

FOREVER 

GO PRO



CC
SCRIPT

Word een PROFESSIONAL



Jouw CONTACTENLIJST

Statistieken tonen aan dat een 25 -jarige ongeveer 800 mensen kent.

Maak je eigen lijst met minstens 100 contactpersonen.

Bij onderstaande woorden **NAMEN** plakken is een goede manier om je lijst uit te breiden:

Schoolvrienden

Vrienden in het café – restaurant

Vakantie kennissen

Ex - collega's

Vrije tijd

Werkplaats

Lokale mensen

Vrienden



Een andere manier om mensen te herinneren is het "NAMEN-SPEL".

Stel bij elke naam een serie van vragen.

Op die manier zal je zien dat je lijst vanzelf groter wordt.

Stel dat de eerste naam op de lijst "John Martens" is.

Stel je dan de volgende vragen:

1. Ken ik iemand anders die **John** heet?
2. Ken ik iemand anders die **Martens** heet?
3. Hoe leeft **John** en ken ik nog mensen die zo leven?
4. Heeft **John** altijd hetzelfde gedaan, zo niet, ken ik iemand die dat ook heeft gedaan?
5. Ken ik vrienden of familieleden van **John**?
6. Wat zijn de hobby's of interesses van **John**, wie heeft gelijkaardige hobby's of interesses?
7. Waar woont **John**? Ken ik iemand die daar ook woont?
8. Waar is **John** opgegroeid, ken ik nog iemand die daar woont?



Het telefoongesprek en de voorbereidingen

TIJDSPANNING	WEEK:			MAAND:			JAAR:	
TIJDSBLOK	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO	
09 - 10h								
10 - 11h								
11 - 12h								
12 - 13h								
13 - 14h								
14 - 15h								
15 - 16h								
16 - 17h								
17 - 18h								
18 - 19h								
19 - 20h								
20 - 21h								
21 - 22h								
22 - 23h								

Je boekt het snelst resultaat, als je dagelijks je telefoongesprekken goed inplant. Zorg voor een zakelijke structuur, zoals van **14h00–17h00** of van **17h00–20h00** enz. Het is belangrijk dat er geen afleidingen zijn op het moment dat je gaat bellen. Zeg tegen andere familieleden, vrienden of collega's dat je niet gestoord wilt worden. Vermijd onderbrekingen en onrust tijdens jouw gesprekken.

Jouw gesprekken

De ingeplande belmomenten dienen enkel om nieuwe contacten te leggen en om toekomstige distributeurs te bellen. Concentreer je alleen op deze uitgaande gesprekken. Beantwoord inkomende gesprekken op een ander tijdstip. Focus je er dus op dat je eerst je nieuwe contacten belt en daarna pas je voice-boodschappen gaat beantwoorden of mensen gaat terugbellen. Werk je lijst met contactpersonen van deze dag eerst af alvorens andere taken te doen. Concentreer je enkel op je gesprekken. Leg altijd iets om te schrijven op je tafel of bureau. Op zoek gaan naar een pen tijdens een telefoongesprek is onprofessioneel en maakt jou onnodig nerveus. Breng jezelf in de juiste stemming en de glimlach tijdens je telefoongesprekken. De stem klinkt veel sympathieker als je een glimlach op je lippen hebt. Probeer het zelf maar. Door de toon van je stem onderdruk je negatieve stemmingen zoals woede, angst, verdriet, verveling, vreugde, enz. De stem geeft bovendien een maatschappelijke positie, persoonlijkheid en nog veel mee. Een monotone stemgebruik werkt vermoeiend en komt ongemotiveerd over. Leg de nadruk op de woorden die belangrijk zijn voor het gesprek. Verhoog en verlaag je stem waar nodig, spreek rustig en luider wanneer het nodig is. Met de klank van je stem onthul je je gevoelens, ze moet overeenkomen met de boodschap die je meegeeft. Leg een opname apparaat op je bureau en neem je gesprekken op. Beluister ze 's avonds en evalueer jezelf. De eerste seconden van het gesprek geven een indruk op de persoon die je belt. Je hebt maximaal 20 - 30 seconden tijd om je gesprekspartner een positieve indruk te bezorgen. De juiste begroeting kan vele deuren openen, of zelfs dicht doen. Sommige mensen hebben de neiging om aan de telefoon sneller te spreken, zoals in een gesprek van aangezicht tot aangezicht. Als je gesprekspartner je moeilijk kan volgen, dan daalt de interesse om te luisteren. Hetzelfde geldt voor een te traag gesprek, er "beweegt niets" en je oproep zal als vermoeiend overkomen. Rechtop staan of rondlopen tijdens het telefoneren geeft een energieke indruk. Een blik in de spiegel zorgt ervoor dat je beter gesprekken voert. Maak gebruik van een headset indien mogelijk, je bent efficiënter en je hebt je handen vrij om aantekeningen te maken. Indien je met een headset belt, zorg dan dat er een zeer goede gesprekskwaliteit is. Stel je voor met je voor-en achternaam en begroet je gesprekspartner met zijn achternaam. (*koude markt*) Let er ook op dat je zeker de juiste persoon aan de lijn hebt. "Jos Peeters. Goede morgen. Ik spreek toch met meneer Martens?" Na het begroeten kom je snel tot de reden van je oproep, zeker als er geen persoonlijke relatie met je gesprekspartner is. Je moet zo snel mogelijk interesse, nieuwsgierigheid en belangstelling wekken bij de toehoorder, zodat hij aandachtig naar je luistert. Je moet hem het voordeel ervan laten inzien.

Maak aantekeningen tijdens het gesprek, zodat je niets vergeet!



Scripts

Deze scripts tonen hoe je succesvol je contacten kunt uitnodigen. Deze methoden zijn er op gericht de eerste informatie aan prospects te bezorgen. Je zult merken dat het veel makkelijker is dan mensen uitnodigen voor een presentatie of evenement. Dat is dan de voor de hand liggende volgende stap.



Leg je business nooit aan de telefoon uit.

Als je gesprekspartner vraagt: "**Over wat gaat het dan?**"

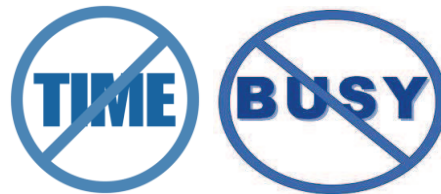
verwijs hem altijd naar de informatie die u hem wil beschikbaar stellen:

"Jos , je begrijpt toch dat je een lucratieve business niet in 2 minuten kan uitleggen aan de telefoon?"

Om een goed beeld te krijgen zou je het eerst eens moeten zien.

Als we eerlijk zijn: Met de helft aan informatie zijn wij beiden niet tevreden."

Een goed gesprek duurt niet langer dan 3-4 minuten.



Houd het kort en heb haast

Mensen voelen zich aangetrokken tot mensen die weinig tijd hebben en die het druk hebben.

Als je zelf het gesprek begint met het gevoel dat je weinig tijd hebt, zal je snel beseffen dat je gesprekken korter worden. Daardoor zullen er minder vragen opduiken en zullen ze jouw tijd respecteren.

Enkele voorbeelden :

Voor de "**WARME MARKT**" (*mensen die je kent of waar je een relatie mee hebt*)

- Ik heb niet veel tijd, maar ik wilde je toch even spreken...
- Ik heb nog duizend dingen te doen, maar het is belangrijk om dit even met jou te delen...
- Ik heb nog wat afspraken, daarom houd ik het kort..



Voor de "**KOUDE MARKT**" (*mensen die je niet kent*)

- Ik heb nu niet de tijd in om alles in detail uitleggen, maar...
- Ik moet dringend door, maar
- Het is de toon die de muziek maakt, aan jouw toonval horen mensen of je het druk hebt.



Geef complimenten

Geef jouw prospects een oprecht, eerlijk compliment.

Een eerlijk compliment opent deuren en brengt je prospects in een positieve stemming.



Enkele voorbeelden:

Voor de "WARME MARKT"

- Je bent erg succesvol in de zaken die jij doet en dat kan ik enorm waarderen.
- Jij bent iemand die succesvol is in zaken, en dat kan ik enorm waarderen.
- Je hebt me altijd gesteund, wat ik zeer waardeer.
- Ik bewonder jou, dat je een netwerk met zo veel mensen kan aansturen.
- Jij bent één van de meest belangrijke mensen voor mij, ik vertrouw op je intuïtie.
- Je hebt een ongelooflijk neus voor zaken, voor business doen want jij kunt dingen zien die anderen niet zien.
- U bent een van de meest positieve en energieke mensen die ik ken.
- Veel mensen hebben een zeer beperkte kijk op de dingen, ze begrenzen zichzelf, maar ik heb altijd bewondering gehad voor je open geest (*open-minded*). Jouw positieve ingesteldheid.
- Jij bent één van de beste op jouw gebied ... Dat weet ik en dat bewonder ik zo aan jou.
- Jij bent een van de slimste mensen voor mij en ik vertrouw op jouw advies.
- Zolang ik je ken, ben jij de beste in wat je doet.

Voor de "KOUDE MARKT"

- Je hebt me de beste service gegeven die ik tot nu toe ooit heb gekregen.
- U bent zeer intelligent, mag ik vragen wat u doet voor de kost?
- U heeft ons het beste advies gegeven ... (de reis, consulting, enz...)
- Het is belangrijk dat een compliment absoluut oprecht is.

Zoek naar iets waardoor de prospect zich vereerd voelt.



De uitnodiging



Vergeet niet dat je de stappen 1 en 2 eerst doet.
Alles draagt er toe bij om je slaagkansen te verhogen
door deze psychologische componenten.



DIRECTE AANSPRAAK

Voor de "WARME MARKT "

“Wat je laatst zei over dat je baan je de keel uithangt, was dat een grapje of was je serieus?”

..... **WACHT HET ANTWOORD AF!**

“Ik ben namelijk bezig met iets wat ook voor jou een alternatief zou kunnen bieden.”

Variaties:

- Ik heb een manier gevonden om onze cash flow te verhogen.
- Ik heb een manier gevonden om extra inkomen te generen.
- Ik heb iets waar je absoluut eens naar moet kijken.
- Toen ik aan het denken was wie met deze business echt geld kan verdienen dacht ik meteen aan jou.
- Ben jij nog op zoek naar een nieuwe job of uitdaging?
Ik heb een manier gevonden waarmee wij samen iets moois kunnen opbouwen zonder risico's.
- Als ik je vertel dat je extra geld kunt verdienen zonder dat je de dingen moet opgeven die je nu doet, zou je hierin geïnteresseerd zijn?
- Ik werk met een bedrijf samen dat bij jou in de regio / gebied / streek, etc. zich enorm aan het uitbreiden is.
- Ik ben iets unieks tegengekomen (gat in de markt), en jij bent een van de eerste mensen die ik hierover opbel.
- Toen ik aan het bedenken was met welke bekwame mensen ik graag zou willen samenwerken, dacht ik meteen aan jou. Als je er voor open staat wil ik het je graag met je delen zodat je weet wat ik doe?
- Ik wil je een vraag stellen ... sta jij open voor een extra inkomsten-mogelijkheid?
- Laat me eens een gedurfde vraag stellen: Als er een zakelijke mogelijkheid zou zijn, waar je vanuit huis kunt starten zonder enig risico en je hebt de mogelijkheid om je huidige inkomsten te overschrijden of vervangen zou je daarvoor geïnteresseerd zijn?
- Zoals je weet heb ik als ... gewerkt (of bezig gehouden ...), maar uit ... (gezondheidsredenen, gebrek aan tijd, stress, enz.), heb ik besloten om te zoeken naar een andere bron van inkomsten. Na alles wat ik heb gezien, heb ik een geweldige manier ontdekt om dat te bereiken.

Of een zeer provocerende aanpak :

- Met jouw capaciteiten kan jij in het bedrijf waar ik me samenwerk € 30.000 per maand verdienen. *Dit werkt zeer goed als de prospect jou waardeert en respect voor je heeft.*
- Of deze : Op deze telefoon zit jij je hele leven al te wachten!





Voor de "KOUDE MARKT ":

- Heb je er al ooit over nagedacht hoe je bronnen van extra inkomsten kan creëren?
- Bent u een open-minded persoon?
- Sta je open voor een carrière verandering?
- Wil je dit blijven doen tot aan je pensioen?

Vul het script aan met de woorden :

Ik heb iets dat u misschien zal interesseren.

Nu is het niet het juiste tijdstip om er over te praten maar

INDIRECT AANSPREKEN



Voor de "WARME MARKT"

- Dit is zeer waarschijnlijk niets voor jou zelf, maar ik denk dat jij wel een aantal mensen kent in jouw kring, voor wie dit wel iets zou kunnen zijn. Mag ik het **JOU** daarom eerst eens laten zien?
- Het bedrijf waar ik mee werk is zeker niets voor u, maar ik wilde u vragen of u iemand kent die ambitieus, enthousiast, ondernemend is en ervan houdt om geld te verdienen.
- Wie ken jij, die op zoek is naar een interessante zakelijke mogelijkheid, die je van thuis uit kunt opstarten.
- Wie kent u die zijn limiet van inkomen heeft bereikt en misschien open staat voor een nieuwe of extra zakelijke mogelijkheid.
- Ken jij een ondernemende persoon hier? ... Ja , mag ik dan de naam en het telefoonnummer van je, als je die hebt? Ik heb een bedrijf dat expandeert of explodeert in deze regio. Ik wil graag weten wat zij vindt van deze enorme uitbreidingen.
- Kent u iemand die echt een carrièreverandering wil maken?
- Ik werk met een bedrijf samen dat zich momenteel uitbreidt in deze regio en nog steeds op zoek is naar enthousiaste ondernemende personen die extra geld willen verdienen. Misschien ken jij toevallig zo iemand?

Voor de "KOUDE MARKT"

De **KOUDE MARKT** werkt hier hetzelfde als **de WARME MARKT**.



"Als ik" - Vraagtechnieken

Gebruik deze vraagtechnieken: "Als ik ... , zou je dan ? ... "
vooraleer je iets geeft aan je prospect.
Hij moet toestemmen dat te doen wat jij graag zou willen dat hij doet.

Voorbeelden :

- Als ik jou een videolink mail, zou jij die dan eens willen bekijken en je mening geven?
- Als ik jou dit magazine geef, zou jij het dan willen lezen en je mening geven?
- Als ik je een link geef naar een online presentatie waarin alles precies wordt uitgelegd, zou je die willen bekijken?
- Als ik je deze informatie geef, (DVD, magazine Anders Werken en Leven, magazine Puur) zou je die dan willen bekijken?

Als je prospect naar meer informatie vraagt :

Ik begrijp dat je meer informatie wil. Maar alles wat je zoekt, vind je in deze presentatie.
De beste manier is om ze zo snel mogelijk te bekijken.
Dus als ik het jou geef, wil je het dan bekijken?

*Indien NEE, heeft het weinig zin om je potentiële prospects nog verdere informatie te verstrekken.
Hij zal er toch niet naar kijken. Bedank hem en ga verder.
Evalueer al de stappen van je gesprek en kijk hoe je het de volgende keer beter kan doen.*

Verplichte tijd toezeggingen

Vraag niet direct naar een tijdstip of datum.
Vraag je prospects hoelang ze nodig hebben om de verstrekte informatie te bekijken.
Het is makkelijk om een tijdstip te vinden waarop zij de informatie zeker hebben bekeken.

1. Bevestiging

Krijg tijd-commitment

Wanneer zou jij het **ZEKER** kunnen hebben bekeken?
Wanneer zou jij het **ZEKER** kunnen hebben gelezen?

Bevestig tijd-commitment

Dus als ik bel (1 dag na genoemde dag), dan heb je het gezien of gelezen, toch?

Prospect: Ik ga de presentatie vanavond bekijken.

U: Dus als ik je morgen bel, dan heb je het zeker bekeken, toch?

Prospect: Vrijdag tijdens de dag ga ik de presentatie bekijken.

U: Dus als ik je zaterdag bel, dan heb je het zeker bekeken, toch?

Prospect: Ik heb de link voor 15 augustus bekeken.

U: Dus als ik u 16 augustus bel, dan heeft u het zeker bekeken, toch?

De sleutel is om altijd een "JA" te krijgen. Anders is het te vrijblijvend en mis je vele kansen.



2. Bevestiging

Plan de volgende afspraak

Op welk nummer en welk tijdstip kan ik het beste bellen?... (1 dag na genoemde dag)

U: Wanneer kan ik je het best bereiken op welk telefoonnummer, zodat we verder kunnen afspreken?

Prospect: Het beste is morgen, om 15h00 uur op het nummer dat je net gebeld hebt.

U: Ok, dan noteer ik morgen om 15h00 uur.

Nu hebt je alle belangrijke stappen doorlopen en zijn de kansen hoger dat je prospect de presentatie zeker zal bekijken. Je slagingspercentage stijgt hiermee van 10 % naar meer dan 80 %.



3. Afsluiten

Leg de telefoon neer

Je bent nog altijd onder tijdsdruk, weet je nog?
Sluit het verhaal af en neem afscheid:

Ik kijk uit naar morgen 15h00 uur , ik moet nu verder.....



Follow Up

- **Op de dag van de afspraak:**
2 x bellen, laat bericht op de voicemail
- **Tijdens de volgende 7 dagen:**
3 x bellen (max 1 x per dag) en tijdens deze 7 dagen maximum 1 bericht achterlaten op de voicemail
- **Tijdens de daaropvolgende 7 dagen:**
2 x bellen (max 1 x per dag) en maximum 1 bericht achterlaten op de voicemail
- **Tijdens de daaropvolgende 7 dagen:**
1 x bellen en laat een laatste boodschap achter op de voicemail



Voorbeeld van een compleet gesprek Je prospect is zijn job beu - via directe benadering:



Ik heb niet veel tijd om te praten, maar voor mij is erg belangrijk om even kort met je te spreken.

Jij bent een van de meest positieve mensen die ik ken en ik wilde je wat vragen.

Toen je vertelde over je ontevredenheid op het werk, was dat serieus bedoeld of was het gewoon een grap?

Antwoord afwachten

OK, ik denk dat ik iets heb waarmee ik je kan verder helpen, iets dat je kunt opbouwen zonder dat er risico's aan verbonden zijn voor jou en je familie. Het heeft alleen maar voordelen!

Ik heb een link naar een filmpje die je absoluut eens moet bekijken.

Het filmpje toont perfect waar het over gaat, veel beter dan dat ik het je kan uitleggen.

Als ik je deze link geef of stuur, zou je dit filmpje dan bekijken?

Tegen wanneer denk je dit filmpje hebt bekeken?

Woensdag? Dus als ik bel je donderdagochtend bel, dan heb je deze zeker bekeken, toch?

OK, ik bel je op donderdagochtend. Op welk nummer en om hoe laat kan ik je best bereiken?

Dan bellen we op donderdag om .. uur toch? Ik kijk er naar uit, moet nu doorgaan.



Uitnodiging voor "Ontmoet Forever"

Welkom bij
Ontmoet Forever

De **Ontmoet Forever "BOP"** is een bijeenkomst waar we gasten de mogelijkheden van Forever tonen.

Je hebt hier de mogelijkheid om succesvolle distributeurs te ontmoeten en te spreken, alsook naar hun verhalen te luisteren en hun werkwijze te leren kennen.

Door regelmatige(wekelijkse) deelname leer je succesvolle en lokale distributeurs kennen uit je regio. Daardoor is er een constante "**support**", wat je zal helpen om sneller je successen te behalen.

De zakelijke presentatie is er voor jou:

- Je support-systeem
- Je bijeenkomsten om te leren
- Waar je je gasten mee naartoe kunt nemen. Breng minstens één gast mee naar elke BOP.
- Waar je andere distributeurs ontmoet, het bewezen ondersteuningsprogramma van Forever zal je inspireren.



Niet te vergeten:

- Zakelijke kleding
- Stiptheid
- Actieve deelname



Voorbeelden:

U: De presentatie is op dinsdag om 20h00 uur, ben je erbij?

Prospect: Ja!

LET OP!

Dit is nog geen definitieve bevestiging, de bevestiging moet nu door details definitief gemaakt worden.

Voorbeelden :

- Hoe ver is het van bij jou thuis naar de plaats van de presentatie?
- Weet u waar de presentatie doorgaat? U kent de locatie?
- Weet je waar je kan parkeren?
- Tot hoe laat denk je dat je die dag moet werken?
- Kom je rechtstreeks van je werk of ga je nog eerst naar huis?
- Kunnen we om 19h30 afspreken?
- Bij de ingang is een gele bloembak, daar zal ik om 19h30 uur op je wachten.
- Ok, dan wacht ik daar op jou.
- Moest er onverwacht iets tussenkomen, laat het mij dan tijdig weten, ok?
- Laat mij daar niet alleen staan aan die gele bloembak!



Extra bevestiging:

Als je rechtstreeks van het werk komt en je heb nog wat tijd over, wil je mij dan een plezier doen ...

- Breng mij dan van bij het benzinestation wat ijs mee voor in onze energie drank?
- Kan jij nog een bekende van mij meebrengen?
- Een bestand 5x uitprinten en meebrengen?
- Etc...



Belangrijk:

Hoe meer details er zijn overeengekomen, hoe meer verantwoordelijkheid je de prospect geeft, des te groter is de kans dat hij daadwerkelijk aanwezig zal zijn.

Het werkelijke opkomstpercentage verhoogt hierdoor aanzienlijk.



Bel de prospect nogmaals op de dag van de presentatie!

Hoi Max, ik ben onderweg, het exacte adres van de locatie heb je dat, ja?

Super! Weet je waar je makkelijk kan parkeren..... Geweldig, dan zie ik je straks!



Na de presentatie van het bedrijf: KOM TER ZAKE!

De volgende vragen zijn zeer belangrijk om van de prospect een duidelijke beslissing te krijgen na het bekijken van de business presentatie.

- Gebaseerd op de informatie die je nu hebt gezien, hoeveel geld zou je moeten verdienen zodat dit ook voor jou interessant zou zijn?
- Hoeveel uur per week ben je bereid om te investeren om dat bedrag van € te bereiken?
- Hoeveel maanden zou je jezelf de tijd te geven om het bedrag van € op te bouwen?
- Als ik je een plan laat zien waarmee je € per maand kan verdienen met een tijdbestek van .. uur per week voor de volgende .. maanden, ben je dan bereid om nu met ons van start te gaan?



Waarom zijn MEETINGS zo belangrijk?

FOREVER SUPER
SATURDAY!



Ontmoet Forever

Hier zijn enkele redenen waarom meetings en business presentaties aan groepen zo effectief werken en waarom het belangrijk is om prospects hiervoor uit te nodigen.



1. Enthousiasme

Het is veel gemakkelijker om enthousiasme te tonen, je bent niet de enige die enthousiast is, er is extra steun van collega's. Je kan hier gebruik maken van de **DERDE PARTIJ**, één van de krachtigste tools die er bestaat. Mensen worden dan ook sneller enthousiast en je bouwt er extra vertrouwen mee op, waardoor mensen sneller de juiste beslissing nemen.

2. Professionalisme

Een vriend kan je makkelijk afleiden met allerlei gespreksonderwerpen die niets met de business te maken hebben. Indien je andere en succesvolle distributeur inschakelt, creëer je een professionele sfeer en scoor je betere resultaten. Je prospect zal zich in zulke sfeer coöperatiever en zakelijker opstellen.

3. Besluit na de feiten

Soms is een vriend geneigd om eerder jou en je verleden dan de zakelijke mogelijkheid te beoordelen. Met een groepspresentatie zijn de kansen groter dat de potentiële nieuwe partners de onderneming en de feiten beoordeeld, dan dat hij u beoordeelt. De succesvolle collega's worden tijdens de presentatie als professionals beschouwd.

4. Eenheid is kracht

Het is veel gemakkelijker gemotiveerd en optimistisch te blijven als je in een team werkt. Je verliest de angst voor afwijzing en laat je minder snel ontmoedigen.

5. Doel van de trainingen

Elke presentatie is voor de nieuwe partner een leermoment, een manier om nieuwe contacten te leggen en een mogelijkheid om kennis te vergaren. Als gevolg hiervan, zal je nieuwe partner overtuigender worden in het presenteren en toelichten van het zakelijk idee. Dit geeft op zijn beurt een positieve invloed op jouw toekomstige succes.

6. Presentators en waarnemers

Iedereen heeft iets anders te bieden of te vertellen.

De waarnemer kan de presentator helpen om zijn technieken bij te schaven.

Het is jouw verantwoordelijkheid om je nieuwe partners te helpen, afspraken vast te leggen om in de eerste week samen minstens 1 andere meeting, presentatie of training bij te wonen zodat ze snel vaardig worden. Dat helpt hen over de drempel, over de angst om mensen te contacteren en dat helpt jou om samen met de nieuwe distributeur een flitsende start te maken.



Een goede CONTACTENLIJST is GOUD waard!



U kent meer mensen dan u in eerste instantie denkt!

Zodra u een contactenlijst gaat maken, komt u erachter wat wij bedoelen.

De contactenlijst is het belangrijkste “**kapitaal**” dat u heeft.

Maak deze volgens de structuur en de aanwijzingen zoals hieronder in de **drie stappen** is aangegeven.

- Maak samen met uw Coach een eerste selectie uit uw contactenlijst en bespreek vooraf hoe u deze mensen het beste kunt benaderen.
- Uw contactenlijst is in eerste instantie een belangrijke basis voor uw Netwerk Marketing activiteiten. Denk niet voor een ander. Niemand weet precies wat er zich in uw hoofd afspeelt, dus u weet ook niet wat er in het hoofd van een ander omgaat. Maak uw contactenlijst “**zonder vooroordelen**”. Alleen door het stellen van enkele simpele en concrete vragen zult u er achter komen of iemand op zoek is naar verandering en tijd wil vrijmaken om serieus naar de mogelijkheden van Forever te kijken.
- Maak z.s.m. 1 tot 2 uur vrij om uw contactenlijst te maken op een gestructureerde wijze. *(voornaam achternaam / telnr. gsmnr. / e-mailadres)*
Verderop in dit hoofdstuk treft u een voorbeeld van de structuur van een contactenlijst aan.
- **Stap 1:**
Beschrijf uw “levensloop”, namen die u kent m.b.t. uw familie - schooltijd - vorige en huidige werkkringen - verenigingen - omgevingen waar u gewoond heeft.
- **Stap 2:**
Print de basislijst uit en zoek voor associaties volgens **FROG**, wie kent u nog meer met:

F = Family	dezelfde voor- of achternaam
R = Recreation	dezelfde hobbies
O = Occupation	hetzelfde beroep
G = Geography	uit dezelfde omgeving
- **Stap 3:**
Mensen die u herkent en niet bij naam kent, mensen die u dagelijks / wekelijks tegenkomt (tankstation / winkels etc.).
- Uw contactenlijst zal voortdurend worden aangevuld met namen die u te binnen schieten.
Wees nooit bevooroordeeld!
Wij zitten niet in een business waarin wij mensen vooraf beoordelen op wat wij denken dat zij nodig hebben of zouden moeten doen.
Wij zitten in de business waarin wij mensen een opportunity bieden om hun lifestyle te veranderen en waarin wij prospects het recht geven om zelf te bepalen of zij daarbij betrokken willen zijn!



TIJDSPLANNING		WEEK:			MAAND:		JAAR:	
TIJDSBLOK	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO	
	/	/	/	/	/	/	/	
09 - 10h								
10 - 11h								
11 - 12h								
12 - 13h								
13 - 14h								
14 - 15h								
15 - 16h								
16 - 17h								
17 - 18h								
18 - 19h								
19 - 20h								
20 - 21h								
21 - 22h								
22 - 23h								

TIJDSPLANNING		WEEK:			MAAND:		JAAR:	
TIJDSBLOK	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO	
	/	/	/	/	/	/	/	
09 - 10h								
10 - 11h								
11 - 12h								
12 - 13h								
13 - 14h								
14 - 15h								
15 - 16h								
16 - 17h								
17 - 18h								
18 - 19h								
19 - 20h								
20 - 21h								
21 - 22h								
22 - 23h								

WEKELIJKSE PUNTEN ACTIVITEITEN SHEET

ACTIVITEIT	PUNTEN	WEEK:							MAAND:			JAAR:		TOTAAL
		MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO						
Contact/Prospect getelefoneerd	4	/	/	/	/	/	/	/						
Een 1 op 1 gedaan	5													
2de Telefoongesprek gedaan(opvolging)	2													
DVD/Website gedeeld	2													
Een bedrijfspresentatie gedaan met A4 presentatiemap	4													
Aanwezig op een Ontmoet Forever	2													
Iemand meegebracht naar een Ontmoet Forever	2													
Een nieuwe Assistent Supervisor gesponsord	5													
Aanwezig op een Sherpa training	5													
Eerste lijn distributeurs gedupliceerd	7													
Getelefoneerd met klanten	2													
Een nieuwe klant aangebracht	3													
Een productinfo avond gedaan	3													
Een testbox uitgezet	3													
Producten verkocht	3													
Aanwezig op Succes Day/ Super Saturday	5													
PRIDE = 35 PT		GOOD = 65 PT			DIAMOND = 100 PT			TOTAAL PUNTEN:						

