

**Региональная программа развития
профессиональных навыков
консультантов в MLM индустрии.
Собери 22 кейса от Мастеров Региона**



«Master Box»

Каждую среду обучение от МАСТЕРОВ Региона!
Темы вебинаров - современные результативные техники работы, которые спикеры сами применяют на практике.

Самые ценные методы – это проверенные методы!

Собери 22 кейса от мастеров Региона!



«Master Box»

Расписание on-line вебинаров
каждую среду в 20-00 ч (Уральского времени)

- 25 января** «Техники создания «говорящих» текстов»
Практический психолог. Бизнес-тренер Демидова Евгения
- 1 февраля** «Лидерское сопровождение на расстоянии»
Техника подготовки и проведения вебинаров.
Рубиновый директор Компании Некрасова Елена. Екатеринбург
- 8 февраля** «Массовый рекрутинг»
Технология массового рекрутинга.
Старший директор Компании Александра Сэчик. Юргамыш
- 15 февраля** «Событийный маркетинг»
Золотой директор Компании
Безденежных Алина. Курган
- 22 февраля** Бизнес-игра «Конструктор структуры
по Маркетинг-плану»
Ст. Директор Компании Гордова Флюза. Екате
- 1 марта** «Двух-недельный Каталог»
Золотой директор Компании
Безденежных Алина. Курган
- 15 марта** «Как легко начать разговор с незнакомым»
Старший Директор Компании
Останина Наталья. Кунгур.



Техники создания «говорящих» текстов.

Практический психолог, бизнес-тренер Демидова Евгения.



Копирайтинг прямого отклика.

Образ
Слова
Эмоция
Отклик
Действие ↓



«Я слепой. Помогите мне». → «Сейчас весна, но я ее не вижу»

Наша задача – текстом
вызвать прямой отклик,
т.е. пробудить какое-то чувства.

AIDA маркетинг

AIDA (АИДА) – это модель поведения потребителя при принятии положительного решения о покупке товара.

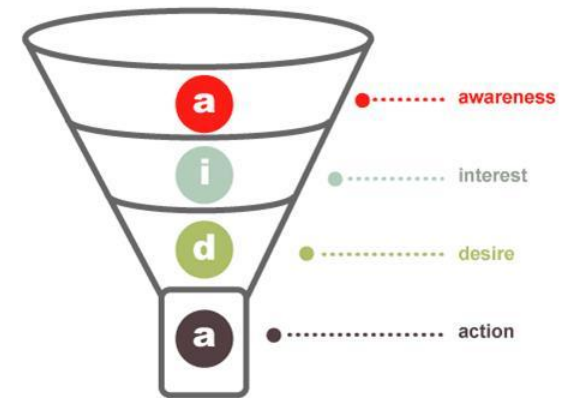
В переводе с английского:

Attention - привлечь внимание

Interest – вызвать интерес

Desire – разжечь желание

Action – побудить к действию



Впервые AIDA маркетинг был предложен ещё в 1896 году Элиасом Левинсом. После этого модель стала основополагающей в практике американского маркетинга. Модель AIDA очень универсальна и её можно использовать для любых типов переговоров.

Наибольшее распространение на данный момент AIDA маркетинг приобрёл в рекламе, а также в последнее время в продающих страниц и текстов в интернет продажах.

Применение техники AIDA в нашей деятельности.

- 1. Приглашение на мероприятия**
- 2. Приглашение на вебинары**
- 3. Предложение первого шага Стартовой программы**

Attention - привлечь внимание

Interest – вызвать интерес

Desire – разжечь желание

Action – побудить к действию

Применение техники **AIDA** в нашей деятельности.

Приглашение на мероприятия партнера.

ВНИМАНИЕ

1. В личном кабинете каждого консультанта Компании размещено приглашение на Региональную конференцию в феврале. В твоем кабинете тоже есть это приглашение.

ИНТЕРЕС

- 2 В программе конференции модный показ новых коллекций одежды от Faberlic, в том числе и показ новых коллекций «Faberlic by Valentin Yudashkin», а так же, презентации новинок продукции.

ЖЕЛАНИЕ

3. Ты первый узнаешь все новости Компании, услышишь истории Успеха Лидеров Региона и получишь подарок от Компании.

ДЕЙСТВИЕ

4. Я собираю группу Лидеров моей структуры для участия в Конференции нашей дружной командой. Предлагаю тебе присоединиться к нам. Стоимость билета 700 рублей. Жду твоего решения до 12-00 ч. Позвони или напиши мне.

Применение техники **AIDA** в нашей деятельности.

Приглашение на вебинары консультантов.

ВНИМАНИЕ

1. На Урале начал работу новый проект на развитие профессиональных навыков в МЛМ. В программе современные результативные техники от Мастеров своего дела.

ИНТЕРЕС

- 2 В новом проекте именно то, что мы давно искали - минимум теории и максимум практики не выходя из дома!!! При участии в вебинарах каждую среду, ты соберешь в своей практике 22 бизнес-кейса в свою копилку.

ЖЕЛАНИЕ

3. По аналитическим данным, при включении в проект вместе с тобой трех партнеров, объем продаж твоей структуры увеличиться на 50% !

ДЕЙСТВИЕ

4. Заходи по ссылке каждую среду в среду в 20-00 ч. Приглашай своих консультантов в проект для участие командой. От меня как от руководителя структуры подарки самым активным участникам на итоговых семинарах.

Применение техники **AIDA** в нашей деятельности.

Предложение первого шага Стартовой программы

ВНИМАНИЕ

1. Быть новым консультантом Компании faberlic очень выгодно. Именно для вас Компания приготовила подарок – парфюм от Валентина Юдашкина всего за 1 рубль.

ИНТЕРЕС

- 2 Парфюм от известного кутюрье мечтает получить каждая модница. А еще это достойный и желанный подарок любой женщине.

ЖЕЛАНИЕ

3. Только до 12 февраля все счастливицы смогут оформить заказ на 2000 рублей и получить в подарок за 1 рубль парфюм.

ДЕЙСТВИЕ

4. Я собираю данные для регистрации чтобы оформить вовремя заказы и не опоздать получить парфюм от Валентина Юдашкина. Для вас от меня презент – скидка 5% от суммы вашего заказа, оформленного сейчас по каталогу. Что вам заказать?

Техника АПОП

1. Актуальность (важность)
2. Предложение
3. Ограничение
4. Призыв к действию



Приглашение на мероприятия партнера.

1. В наше динамичное и информативное время очень важно получать новую информацию первыми.
2. Предлагаю Вам принять участие в Зимней Региональной Конференции, услышать информацию из первоисточника и сформировать свое видение развития бизнеса в Компании в 2017 году.
3. Только до 1 февраля у нас есть возможность купить билет и стать участником конференции.
4. Записывайтесь ко мне в группу для участия в Конференции до 1 февраля. Каждому участнику подарок от Компании.

Приглашение на вебинары.

1. Сейчас самая востребованная, современная и удобная форма обучения - дистанционная!
2. Приглашаю тебя в новый проект «Master Vox», где можно пройти обучение не выходя из дома.
3. При быстром принятии решения, у тебя есть возможность успеть получить все бизнес-кейсы от мастеров Региона.
4. Заходи по ссылке каждую среду в среду в 20-00 ч. При сборе всех 22 кейсов от меня бизнес-подарок.

Важно!

**Три ключевых вопроса себе
при создании текстов:**

- 1. Кому Вы адресуете сообщение?**
- 2. Что именно Вы хотите сказать?**
- 3. Какое конкретное действие Вы хотите получить в ответ?**

Зачем Вам влиять на людей?



Читателем всегда в тексте **считывается эмоция**
и настроение автора.

Если в вашем тексте есть искренность,
то **читатель это чувствует.**

Когда в вас чувства нет, - всё это труд бесцельный;

Нет, из души должна стремиться речь,

Чтоб прелестью правдивой, неподдельной

Сердца людские тронуть и увлечь!

А вы? Сидите да кропайте,

С чужих пиров объедки подбирайте -

И будет пёстрый винегрет

Поддельным пламенем согрет.

Когда таков ваш вкус - пожалуй, этим

Вы угодите дуракам и детям;

Но сердце к сердцу речь не привлечёт,

Коль не из сердца ваша речь течёт.



«Фауст» Гёте

«Лидерское сопровождение на расстоянии»
Техника подготовки и проведения вебинаров.

**Рубиновый директор Компании
Елена Некрасова. Екатеринбург
1 февраля**

