

Team OETQ MESSETRAINING

MESSEORDNUNG

5 Ordnungen auf einer Messe

1.) Ordnung in der Messevorbereitung:

Organisation der Räume für Seminare am Abend in der Messestadt

Einladung der bestehenden Kontakte in der jeweiligen Stadt zur Messe sowie zu den Seminaren im Umfeld der Messe (Mailblast - 2 Wochen zuvor, - eine Woche zuvor, - einen Tag zuvor)

Erstellung der Flyer für Seminare und für Vorträge an der Messe selbst – wenn möglich Verteilung der Flyer 2 Wochen vor Messe in der ganzen Stadt, sodaß auch so Neukontakte gefunden werden.

2.) Ordnung am Messestand (Fläschchen wieder zurück an ihren Platz, nach jedem Interessierten Messestand aufräumen) - ein schöner, aufgeräumter Messestand zieht an, hat Klarheit und erleichtert Präsentationen. 1 - 2 - 3 Stationensystem! (1.Station: Empfang 2.Station: Empfang 3.Station: tieferes Gespräch im Inneren des Messestandes) - wichtig ist hier, die Fläche vor dem Messestand immer wieder freimachen, sodaß neue Leute wieder Platz haben direkt vor dem Messtisch (Räume beachten und dynamisch verwenden!)

3.) Ordnung im Anlegen der Kontakte (Kontaktliste): - unaufdringlich beaufsichtigen, daß E-mail leserlich ist, wenn web.de fragen, ob alternative E-mail Adresse vorhanden) - während die Person sich in die Liste einträgt von der Seite her freundlich fragen:"Haben Sie auch eine Telefonnummer? Könnten Sie bitte diese auch dazuschreiben?" Weiters: bei jeder Person zwei Ansprechpunkte notieren, über die man gesprochen hat, Interessen, welche Öle interessierten, welche Öle gekauft - diese hilft dann bei der Nachbetreuung. Ordnung im Kontaktgespräch bedeutet auch, während des Messegesprächs bereits die telefonische Nachbetreuung vorzubereiten (ein, zwei Gesprächspunkte bereits geistig notieren).

4.) Ordnung in der Abrechnung (Verkäufe): sollte sofort am Sonntag abend knapp vor Abbau des Messtisches erfolgen, sodaß alle Teilnehmer bereits ausbezahlt werden können/Geld für die Produkte sofort an die Eigentümer der Produkte (z.B. Verein) geht.

5.) Ordnung in der Nachbearbeitung: telefonischen Kontakt innerhalb der ersten 72 Stunden aufnehmen. Ideal ist innerhalb von 24-48 Stunden!!! Das Gespräch vom Messtisch zwanglos fortsetzen (gemütlich/interessiert/fasziniert/spannend etc.), sodaß das Feeling einer Kontinuität entsteht. Sehr hilfreich: Namen, Interessen, Probleme etc des jeweiligen Interessenten parat haben.

WICHTIG: das Thema der Nachbetreuung ergibt sich schon aus dem Messegespräch. Es kann sich sogar eine Serie von Telefonaten daraus ergeben, eine gute Bekanntschaft kann entstehen. Auch nachfragen, ob die E-Mails angekommen sind - das ist ein wichtiger Anknüpfungspunkt. Was kann ich anbieten? Folgetermine in der Stadt, Seminare? Einsatz des Interessentenprofils: dieses

wird bereits an der Messe für jede einzelne Person angelegt und dient dann als Grundlage für die telefonische Nachbetreuung. Weiteres Ziel der telefonischen Nachbetreuung: das Interessentenprofil so weit wie möglich zu vervollständigen! Fragen! Fragen! Fragen! Die Leute kommen oft in den Fluß, wenn sie über sich selbst reden können, dann ist die Nachbetreuung nicht tote Hose. Zuhören, zuhören, zuhören. Wenn's wieder stockt, wieder fragen.

GENERELL

Ordnung in der Gesamtkoordination: die Messeleiterin/Messeleiter sind die Führungskräfte, nichts an ihnen vorbei veranlassen. Die Messeleiter stehen direkt mit Team OETQ in Verbindung - es gibt Gründe, warum bestimmte Leute eingeladen werden, an der Messe teilzunehmen. Ziel ist eine gerechte Verteilung für alle Aussteller im OETQ-Team. Nicht selber irgendwelche Leute zur Messe mitbringen sondern absprechen - wen, wann (an welchem Tag), mit welcher Zielsetzung.

Weiteres Ziel: Ausbildung unserer Downline für weitere Messen, sodaß diese irgendwann selbsttätig Messen machen kann. Dies erzeugt Langlebigkeit in der Organisation – Linien treiben, in jeder Linie solange, bis der nächste Leader aufgetaucht ist! Mit diesem nächsten Leader wieder Messetraining geben und dann bei Messen einsetzen!!!

MESSEGESPRÄCH

Stationsbetrieb

Station 1 und 2: links und rechts vor dem Messestand: Erstkontakt, Eröffnungsgespräch, Warenproben

Station 3: im Messestand, sitzend auf den 2 Stühlen: Vertiefungsgespräch, tiefergehende Warenproben, Einschreibung

Fragen an Messebesucher

Station 1 oder Station 2: “Was würde Sie interessieren?”

Es gibt Öle die kräftigen, Öle die erfrischen, Öle die harmonisieren, Öle die beruhigen, Öle, das Selbstvertrauen fördern, Öle, die die Gesundheit unterstützen, Öle die Schmerzen lindern, Öle die spirituelle Wirkung haben, Öle, die schützen oder auch einfach Öle die happy machen!”

(Ideal: pro Person 3 von diesen auswählen lassen, dann das jeweilige Öle präsentieren und verkosten)

“Was haben Sie gespürt?”

Fühlen Sie doch etwas in sich hinein. Was fühlt sich anders an wie vorher?”

Station 3: “Sie werden ja noch einige Zeit auf den Füßen sein. Darf ich Ihnen etwas zur Stärkung Ihrer Füße anbieten?” (Valor Anwendung oder andere spezieller Ölewendung z.B. Emotionale Klärung, um die Person im Stand im Sitzen weiterzubetreuen)

Wer fragt führt!

Kurze Antwort, lächeln, wieder fragen.

Deine Aufgabe:

Wer kauft etwas damit es ihm schlechter geht? Jeder Mensch will, dass es ihm besser geht, wenn er etwas kauft. So geht es dir, und so geht es jedem anderen Menschen. Du hast dir sicher noch nie etwas gekauft mit dem Vorsatz, daß es dir nachher schlechter geht!

Wenn ich die Person reden lasse, gebe ich ihr nicht viel Service. Die Person erzählt nur, was sie eh schon weiß (viele Person reden nur, um sich zu beweisen, lernen jedoch dabei nichts Neues). Wenn ich intelligente Fragen stelle, erfahre ich erstens mehr über die Person, zweitens kann ich sie dahin führen, zu lernen. Und das ist ja meine Aufgabe, die Person weiterzubringen, der Person einen Vorteil zu verschaffen, das Leben der Person zu verbessern helfen!

Sinn der Gesprächsführung am Messestand

- mehr Informationen geben => dadurch Bekanntheit schaffen => der Interessent bekommt dadurch mehr Verständnis => der Interessent beginnt es zu mögen => die wiederholten Warenproben/Verkostungen führen zu mehr Vertrauen => das Vertrauen führt zu Kauf/Einschreibung.

Der Sinn jeden Kontaktes ist der nächste Kontakt.

Der Sinn jedes Follow Up ist der nächste Follow Up.

Der Sinn jeder Präsentation ist die nächste Präsentation.

Die meisten Abschlüsse/Verwandlungen werden nach dem 8. Follow Up innerhalb von 10 Tagen gemacht!

„Wenn Sie wollen, stehe ich Ihnen auch gerne für spezielle Fragen zur Verfügung. Meine Skype ID ist, meine E-Mail....., meine Telefonnummer..... Rufen Sie doch einfach an!“ *Austausch der Visitenkarte, hilft dir dabei, diese Person weiterzubetreuen.*

Bei jeder Kontaktnahme auf die nächste verweisen:

„Ich rufe Sie nächste Woche wieder an. Ist Ihnen Montag oder Mittwoch recht?“

„Wir haben dann und dann wieder ein Seminar – ich würde mich freuen, wenn du dabei sein könntest! Hast du Freunde, die das auch interessieren könnte?“ Das Verabreden des nächsten Treffen gleich nutzen, um Empfehlungen zu bekommen!

MESSETISCHAUFBAU

Vordere Reihe

Ölekollektionen/Spezialthema (von links nach rechts):

Raindrop - Golden Touch I/II - Everyday Oils/Essential 7 – Feelings – Seventh Heaven – Bibelöle – Spezialthema (z.B. Slique Kur)

Raindrop (von links nach rechts):

Oregano – Thymian – Basilikum – Zypresse – Wintergrün – Majoran – Aroma Siez – Pfefferminze – Valor

Golden Touch I/II (von links nach rechts):

Endoflex – DiGize – Melrose – Thieves – JuvaFlex – Raven – R.C. - Aroma Life – Relieve It – M-Grain – Clarity – Mister – Dragon Time – Gentle Baby

Everyday Oils/Essential 7

Joy – Purification – Peace & Calming - PanAway - Zitrone – Pfefferminze – Lavendel -- Weihrauch – Thieves – Valor

Feelings

Valor – Harmony – Forgiveness – Present Time – Release – Inner Child

Seventh Heaven

White Angelica – Awaken – Gathering – Inspiration - Humility – Sacred Mountain - Dream Catcher

Bibelöle

Sandelholz – Cassia – Zedernholz – Zypresse – Weihrauch – Myrrhe – Galbanum – Hyssop – Myrthe – Onycha – Cistus – Narde

Spezialthema (alternativ):

Slique Kur (von links nach rechts): Power Meal/NingXia Red(hinten) – Slique Essence (vorne) – Slique Tee (vorne) – Detoxyme/Essentialzyme-4 (hinten)

ART Orchidee (von links nach rechts)

ART Beauty Maske/ART Creme Mask/ART Renewal Serum (vorne mittig)

Prospekte vorne bei den jeweiligen Produktgruppen

Hintere Reihe

Bücher/Ölesetspackungen/Nahrungsergänzungen/Schönheitspflege/

Im Background

Interessentenlisten/Produktkatalog/Verkaufsöle etc.

ABLAUFSHEET ORGANISATION MESSEN:

1. **Vor der Messe E-mails an den Verteiler** der jeweiligen Stadt schicken, **Freikarten/vergünstigte Eintrittskarten anbieten**
2. **auf der Messe Privatpräsentationen anbieten; Öle notieren**, die Kunden kaufen (wichtig, weil dann in der Nachbearbeitung fragen kann, wie das Öl wirkt).
3. **Nachbearbeitung Messe: in den ersten 2 Wochen nach Messe sind die Kontakte noch warm.** Leute anrufen, an den kommenden Vortrag erinnern, Privatpräsentationen anbieten
4. **in den ersten zwei Wochen nach der Messe: eine Reihe von Vorträgen/Seminaren, um die Neukontakte weiter zu informieren** (mehr Verständnis schaffen!) gemäß der Formel kennen – mögen – vertrauen.
5. **Nachbearbeitung Vortrag:** Adressliste; Kurse; Visionsreise; Telefonate; Privatpräsentationen; Einschreiben von Neudistributoren

Checkliste für Aufbau und Betreuung eines Young Living Messestandes 4m²:

Materialien Standaufbau:

- 1 Tisch ca. 70x140cm oder 90x 160cm Fläche
- 1 Tisch ca. 70x70 cm Fläche (optional)
- 2 runde Stehtische ca Ø60cm (optional, für Fernseher etc.)
- 2 Klappstühle
- 1 Banner
- Tischdecken für die Tische(wichtig auch zum Zudecken der Ware über Nacht)
- Evtl. eine kleinen Beistelltisch (für Kasse und Zubehör)
- Checken ob es Trennwände gibt (auch zum Aufhängen des Banners) evtl. Paravents besorgen

Zubehör:

- Schere,
- Stifte,
- Paketschnur, Tesa,
- Pinnadeln
- Schreibblock
- Taschenrechner,
- kleine Klebetiketten (um die Flaschen der Wasserbar sowie Produkte mit Namen zu versehen)
- Eine Kasse mit Wechselgeld (dokumentieren wie viel Anfangsbestand!)
- Laptop mit Internet, um Interessenten gleich einschreiben zu können (Webstick ausleihen)
- Wasser und Plastikbecher für die Wasserbar
- Wasserkrüge für die Wasserbar
- Müllbeutel und Mülleimer
- Wasser für den Diffuser
- Bücher zum Thema: Desk Reference, Bibelöle, Ningxia Red
- Fernseher und DVD Player (optional)
- Verlängerungskabel und Steckdosenleisten

Werbematerialien von Young Living:

- Ätherische Grundbausteine (!!!)
- Ningxia Red Broschüre

Thieves Broschüre

Die 5-Tage Entschlackung

Slique Info

Produktkatalog (sehr sehr wichtig – jeder aufrichtig interessierte Besucher sollte einen Katalog mitnehmen!!!),

leere Flaschen 2ml (um Proben zu verkaufen),

Ölflaschen Aufkleber,

Probepäckchen Ningxia Red,

YL Taschen

Werbe CD (from Seed to Abundance) im Start Living Kit

Vergütungsplan 2013

Für die Messe mitbringen oder ausdrucken:

- **alle OETQ Papiersorten** (50- 100 Stück)
- **Preislisten** YL Einzel und Grosshandel (mindestens 30 Stück)
- **Produktkatalog Young Living** (hervorragend für tiefer Interessierte!!) (mindestens 10 Stück)
- **Liste für E-mail Kontakte** (Infobriefe, Praxisgruppen, persönliche Präsentationen)
- **Flyer** zu Messevorträgen/Abendseminaren/nachfolgenden Öleabenden
- **Verkaufliste zur Abrechnung des Messestandes**
- Produktinformationsseiten (optional)
- (Preisschilder zum Aufstellen) (optional)

Visitenkarten und/oder Aufkleber:

es sollten von allen am Stand anwesenden Personen Visitenkarten (und Aufkleber) vorhanden sein, damit der Kontakt sich gleich an die richtige Person wendet, gleiches gilt für die E-mail Liste!!!

Es kann auch ein Stempel benutzt werden, allerdings sollte man auf Aufkleber (Etiketten z.B Staples oder Zweckform) stempeln, da die Stempel auf den Broschüren verwischen.

Evtl. Aufkleber und Visitenkarten erst nach erfolgtem Gespräch auf die Materialien kleben.

Infomaterial nicht wie Flyer verteilen – nur im Verlauf eines guten Gesprächs immer noch eine Unterlage nachreichen, macht sich gut!

Es gibt immer Menschen auf Messen die nur möglichst viele Broschüren mitnehmen wollen, diese dann nie lesen und wegwerfen! Solche Personen nicht „bestücken“ sondern versuchen, ins Gespräch zu kommen, Produktproben zu geben, ihren Kontakt zu nehmen. Vergabe von Unterlagen nur, wenn der Interessent zuvor etwas „gegeben“ hat, z.B. seinen/ihren Kontakt!

Produkte zum Präsentieren:

- Diffuser
- Everyday Oils
- Essential 7,
- Slique Experience
- Golden Touch Set,
- Raindrop Technique
- Feelings Set
- BibelÖle Set
- Ningxia Red Flasche ,
- Wolfsbeeren 453g Pack,
- Einzelöle zum testen. (evtl. aus anderen Städten zusammen leihen.)
- Wasserkrüge für ätherischer Öle Wassermischung (Zitrone, Mandarine, Orange, Copaiba)

- dafür auch Wasser und Plastikbecher besorgen.
- Eine Glasschale für die Wolfsbeeren
 - Für alle Produkte Preisschilder mit Einzel und Großhandelspreisen

Zum Verkaufen:

15ml der beliebtesten Öle, damit 2ml abgefüllt werden können (z.B. Valor, Lavendel, Purification, Zitrone, Thieves,...)

auch Daily Oils Kits, dann die Öle einzeln verkaufen.

Gesamtes Sortiment bzw. das, worauf du selbst Schwerpunkte legst! Andersrum: lege Schwerpunkte auf das, was gerade zum Verkauf da ist, denn für die Erfahrung des Kunden ist es wichtig, gleich etwas mit nach Hause nehmen zu können und sich dadurch sein Leben zu bereichern/zu verbessern. Das erleichtert dann wiederum den nächsten Follow-Up.

Grundsätzliches zum Verkaufen:

Unbedingt alle Produkte mit kleinen Etiketten, auf welchen das Kürzel des Eigentümers draufsteht, versehen, dann kann beim **Verkaufen in der Liste vermerkt werden, wem das Öl gehörte!**

In der Mappe als Vorlage (sodaß nach Bedarf nachkopiert werden kann!) bzw als Files im Laptop:

Was sind ätherische Öle therapeutischer Qualität?

Preislisten Einzel und Großhandel

Preisschilder zum Aufstellen (.PDF und .doc)

Verkaufsliste (.pdf)

Newsletterliste (.pdf)