden
Hobbyvrienden
Camping vrienden
Dansles maatjes
Tekenles
Voetbalvrienden
Vis maatjes
Jaag vrienden
Karate buddies
Zangles collega's
Beeldhouwen
Houtbewerkingsvrienden
Sport maatjes
Mensen met wie je:
naar de bowling gaat
Voetbalt
Golft
Squasht
Tennist
Volleybalt
of welk spel dan ook speelt!

Mensen met wie je zaken doet
Automonteur
Boekhouder
Bankbeambte
Kinder oppas
Autoverkoper
Tandarts (ook die van je kinderen)
Dokter (ook die van je kinderen)
Stomerij
Supermarkt kassa juf
Tankbediende
Kapper
Schoonmaakster
Verzekeringsagent
Advocaat
Verkopers
Apotheker
Makelaar
Reisbureau agent

Wie is mijn
Atchitect
Buschauffeur
Bakker/slager

Computertechneut
Vrienden van je kinderen/ouders
Chiropractor
Clubleden
Koerier
Pizzajongen
Brandweerman
Bloemist
Juwelier
Lease agent
Postbode
Pastoor of voorganger en vrouw
Hondentrimmer
Fotograaf
Politie
Huiseigenaar
Sportteamleden, ook die van kinderen
Kleermaker
Dierenarts
Seerveerster
Barman

Met wie heb ik in het verleden te maken gehad

Vroegere coach
Vroegere collega's
Vroegere kamergenootjes
Vroegere leraren
Uit mijn geboorte stad
Vroegere buren
Militaire dienst maten
Gepensioneerde collega's
Vroegere klasgenoten, schoolbank.nl
Vroegere baas

Wie verkocht mij mijn

Boot
Camper/Caravan
Visitekaartjes
Auto/vrachtwagen
Computer
Telefoon
Vaatwasser/wasmachine
Vislicentie
Uitrusting/voorraad
Meubelen
Bril/contactlenzen
Huis
Jachtlicentie
Koelkast
Banden en autoonderdelen
Tv/stereo
Stofzuiger
Trouwspullen

Ik ken mensen die

Actief naar een part time baan zoeken
Ambitieus zijn
Enhousiast zijn
Ondernemend zijn
Zorgzaam zijn
Winnaars zijn
Leuk en vriendelijk zijn
Fondsen wervers zijn
Doelgericht zijn
Natuurlijke leiders zijn
Georganiseerd zijn
Positief denken
Intrinsiek gemotiveerd zijn
Alleenstaande moeder/vader zijn
Team players zijn
Ouders van vrienden van je kinderen
Misschien geinteresseerd zijn in ons product
Een hekel aan hun baan hebben
In netwerkmarketing hebben gewerkt
Karakter hebben en integer zijn
Studerende kinderen hebben
Digitale vaardigheden hebben
Een gevaarlijke baan hebben
Wensen en een drive hebben
Een mooie lach hebben
Schulden hebben
Goeie sprekers zijn
Net getrouwd zijn

Net afgestudeert zijn
Net hun een baby hebben
Net ontslagen zijn
Van een uitdaging houden
Graag nieuwe dingen leren
Hun partner willen helpen om met pensioen te gaan
Meer geld willen verdienen
Meer tijd met hun familie willen
Voor zichzelf willen werken
Die persoonlijke ontwikkelingstrainingen volgen
Die net een nieuw huis of nieuwe auto hebben gekocht
Die graag in gezelschap van energieke mensen zijn
Die een nieuwe auto of een nieuw huis nodig hebben
Die boeken lezen over persoonlijke ontwikkeling en succes
Waar je het meeste van houdt
Die nu je vrienden zijn
Die vrijheid willen
Die graag reizen
Die te hard werken
Die 'snachts en in het weekend werken

Ik ken iemand die is

Boekhouder
Acteur
Advertentieverkoper
Architect
Stewardes
Beveiliger
Leger officier
Accupuncturist
Bakker
Bankmedewerker
Kapper
Basketbalspeler
Schoonheidspecialiste
Belegger
Aannemer
Kabel legger
Chiropractor
Consultant
Computer technicus
Kok
Danser/dansleraar
Tandarts
Dermatoloog
Ontwerper
Chauffeur taxi/bus/vrachtwagen
DJ
Dokter
Stomerij medewerker
Docent/leraar
Electricien
Tecnicus
Entertainer
Millieu wetenschapper
Boer
Film industrie medewerker
Brandweerman
Fitnes instructeur
Bloemist
Keuken personeel
Voetballer
Meubel verkoper
Fondsenwerver
Tuinman
Geoloog
Golfer
Ambtenaar
Grafisch designer
Manusje van alles
Verpleegster
Verzorgster
Wandelaar
Werkt in een ziekenhuis
Werkt bij personeelszaken
Verzekeringsagent
Internet provider

Interieur ontwerper
Investeerder
Juwelier
Karate master
Keukenboer
Advocaat
Laborant
Strandwacht
Visagist
Manager
Manicure
Masseur
Monteur
Vroedvrouw
Dominee
Muziek leraar
Muzikant
Marine officier
Medewerker van een non profit organisatie
Voedingsdeskundige
Office manager
Optometrist
Orthodontist
Schilder
Event planner
Pedicure
Personal trainer
Dierenarts
Apotheker
Fotograaf
Fysiotherapeut
Pianoleraar
Uitgever
Politieman
Post medewerker
Beheerder
Concierge
PR professional
Psychiater
Radio medewerker
Recreatie medewerker
Spoorweg beambte
Verhuurbedrijf medewerker
Headhunter
Rehabilitatie medewerker
Verslaggever
Reparateur
Restaurant eigenaar
Verkoper
Wetenschapper
Schoenen reparateur
Zanger
Skater
Maatschappelijk werker
Software ontwikkelaar
Sauna medewerker
Zwemmer
Sporter
Kleermaker
Zonnestudio medewerker
Leraar
Telecommunicatie medewerker
Tennis instructeur
Therapeut
Trainer
Reis agent
Tutor
Veteraan
Vrijwilliger
Serveerster
Web designer
Yoga leraar

Wie ken je uit een andere provincie

Zuid Holland
Noord Holland
Zeeland
Noord Brabant
Limburg
Gelderland
Utrecht
Flevopolder

Overijssel
Drenthe
Groningen
Friesland

Wie ken je uit een ander land

België
Luxemburg
Duitsland
Engeland
Schotland
Ierland
Ijsland
Zweden
Denemarken
Frankrijk
Zwitserland
Oostenrijk
Croatië
Bosnië
Tsjechië
Slowakije
Polen
Rusland
Spanje
Portugal
Italie
Griekenland
Dubai
Amerika
Canada
Japan
Australië
Zuid Afrika

Wie staat er nog niet op je lijst?

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hoofd namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hot namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Hot namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Product interesse namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Product interesse namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Product interesse namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Directe benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Directe benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Directe benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Super indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Super indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Super indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Super indirecte benadering namen lijst

nr	*Naam*	*Hoe ken ik deze persoon: Facebook, Linkedin, vriend etc.*	*Telefoon / e-mail*	*1e Contact datum*	*Info over persoon / het contact. Gebruikte Tools etc.*	*Vervolg datum*	*Vervolg datum*	*Resultaat*

Wat ga ik zeggen?

Dit is een lastig onderwerp. Wat zeg je nou om de persoon die je aan de lijn hebt nieuwsgiering te maken naar wat jij te bieden hebt. Hier is natuurlijk over nagedacht en er zijn zoveel ervaringen mee dat we hier zeker bruikbare tips over kunnen geven. De andere kant is dat veel mensen over die tips zeggen: “Ja, maar dat voelt wel heel raar” of “Zo ben ik niet” of “Mijn mensen vinden dat niet fijn”. Dit zijn allemaal verwoordingen van een gevoel dat lijkt op (daar istie weer) onzekerheid of angst.

Natuurlijk voelt het raar om mensen anders te benaderen dan je gewent bent, maar bedenk dan even dat je nu ook iets anders aan het doen bent. Dit is gewoon weer een nieuwe stap buiten je comfortzone. Het goede nieuws is dat daar, buiten je comfortzone, jouw wensen, dromen en doelen zich bevinden. Als ze zich binnen je comfortzone zouden bevinden zou je ze al hebben bereikt.

Wat wel ongelofelijk belangrijk is voor eigenlijk alles en zeker in dit vak is dat je eerlijk en authentiek bent. Je netwerk is je belangrijkste bezit. Zowel in netwerkmarketing als in je hele leven. Je kunt het je niet veroorloven om daar mee te sjoemelen. Als je bijvoorbeeld zenuwachtig bent, zeg dat dan gewoon. Dit kan dan zo klinken: “Hoi Marlene, ik ben met iets nieuws gestart en ik ben helemaal zenuwachtig om jou daarvoor te bellen, maar ik vind het wel heel belangrijk dat je het weet want jij bent belangrijk in mijn leven. Wil je een keertje komen luisteren naar wat het is en mij je eerlijke mening geven?”

Om je te helpen heeft Eric Worre het meest succesvolle telefoon gesprek opgedeeld in 8 stappen. Probeer ze gewoon eens uit om te kijken wat ze voor jou kunnen doen.

Stap 1 Weinig tijd

Dit is een psychologisch verhaal. Mensen voelen zich aangetrokken tot mensen die actief zijn en veel om handen hebben. Als je elk contact start met een houding van “weinig tijd” zul je merken dat je gesprekken korter zijn, dat er minder vragen gesteld worden en dat mensen jou en je tijd meer respecteren.

Voorbeelden:

Voor warme contacten (mensen kennen je naam)

- “Ik heb nu niet zoveel tijd om te praten, maar ik moest je echt even spreken”
- “Ik heb het echt superdruk, maar ik ben zo blij dat ik je aan de lijn heb”
- “Ik moet zo de deur uit, maar ik moest je echt even snel spreken”

Voor koude contacten (mensen kennen je niet)

- “Dit is niet het juiste moment om hier dieper op in te gaan want ik moet zo weg, maar....”
- “Ik moet er zo vandoor, maar....”

Snap je? Zet de toon van weinig tijd. Je hebt ook weinig tijd. Je wil jouw doelen liever vandaag dan morgen halen en er zitten maar 24 uur in een dag.

Stap 2 Geef je contact een compliment

Dit is ongelofelijk belangrijk. Geef oprechte complimenten. We doen het veel te weinig en we krijgen er ook meestal veel te weinig. Ik heb dit echt moeten leren. Ik was altijd gefocust op of en waar “het” mis ging of zou kunnen gaan om dat dan zo snel mogelijk op te kunnen lossen. Lijkt zinnig, maar dat is het maar in bepaalde situaties. Het is voor jezelf en je omgeving veel prettiger, stimulerender, aantrekkelijker als je je focust op wat er goed gaat. Op wat je mooi, fijn, knap, brilliant, goed, leuk, ingenieus, creatief, krachtig, moedig, liefdevol, behulpzaam, eerlijk vindt.

Het belangrijkste dat we doen in dit vak is contact maken. Werkelijk contact maken dat ook gevoeld wordt als contact. En er is niets zo openend als een welgemeend compliment. Je moet het echt menen. Iedereen voelt meteen aan wat nep is en wat echt gemeend is. Vanuit het contact dat je zo gemaakt hebt is het voor mensen makkelijker om naar je voorstel te luisteren, om ervoor open te staan.

Voorbeelden:

Voor warme contacten

- Jij bent zo enorm succesvol en ik heb werkelijk respect voor de manier waarop jij zaken doet”
- “Jij staat altijd achter me en dat waardeer ik enorm”
- “Jij bent een van de warmste personen die ik ken en dat bewonder ik in jou”
- “Jij bent 1 van de belangrijkste personen in mijn leven en ik vertrouw jouw gutfeeling”
- “Jij hebt echt een zakelijk instinct en je ziet dingen die anderen niet zien”
- “Ik zat te denken, wie zijn de slimste mensen die ik ken? En ik dacht aan jou”
- “Jij bent een van de meest energieke en positieve mensen die ik ooit heb ontmoet”

- “Sommige mensen lopen echt met oogkleppen op waardoor ze veel kansen missen, maar ik heb jou juist altijd bewonderd omdat je open staat voor nieuw dingen”
- “Ik heb iemand nodig die even kijkt of er bugs zitten in het project waar ik nu mee bezig ben en als er iemand is die ze kan vinden ben jij het wel”
- Jij bent een van de meest (gezondheid bewuste, technisch slimme, mode of schoonheid minded, financieel intelligente) mensen die ik heb dat altijd fantastisch gevonden”
- Je bent een van de slimste mensen die ik ken en ik vertrouw enorm op jouw oordeel”
- Zo lang als ik je ken denk ik al dat jij de beste bent in wat je doet”

Voor koude contacten

- “Jij hebt mij steeds hele goeie service verleend”
- “Jij bent echt super slim, mag ik je vragen wat voor werk je doet?”
- Jij hebt van ..... een fantastische ervaring gemaakt voor ons”

Stap 3 Uitnodigen

Okay, hier is even geen recept voor dat je voor iedereen kunt gebruiken. Daarvoor hebben we een indeling gemaakt voor de mensen op je hoofd namen lijst. Op de lijst voor de directe benadering komen mensen te staan voor wie jij een specifiek aanbod hebt. Je weet wat hun situatie is en waar ze mee zitten. Op de lijst voor de indirecte benadering staan mensen die je wil vragen je te helpen of advies te geven. En op de lijst voor de super indirecte benadering staan mensen aan wie je wil vragen of zij mensen kennen die.....

Het is de moeite waard om deze indeling te maken. Het is logisch dat als jij met iets komt op een manier die past bij de soort relatie die je met elkaar hebt de luisteraar en makkelijker naar kan luisteren.

Directe benadering

Je weet dat je stap 1 en stap 2 al gedaan hebt toch?

Voor warme contacten

- “Toen je me vertelde dat je ..... was je toen serieus of zei je maar iets? (wacht op antwoord) Okay! Ik denk dat ik iets heb gevonden dat dit voor jou kan opleveren/oplossen. (Dit kun je gebruiken als je weet waar iemand mee zit)

- “Ik denk dat ik iets voor ons gevonden heb dat ons beiden een financieële injectie kan geven”
- “Ik moet je echt iets laten zien”
- “Ik start een nieuw bedrijf en ik wil echt graag dat je er even naar kijkt”
- “Toen ik me bedacht wie er met het bedrijf dat ik heb gevonden echt succesvol zou kunnen worden dacht ik aan jou”
- “Ben je nog steeds op zoek naar een (andere) baan? Ik heb een manier gevonden om samen een bedrijf te starten zonder alle risico’s”
- “Als ik je zou vertellen dat er een manier is om een extra inkomen te genereren zonder alles wat je nu doet op het spel te zetten, zou je daar dan in geinteresseerd zijn?”
- “Ik werk samen met een bedrijf dat zich uitbreidt naar ..... (gebied)”
- “Ik heb iets echt geweldigs gevonden en jij bent één van de eerste mensen die ik bel”
- “Toen ik me afvroeg wie goeie mensen zijn waar ik graag me samen zou werken, dacht ik aan jou. Zou je eens willen luisteren naar wat ik doe?
- “Ik heb een vraagje. Zou je er voor open staan voor meer dan 1 inkomen?”
- “Kan ik je iets vragen? Zeg maar hypothetisch. Als er een mogelijkheid was om part time vanuit huis te werken en op termijn meer te verdienen dan je nu doet in je full time baan, zou je daar in geïnteresseerd zijn?”
- “Zoals je weet ben ik een .... (vertel je beroep), maar door .... (vertel wat er nu niet leuk aan is) heb ik besloten om voor een tweede inkomen te gaan. Nadat ik me heb geeoriënteerd op de mogelijkheden heb ik echt iets heel moois gevonden om dit mee te realiseren.”
- “Ik heb een interessante business gevonden en ik denk dat wij hier samen een gigantisch succes van kunnen maken. 1 + 1 zou wel eens 11 kunnen worden!”

Of je kunt een super directe verrassings benadering kiezen

- “Met jouw vaardigheden zou je echt €100.000,- per maand kunnen verdienen in het bedrijf dat ik net ben begonnen.” (werkt goed bij mensen die tegen jou opzien)
- “Dit is het telefoontje waar je al je hele leven op wacht”

Voor koude contacten

- “Heb je ooit gedacht aan een tweede inkomen?”
- “Houd je je carrierre opties open?”
- “Ben je van plan om wat je nu doet de rest van je leven te blijven doen?”

Je kunt elk van deze openingen voor je koude contacten vervolgen met: “Ik heb iets dat je zou kunnen interesseren. Nu is niet de tijd om er dieper op in te gaan, maar .....”

Indirecte benadering

De indirecte benadering is een krachtig hulpmiddel om mensen langs hun eerste weerstand te helpen zodat ze de mogelijkheid die jij biedt kunnen snappen. Je kunt deze benadering het beste gebruiken als je net begint. Je vraagt heel eenvouding mensen om hulp en begeleiding.

Ik heb deze benadering heel succesvol gebruikt toen ik net was begonnen. Het gaf me de mogelijkheid om iedereen te benaderen die ik hoog had zitten. Ik had nog niet veel geloofwaardigheid in dit vak, omdat ik het nog maar net deed. Het werkte zo goed dat ik het nu nog steeds af en toe doe.

Voor warme contacten

- “Ik ben net met een nieuw bedrijf gestart en ik vind het dood eng. Voordat ik echt van start ga zou ik graag willen oefenen op een aardig iemand. Mag ik op jou oefenen?”
- “Ik denk erover om een bedrijf te starten dat ik vanuit thuis kan doen en ik heb iets gevonden. Wil jij er eens even naar kijken of het allemaal wel klopt?”
- “Ik heb een bedrijf gevonden waar ik enorm enthousiast over ben, maar wat weet ik nou eigenlijk? Jij hebt zoveel meer ervaring met dit soort dingen. Zou jij er voor mij eens naar willen kijken om te zien of ik de juiste stap neem?”
- “Een vriend vertelde mij dat het beste wat ik zou kunnen doen als ik een business wil starten is iemand die ik respecteer te vragen om er eens naar te kijken en me op weg te helpen. Zou jij dat voor mij willen doen als ik ervoor zorg dat het je niet te veel tijd kost?”
- “Ik start een nieuw bedrijf en ik zou echt graag willen dat jij er ook even naar kijkt.”

Voor negatieve en cynische mensen:

- “Ik ben met een bedrijf gestart en ik heb echt iemand nodig die kritisch kijkt naar wat er niet aan klopt. Jij ziet dat altijd meteen. Zou je er even naar willen kijken voor mij?”

Voor koude contacten geldt dat deze indirecte aanpak niet echt werkt. Het is een beetje raar dat je hun expertise en hulp vraagt terwijl je ze niet kent. Voor de koude contacten werkt de directe benadering en de super indirecte benadering het beste.

Super indirecte benadering

Dit is een ongelofelijke krachtige manier van benaderen, omdat het op verschillende psychologische niveau’s tegelijk aanhaakt. Dit is de benadering waarbij je vragt aan iemand of die gene iemand kent die zou kunnen profiteren van wat jij te bieden hebt. Ik gebruik dit heel vaak met plezier en succes.

Voor warme contacten:

- “Het bedrijf waar ik mee begonnen ben is duidelijk niks voor jou, maar ik wil je even vragen wie jij kent die ambitieus is, extra inkomen kan gebruiken en enthousiast zou kunnen zijn over het idee om samen te werken?”
- “Wie ken jij die op zoek zou kunnen zijn naar een krachtig bedrijf waarbij zij vanuit huis zouden kunnen werken?”
- “Wie ken jij die een bedrijf hebben dat op dit moment niet zo lekker loopt en die op zoek zouden kunnen zijn naar een tweede inkomen?”
- “Ken jij slimme mensen die in ... (locatie) ... wonen? Ja? Okay! Zou ik hun naam kunnen krijgen en hun e-mail adres als je dat hebt? Ik heb een bedijf dat aan het uitbreiden is in dat gebied en ik wil ze vragen of ze denken dat dit succesvol kan zijn daar.”
- “Ken jij iemand die serieus op zoek is naar een nieuwe baan?”
- “Ik werk met een bedrijf dat uitbreidt in ons gebied en ik ben op zoek naar een paar slimme mensen die geïnteresseerd zijn in een tweede inkomen. Ken jij iemand waarop dit van toepassing is?”

In de meeste gevallen zullen ze je vragen om meer informatie te geven voordat ze een naam of adres geven (achter deze vragen zit nieuwsgierigheid naar of het misschien ook iets voor hun zou kunnen zijn, maar dat zullen ze nu nog niet toegeven). Als ze je om meer informatie vragen kun je het beste als volgt antwoorden: “Dat snap ik. Voordat je mij jouw contacten geeft wil je eerst beter weten waar het over gaat.” Ga daarna door met stap 4.

Voor koude contacten:

Met koude contacten doe je bij de super indirecte benadering precies het zelfde als bij de warme contacten. Gebruik gewoon de bovenstaande uitspraken of een variatie daarop die jou goed past.

Stap 4 Als ik...

Je geeft niets aan iemand, tenzij diegene heeft toegestemd om er iets voor terug te doen. Dit is echt het geheime wapen.....

Voorbeelden:

- "Als ik je deze link geef naar een filmpje dat een waarheids getrouw beeld geeft van ons bedrijf, zou jij daar dan in de komende dagen naar willen kijken?"
- "Als ik je digitaal de eerste 30 blz. van een boekje stuur waarin deze business eenvoudig en efficiënt wordt uitgelegd, zou jij dat dan in de komende dagen willen lezen?"
- "Als ik je een link geef naar een online presentatie waarin alles uitgelegd wordt, zou jij daar dan op willen klicken en kijken?"

Als je dit letterlijk zo doet zal het antwoord bijna altijd JA zijn.

Ze zullen waarschijnlijk om meer informatie op voorhand vragen. Jouw antwoord kan dan zijn "Ik begrijp dat je meer informatie wil, maar alles wat je wil weten staat in die 30 pagina's of op het filmpje. De snelste manier voor jou om alle informatie te krijgen die je wil is om naar dat filmpje te kijken of die 30 pagina's te lezen. Dus als ik dat aan je stuur wil je het dan lezen of bekijken?"

Als ze nee zeggen, ze willen het niet lezen of bekijken, bedank ze dan voor hun tijd en ga gewoon verder. Bekijk ook stap1 t/m 3 om te kijken wat je eventueel beter had kunnen doen. Geef in **geen** geval de link of de 30 blz. zonder de toezegging dat ze ernaar willen kijken/ het willen lezen!

Stap 5 Tijds afspraak

- “Wanneer denk je dat je die 30 blz. kunt lezen?”
- Wanneer denk je dat je het filmpje kunt bekijken?”

Stel geen tijd aan ze voor. Stel deze vraag en laat hun de tijd bepalen. Als ze geen specifieke tijd geven, “Ik zal het een keertje lezen” zeg dan “Ik wil jouw en mijn tijd niet verdoen. Waarvoor kijken we niet of we een tijd kunnen vaststellen waarop je het zeker gelezen/gezien hebt?”

Waar het hier om gaat is dat ze een tweede keer JA zeggen.

Ja zeggen tegen stap 4 is nog geen commitment!

Stap 6 Bevestigen

Als ze tegen je zeggen dat ze het filmpje op dinsdagavond gaan bekijken dan kan jouw antwoord het volgende zijn:

- “Dus als ik je woensdagmorgen bel dan heb je het zeker bekeken?”

Als ze zeggen dat ze de 30 bladzijden op woensdag morgen gaan lezen dan kan jouw antwoord zijn:

- “Dus als ik je in de loop van de woensdag bel dan het je het gelezen?”

Als ze zeggen dat ze de link zullen bekijken op 2 juni dan kan jouw antwoord zijn:

- “Dus als ik je op 3 juni bel heb je het bekeken toch?”

Waar het in deze stap om gaat is dat ze nu 3 keer gezegd hebben dat ze het zullen doen en ze hebben het helemaal zelf gedaan. Ze hebben zelf een afspraak met je gemaakt.

Stap 7 Tijd en nummer

- “Wat is de beste tijd en het beste nummer waarop ik je kan bellen?”

Nu hebben ze 4 keer ja gezegd. De kans dat ze het nu ook echt doen is gestegen van minder dan 10% naar meer dan 80%.

NB: Zet deze afspraak alsjeblieft in je agenda of ergens anders waar je zeker weet dat je er aan denkt om ook echt op de afgesproken tijd te bellen.

Stap 8 Leg de telefoon neer

Denk er nog even aan dat je weinig tijd hebt..... Je kunt nu het beste zoiets zeggen als:

- “Fijn! We spreken dan, Ik moet er vandoor.”

Dit zijn de 8 stappen van een beproefd succesvol gesprek.

Wat je nu zou kunnen doen is even oefenen. Neem een stukje papier, kies iemand van je lijst en schrijf de zinnen die je uit de bovenstaande stappen haalt eens even achter elkaar op zodat je een totaal script hebt.

Doe dat eventueel voor nog 2 mensen. Zo! Nu ben je klaar voor je eerste telefoontje.

Tot slot

Je hebt op de voorgaande bladzijden ook lijsten gevonden met namen als” hot contacten” en “product geïnteresseerden”. Hoe deze mensen te benaderen bespreken we op de blitsss dagen.

Veel succes en plezier bij het maken van je lijst!