



YOUNG LIVING  
ESSENTIAL OILS



TEAM OETO  
2. ARBEITSKREIS DEUTSCHLAND 2013

HERZLICH WILLKOMMEN!

# *Persönlichkeitsentwicklung I*



## **Die Geschichte von Ed und Bill**

Buchtipps: "Der Cashflow Quadrant" von Robert Kiyosacki

# Geschäftsentwicklung I



## Die Einladung per E-Mail

### Vorgehensweise:

- **Veranstaltungsankündigung an [info@oetq.net](mailto:info@oetq.net) schicken**
- in die Betreffzeile kommt: Verteiler XXXX (Name der Stadt)
- in die Mail kommt am Anfang die gewünschte Betreffzeile für die Aussendung
- danach die vollständige Einladung (Datum korrekt? Wochentag korrekt? Ort korrekt?)
- unten die Anlagen (Flyers etc.) - *Einladen, die Flyers auszudrucken und weiterzugeben!*

### Frist zur Versendung durch den Verteiler:

1. Mail: 3 Wochen vorher (wird spätestens 2 Wochen vor Veranstaltung versendet)
2. Mail: 2 Wochen vorher (wird spätestens 1 Woche vor Veranstaltung versendet)
3. Mail: 5 Tage vorher (wird spätestens am Tag vor der Veranstaltung versendet)

Dadurch kann die rechtzeitige Versendung gewährleistet werden - *3 Tage vorher ist zu knapp*. Seit Umstellung auf [oetq.net](http://oetq.net), dessen Webhost wesentlich strengere Sicherheitsauflagen hat, ist die Versendung des Verteilers nur noch über Mailchimp möglich, und das benötigt etwas mehr Zeit als die Weitersendung aus der AppleMail am Computer.

**Dreimalige Zustellung ist essentiell für den guten Erfolg einer Kampagne!!!**

## Weitere Erfolgsfaktoren

- Gute, Interesse-erweckende Betreffzeile
- **copywriting-skills** ("ich schreibe eine E-Mail und alle kommen!")
- **die Energie und Aufmerksamkeit, die ihr hinter eure Ankündigung legt**
- **keine Fehler bei Datum, Zeit- und Ortsangaben**

Last minute Versendungen haben meistens keine (oder eine stressige) Energie, strotzen bisweilen vor Fehler und haben meist auch keine inhaltliche Substanz.

Zudem verärgern Einladungen, die bisweilen weniger als 24 Stunden vor der Veranstaltung beim Rezipienten eintreffen diesen, speziell, wenn er gerne zu der Veranstaltung gekommen wäre, jedoch schon anderweitig geplant hat.

## Adressdatenbank

### Die monatliche Weiterleitung

- **der Interessentenkontakte (nach Städten geordnet)**
- **der Neudistributoren**
- **der neuen OETQ Leaders**

**zur Aufnahme in die Verteiler 1) Interessenten (nach Städten geordnet), 2) Distributoren und 3) Leaders an [info@oetq.net](mailto:info@oetq.net) am 30. des jeweiligen Monats ist Voraussetzung für einen funktionierenden Verteiler.** Es ist leider unmöglich, Einladungen in eine Region zu versenden, von der noch keine Kontaktdaten vorliegen und der Adressverteiler bleibt klein, wenn die Kontaktdaten nicht weitergeleitet werden.

**Bitte die OETQ Excel-Liste für die richtige Weitergabe von Adressdaten verwenden!**

WICHTIG: jedes Feld, welches leer gelassen wird, weil keine Daten vorliegen, wirklich **leer** lassen. Keine Punkte . Striche - oder Nullen 0 - das sabotiert die Versendesoftware und kann nicht nur die Versendung einzelner Mails, sondern sogar die ganze Aussendung blockieren.

**Diesselbe Thematik besteht für alle, die ein eigenes Verteilersystem betreiben.**  
*Ed oder Bill – Eimerschleppen oder Pipelines betreiben?*



# Geschäftsentwicklung II

## “Einladen, Präsentieren, Trainieren”

*(Invite - Present - Train)*



## Die Präsentation

### Arten der Präsentation

- 1 Minuten Präsentation (mit Einladung zu Einzelpräsentation/Vortrag/Webinar)
- Einzelpräsentation
- Vortrag/Seminar
- Webinar

### Grundprinzipien jeder Präsentation

1. **Langweile nicht den Interessenten** – halte es kurz, einfach und spannend
2. **Sei relevant** => präsentiere nur auf den Nutzen des Interessenten bezogen. Die Vorteile für den Interessenten sind das Einzige, was ihn interessiert – nicht technische Einzelheiten.
3. **Sei enthusiastisch**, begeistert und lächle
4. **Zeige das Produkt** und deine Liebe für das Produkt
5. **Erzähl Geschichten** und persönliche Beispiele
6. **Beobachte die Körpersprache deines Interessenten und höre ihm genau zu!**
7. **Konzentriere dich vollständig darauf, das Leben des Interessenten zu verbessern** und seine Probleme zu lösen. Konzentriere dich nicht auf deine Interessen/dein Geschäft.

# *Geschäftsentwicklung II*

## **Die 10 Kommunikationsqualitäten** - Tim Sales



1. Sei am Interessenten interessiert.
2. Sei durch nichts abgelenkt.
3. Habe einen aufrichtigen, freundlichen Gesichtsausdruck.
4. Nutze das richtige Maß an Bestimmtheit.
5. Kommuniziere ungezwungen – keine Anspannung, Druck, Falschheit, nicht einstudiert klingen, kein Stottern oder Unschlüssigkeit.
6. Stelle sicher, daß Dein Körper den Interessenten nicht ablenkt.
7. Sprich die Wahrheit.
8. Wisse, worüber Du sprichst.
9. Kommuniziere auf der Verständnisebene des Interessenten.
10. Habe die Intention, das Leben des Interessenten besser zu machen.

# *Geschäftsentwicklung II*

**“Einladen, Präsentieren, Trainieren”**

*(Invite - Present - Train)*



**Die Präsentationsformel** - Tim Sales

**1. Grüßen**

**2. Qualifizieren**

**3. Präsentieren**

**4. Abschliessen und zur Handlung anregen**

**5. Nachbetreuung und Nachhaltigkeit** (follow up and follow through)

# Geschäftsentwicklung II

## “Einladen, Präsentieren, Trainieren”

*(Invite - Present - Train)*



## Die Präsentationsformel

### ad 1) Grüßen

- **sich selbst vorstellen** oder vorstellen lassen
- **das Thema** der Präsentation **vorstellen**

### ad 2) Qualifizieren

- ist der Interessent am Thema/Produkt/Geschäft interessiert?
- **kann das Thema/Produkt/Geschäft** dem Interessenten **helfen?**
- **kann ich** dem Interessenten **helfen?**
- **will ich** dem Interessenten **helfen?**
- **will sich der Interessent helfen lassen?**

Bester Inhalt  
Bestes Format  
Bester Ort  
Beste Person

# Geschäftsentwicklung II

## “Einladen, Präsentieren, Trainieren”

*(Invite - Present - Train)*



### ad 3) Präsentieren

- **sich selbst vorstellen** oder vorstellen lassen
- **das Thema** der Präsentation **vorstellen**

### ad 4) Abschliessen/zur Handlung anregen

### ad 5) Nachbetreuung und Nachhaltigkeit

1. Follow up and follow through – beim 8.Kontakt innerhalb von zehn Tagen die grösste Erfolgsrate

80% aller Abschlüsse erfolgen nach dem 5.Kontakt! Leider geben aber über 50% der Distributoren/Verkäufer nach dem 2.erfolglosen Versuch bereits auf....

21 exposures on average before someone buys something

# *Persönlichkeitsentwicklung III*



**“Programmierung des Unterbewusstseins”** – *Ätherische Öle und Literatur*

Mathilde Helm:

**Die Wissenschaft des Reichwerdens und ätherische Öle, die uns dabei unterstützen**

*Buchtipp:* **“Die Wissenschaft des Reichwerdens”** von Wallace D. Wattles

# Geschäftsentwicklung III

**“Einladen, Präsentieren, Trainieren”** (Invite - Present - Train)



## **TRAINING VON FÜHRUNGSKRÄFTEN**

- Das Strategiegelgespräch
- persönliches Coaching + zwei- bis dreimal in der Woche Kontakt
- wöchentliche Konferenzen (Telefon, Skype, andere Medien)
- Regelmäßige Ausbildungen
- Monatscoaching => “First of the Month Coaching”
- gemeinsame Analyse der Vertriebsorganisation
- Funktionen des Downlineviewers
- Einhalten und Vorleben des Ethikcodes (Young Living's “Goldene Regel”)
- “Edifizieren”
- Gemeinsame Veranstaltungen (Öleseminare, Webinare)
- Gemeinsame Messen und Trainings

## Die Geheimnisse erfolgreicher Duplikation

- Folge dem System, folge dem System, folge dem System
- Verwendung der gleichen, erstklassigen Materialien
- Schaffung eines regelmäßigen, hochklassigen Veranstaltungszyklus
- Gemeinsamer Verteiler, gemeinsame Infos, gemeinsame Internetauftritt

## Das Strategiegelgespräch

3. 5. 1. Would you be open with a side project that does not interfere with what you are doing?
  2. Why would you be open to a side project? Why would you be open to make some more money right now?
  3. What would you do with the money?  
Dig for their real need - you know the need, you are in the drivers seat
  4. Are you serious about this?
  5. If you are serious, would you be open to this?
- 
6. 1. Do you ever get the feeling that you are called to help other people (appeal to their higher purpose?)
  2. Are you serious about that?

You are really selling them the idea that they can do what you are doing

7. Would you consider? - Ins Auge fassen - In Betracht ziehen, erwägen,

# *Persönlichkeitsentwicklung IV*



Kapalika Kemmann

**“The best salesman in the world”** (Der beste Verkäufer der Welt) von **Og Mandino – Zehn Schriftrollen, die dein Leben verändern können**

# *Geschäftsentwicklung IV*

## **Das "First of the Month Coaching"**

für Eure Downline und die drei Kennzahlen

- 1.) Mitgliederwachstum
- 2.) OGV
- 3.) Kommission



## Die fünf Bereiche aus denen neue Kontakte entstehen

### 1. Klassisches Networking

**A Warmkontakte:** bestehendes Netzwerk; Freunde; Familie

**B Kaltakquise:** Kontaktieren von Zielpublikum wie Selbsthilfegruppen, Spas, Yogastudios, Heilpraktiker

**C Direktkontakt:** Menschen auf der Strasse, im Flugzeug, im Geschäft oder Restaurant ansprechen

### 2. Vorträge, Seminare und Ausbildungen – *Flyern an Orten, "die sich ergeben"*

### 3. Messen

### 4. Social Media: Foren, Diskussionsboards; Facebook, Twitter, LinkedIn,

### 5. Blogs: Onlinetagbuch sowie Webseite <=> kombinierte Strategie, auch verlinkt mit Social Media

## *Geschäftsentwicklung IV*



## **Strategische Ausrichtung unseres Produktmarketings für die kommenden Monate**

**ComforTone Aktion zur Darm-Leberreinigung:** jeder Distributor erhält zu einer Darm-Leber-Reinigung mit *ComforTone, Detoxzyme und JuvaPower*, die er macht, **gratis eine Dose ComforTone vom Team OETQ** dazu.

*Die Darm-/Leberreinigung ist die beste Vorbereitung für die Arbeit mit den*

**1.) A.R.T. Orchidee Produkten:** Luba Vozar, PhD, die Entwicklerin der A.R.T. Orchidee Produkte, gibt eine YL Europa Tour und kommt am 20.Mai nach Berlin und am 21.Mai nach Hamburg. Zusammen mit der Anwendung der A.R.T. Orchidee Serie starten wir das *Beauty At Home* Programm, welches nicht nur die Kosmetikprodukte, sondern auch die Darm-Leberreinigung mit einbezieht. *Beauty At Home* stellt eine Ergänzung zu *Wellness At Home* dar – das *Wellness At Home* Modul 3 ist eine Sonderausgabe mit Schwerpunkt "Beauty At Home"

**2.) Die Slique Experience:** die Slique Kur und Produkte, schon im Webinar vorgestellt, sind ein neuer, wichtiger Schwerpunkt für ein grosses Segment: Gewichtsmanagement. Die Powerpoint-Präsentation steht für alle aktiven Vortragenden von Team OETQ zur Verfügung – es empfiehlt sich, selbst einmal die Slique Kur zu machen (sofern die Notwendigkeit besteht).