

Bernard Ducamin

LE GUIDE DU LEADER



**Créez une organisation
à succès en 90 jours**

**LA MÉTHODE PRATIQUE POUR BÂTIR
UNE ÉQUIPE PERFORMANTE
EN MOINS DE 12 SEMAINES**

A lire – Très important

Ce guide fait partie intégrale du programme de coaching et d'accompagnement que propose **Bernard Ducamin** pour l'apprentissage et la mise en application des programmes de formation offerts sur le site www.bernardducamin.com

La diffusion de ce guide est strictement réservée aux personnes inscrites aux programmes de formations proposés par **Bernard Ducamin**.

Toutes diffusion ou utilisation du présent ouvrage en dehors des programmes de formations et d'accompagnement dispensé par Bernard Ducamin est strictement interdite.

Tout lecteur ou utilisateur de ce guide s'interdit la modification ou l'utilisation à des fins personnelles ou commerciales de tout ou partie du contenu du présent ouvrage.

Table des matières

VOUS AVEZ TOUT A GAGNER !	4
POURQUOI ENVISAGER DE DEMARRER	
UNE ACTIVITE AVEC LE MLM ? « « « « «	6
QUELS RÊVES ALLEZ-VOUS RÉALISER ?.....	10
DÉCIDER.....	11
MON ÉVALUATION PERSONNELLE	12
MA GRILLE D'ÉVALUATION.....	13
MES BUTS ET OBJECTIFS.....	14
COMMENCEZ PAR LE COMMENCEMENT.....	18
MON BUT MAJEUR.....	20
MON ENGAGEMENT.....	21
ESSENCE DU LEADERSHIP.....	22
COMMENT BÂTIR UNE ÉQUIPE À SUCCÈS ?.....	23
COMMENT ATTIRER DE BONS LEADERS ?	26
COMMENT DÉMARRER VOTRE ÉQUIPE ?.....	31
LAVENTE ET LE RECRUTEMENT.....	37
INVENTAIRE DE CLIENTS POTENTIELS.....	47
ORGANISATION D'UNE JOURNÉE.....	48
PLAN D'ACTION.....	49
RAPPORT DE PERFORMANCE.....	52
COMPTABILITE 90 JOURS.....	53
INVITATION À UNE PRÉSENTATION.....	54
RECOMMANDATIONS.....	55
TRAVAILLEZ EN EQUIPE	57
8 SECRETS DE LA RÉUSSITE.....	59

VOUS AVEZ TOUT A GAGNER !



La peur de perdre est souvent plus grande que l'envie de gagner.

Sauver les acquis, même s'ils ne sont pas conformes à ce que l'on souhaite peut constituer une force d'immobilisme très forte. Nombreux sont les couples malheureux qui n'envisagent pourtant pas d'y remédier de quelque façon, de peur que la situation n'empire.

Nos émotions nous entraînent parfois dans des peurs irraisonnées. Quand on se rend compte que l'on ne risque finalement pas grand-chose, il peut être plus facile de prendre la décision de démarrer.

La peur de perdre, la peur de prendre des risques...

Au fond le problème ne serait-il pas plutôt, la peur de réussir? la peur de gagner?
Et que nous ne savons pas comment gérer ça?

« La chance sourit aux audacieux » dit le proverbe... Mais la chance ça n'existe pas !

La chance c'est un désir ou une idée avec beaucoup d'acharnement, de détermination et d'engagement.

Comment vaincre la peur de perdre en 4 étapes ?

La première étape : Avoir une vision claire et précise de nos objectifs, bien les définir en fonction de nos moyens personnels et de notre disponibilité pour nous engager dans une nouvelle activité.

La deuxième étape : Prendre la décision ferme et définitive de notre engagement à faire tout ce qu'il sera nécessaire en termes de temps, d'énergie et financier pour atteindre ces objectifs.

La troisième étape : Apprendre les méthodes, utiliser les règles à suivre, au besoin, nous former sur nos points faibles, investir en nous pour réussir toutes les étapes

La quatrième étape : Avoir un plan B, nous devons avoir une réponse précise à la question : « Que feras tu si ça ne fonctionne pas ? »

Avec ces 4 étapes nous développerons notre confiance en nous car c'est justement ce qui nous manque quand nous avons peur de perdre le peu de ce que l'on a ou même souvent ce que nous n'avons pas.

Quels sont les avantages à entreprendre une activité de marketing direct ?

1 - Financier : il est limité à l'adhésion de départ, à l'achat des quelques échantillons nécessaires et à des dépenses de déplacements et de formation. Chacun doit rester prudent mais si l'on fait attention à équilibrer un budget (il n'est pas question de prendre l'avion trois fois par semaine pour rencontrer des prospects aux quatre coins de la planète), le risque financier est très limité, en tous cas par rapport à ce qu'il pourrait être dans la création d'une activité indépendante traditionnelle.

2 - La gestion du temps : démarrer une nouvelle activité va demander du temps. Aura-t-on suffisamment de temps pour lancer cette affaire ? La question qu'il s'agit ici de se poser n'est pas « d'avoir » suffisamment de temps, mais d'être prêt à le prendre. Chacun de nous a vingt-quatre heures dans une journée. Êtes-vous prêt(e) à dégager du temps pour atteindre vos objectifs ? Sont-ils suffisamment importants pour vous en regard de ce que vous faites déjà ? Avez-vous vraiment envie de créer un complément de revenu ? Ce sont là les questions à se poser.

3- Le relationnel: il est clair que si l'on harcèle ses amis, si l'on se met à considérer ceux qui ne démarrent pas avec nous comme des idiots, on risque de les voir s'éloigner. On peut aussi craindre l'image que l'on donnera de soi, et le jugement des autres. Que vont-ils penser de moi ? Pourtant, la vraie amitié est celle qui soutient et non qui juge. Si les gens se mettent à vous juger parce que vous démarrez quelque chose de nouveau, sont-ils vraiment des amis ? Cela vaut-il le coup de vivre en dessous de ses propres attentes afin de contenter son entourage ?

3- Réussir : là réside probablement la vraie peur de chacun. Et si j'échouais ? Au moins, si je ne commence pas, je suis sûr de ne pas échouer. Mais qu'est-ce que l'échec et la réussite ? Arrivés à l'âge adulte, il n'est plus question de la réussite et de l'échec de nos années scolaires où l'on était jugé par un professeur. Cette activité se distingue aussi du cadre professionnel classique où un supérieur va

me juger sur ma capacité à atteindre les objectifs qu'il ou elle a fixé pour moi.

Ici personne n'est là pour juger l'autre. L'échec n'existe pas. L'expérience vécue et les résultats ne correspondront peut-être pas aux attentes initiales, mais il ne s'agira pas d'un échec mais d'une expérience toujours enrichissante.

Oser apprendre quelque chose de nouveau.

Au-delà de l'aspect financier, le mode développement du marketing direct ouvre de nouvelles perspectives, permet de rencontrer de nouvelles personnes, d'acquérir de la confiance en soi, d'apprendre à travailler en équipe, à mieux communiquer avec les autres, à se fixer des objectifs et à les atteindre. Elle vous permet d'apprendre à parler en public, à encourager une équipe.

Ces nouvelles compétences vous seront acquises pour toujours et pas seulement dans le cadre de cette activité.

POURQUOI ENVISAGER DE DEMARRER UNE ACTIVITE AVEC LE MARKETING DE RÉSEAU (MLM) ?

Vous pouvez vous demandez si vous avez intérêt à démarrer cette activité, et s'il vous sera facile de trouver d'autres personnes à parrainer.

Le contexte économique, technologique et le climat social est aujourd'hui très favorable pour le développement d'un programme qui offre une véritable opportunité pour se bâtir un capital afin d'atteindre, en quelques années, l'autonomie et l'indépendance financière. On l'a vu, des millions de gens sont aujourd'hui à la recherche de nouvelles solutions pour soit compléter leurs revenus, soit créer une activité donnant accès à un niveau de vie des plus aisé.

Ceux qui vont bientôt atteindre l'âge de la retraite

Les premiers baby-boomers nés juste après la deuxième guerre mondiale arrivent à l'âge de la retraite. On les surnomme dorénavant les Papy boomers. Cette particularité démographique issue de cette période de guerre mondiale va avoir des conséquences importantes dans les quelques années à venir.

Un grand nombre de ces personnes se sent encore en pleine forme et souhaite continuer à exercer une activité. Elles ont envie de contribuer à la société, de faire encore partie du monde actif mais ne savent pas très bien vers où s'orienter. L'emploi ne leur est plus possible après un certain âge, et ils ne souhaitent plus subir les contraintes liées à l'emploi.

Trouver une manière de travailler à son rythme, de manière indépendante, mais en équipe, peut répondre à ce besoin de rester actif.

Il y a le souhait, mais aussi, et ce sera de plus en plus le cas, la nécessité de continuer à travailler après l'âge de la retraite. La démographie étant ce qu'elle est, il y aura, dans un futur proche, de

moins en personnes actives pour financer un nombre ne grandissant de personnes à la retraite avec une espérance de vie qui s'allonge d'année en année. Sans être un mathématicien exceptionnel, on s'aperçoit qu'il ne va pas être possible pour les actifs de financer le système des retraites tel qu'il est organisé. Avec l'élévation du coût de la vie, seulement un nombre limité de retraités pourra continuer, grâce à ses seules indemnités de retraite, à jouir d'un niveau de vie comparable avec celui qu'il connaissait en période active. Une activité complémentaire ne sera pas seulement souhaitable, elle sera indispensable.

Il peut être prudent de s'en préoccuper avant d'arriver à l'âge légal de la retraite et d'être mis alors au pied du mur. Cela permettra une transition plus douce et apportera moins d'incertitudes quant à l'avenir.

Se lancer dans cette activité peut permettre à quelqu'un de se procurer un revenu complémentaire, tout en gardant une certaine liberté d'action. On s'organise comme on le souhaite, on peut conserver du temps pour soi sans avoir à se justifier à qui que ce soit. On maintient une vie sociale et active à travers une activité qui permet de rencontrer un grand nombre de gens. Plusieurs entreprises de marketing relationnel organisent également des concours avec voyages et croisières en prime. C'est une belle occasion de voyager à travers le monde avec des amis.

Ceux qui ont déjà atteint l'âge de la retraite

Certaines personnes pensent être trop âgées pour entreprendre une nouvelle activité, que c'est trop tard, que cela n'en vaut plus la peine. La philosophie nous enseigne pourtant que la vieillesse n'est pas une question d'âge mais plutôt un état d'esprit. Épouser un projet, avoir l'occasion de parler à d'autres de ce qui nous passionne, transmettre sa sagesse à des plus jeunes peut être bien plus motivant que de passer ses journées à attendre la fin de ses jours.

Par ailleurs, un revenu complémentaire peut être utile pour aider sa famille, pour se faire des petits plaisirs et en offrir à ses proches.

Ceux qui ont peur d'être licenciés du jour au lendemain

A part les fonctionnaires, personne ne peut plus être assuré, aujourd'hui, de conserver son emploi à vie. La plupart des grandes entreprises sont maintenant la propriété de fonds de pension qui exigent des résultats à court terme pour faire monter le cours des actions et pour distribuer les dividendes les importants possibles. Cette politique peut être en contradiction avec les besoins propres des entreprises qui ont besoin de réinvestir leurs bénéfices pour assurer leur pérennité. Dans ce bras de fer, ce sont malheureusement généralement les actionnaires (et leurs représentants) qui ont le dernier mot. La stratégie la plus payante à court terme pour faire monter un cours de bourse ou augmenter les bénéfices est de diminuer les dépenses. C'est ainsi qu'à chaque arrivée d'un nouveau PDG, il va prendre la mesure « phare » de licencier 10% du personnel. On a beau aujourd'hui être compétent, dévoué à l'entreprise, fidèle depuis des années, rien ne compte plus. Chacun peut à un moment donner être victime d'une situation qui le dépasse complètement et qu'il n'a pas engendrée.

Beaucoup aimeraient vivre autre chose, mais ils ne savent pas comment. Le marché de l'emploi est très instable. Cela vaut-il le coup de postuler pour un autre poste avec les risques que cela comporte (nouvel environnement, intégration d'une nouvelle équipe, ...) Et puis finalement, le risque d'être licencié est le même.

Créer son entreprise peut être une idée. Mais comment faire ? Sur quel marché ? Et puis il faut des capitaux, il faut de la disponibilité qui implique qu'on mette fin à son emploi actuel. Ce n'est pas toujours possible.

Entreprendre une activité de marketing relationnel peut permettre de démarrer en complément d'activité, de prendre le temps de constituer son réseau, son équipe. Lorsque les revenus seront suffisants, et seulement à ce moment là, on pourra alors prendre la liberté de choisir de quitter son emploi, de s'orienter vers autre chose ou de faire de son activité en marketing relationnel son activité principale.

Ceux qui se sentent prisonniers d'un système dans lequel ils ne s'épanouissent pas

Il peut apparaître paradoxal qu'alors qu'un grand nombre de gens recherche une certaine sécurité, d'autres se sentent étouffés par cette sécurité qu'ils perçoivent comme une prison. Par exemple, nombre de fonctionnaires européens sont déprimés car il leur semble qu'ils tournent en rond, mais en même temps, ils ne peuvent pas sortir du système car ils pensent qu'ils ne pourraient jamais trouver un revenu équivalent à ce qu'ils gagnent dans cette structure. Le marketing relationnel peut leur permettre de prendre le temps de créer ce revenu de substitution et de quitter ce qui n'a plus de sens pour eux une fois que leur réseau s'est suffisamment développé.

Ceux qui aiment ce qu'ils font mais souhaiteraient jouir d'un meilleur niveau de vie

Nombreux sont aussi ceux qui apprécient leur travail et ne souhaitent pas en changer. Pourtant ce travail intéressant ne leur permettra jamais de s'offrir plus que leur quotidien actuel, et ils désespèrent de gagner au loto. Ces personnes là peuvent prendre la décision de démarrer une activité complémentaire, pour gagner les quelques centaines d'euros par mois qui peuvent faire la différence parfois pour le financement de l'achat d'une maison, ou s'offrir ces vacances au bout du monde une fois par an.

Ceux qui sont sans emploi

Aujourd'hui, environ une personne sur dix, recherche du travail. Même si beaucoup ne sont pas prêts à se lancer dans une activité indépendante, certains sont prêts à prendre des risques pour s'en sortir, mais souvent, sans savoir vers quelle direction s'orienter. La vente en réseau peut être une piste. Ils trouvent un partenaire qui est prêt à passer du temps, à les former. Ils ont la possibilité de travailler en équipe, ils retrouvent une vie sociale.

Les jeunes qui ne savent quelle orientation choisir

Les jeunes peuvent aussi se sentir désorientés. L'accès à l'emploi est difficile. Créer son entreprise n'est pas chose simple. Il faut des

capitaux, une idée et de l'aide. Avec une activité de vente en réseau, un jeune peut acquérir une expérience extraordinaire en peu de temps. Il va vivre des expériences très fortes et pourra s'en servir tout au long de sa vie professionnelle, même s'il décide de faire autre chose un peu plus tard. La vente en réseau peut être un formidable tremplin pour créer des contacts, se former, clarifier ses idées, prendre confiance en soi et apprendre à déterminer ses buts et les atteindre.

Les femmes qui recherchent une meilleure qualité de vie

Un grand nombre de femmes éprouvent des difficultés à concilier vie familiale et vie professionnelle. Elles souhaitent passer du temps avec leurs jeunes enfants, ne sont pas prêtes à subir les contraintes horaires d'un emploi classique, mais ne souhaitent pas non plus « être à la maison ». Une activité de marketing relationnel peut leur permettre de trouver cet équilibre. Elles peuvent gérer leur horaire, s'organiser plus facilement avec leur partenaire de vie.

Un projet de vie à deux

Une façon très agréable de vivre son couple est de se passionner pour un projet de vie commun. Les couples qui regrettent de ne pas se voir de la journée, de rentrer épuisés, de ne rien pouvoir accomplir ensemble trouveront dans le marketing relationnel une opportunité de travail en couple, leur permettant d'intégrer leur vie professionnelle dans leur vie familiale. Même si ces personnes travaillent beaucoup, le fait d'être ensemble, de partager cette envie commune de résultats est une source de motivation supplémentaire.

C'est la raison pour laquelle il peut être prudent de démarrer cette activité parallèlement à une autre activité déjà établie, ou en complément du revenu régulier de son/sa conjoint(e)/partenaire.

Pour réussir nous devons bien évaluer les potentialités de revenus que peut générer ce marché grandissant du complément de revenu, du travail à domicile et de l'éducation financière.

Dans un autre ouvrage, je vous dévoilerais comment vous pouvez aller chercher tous vos prospects et clients directement grâce à

Internet. Mais avant il y a quelques étapes à faire et la première est de savoir pourquoi vous voulez vous lancer dans ce modèle d'affaires.

QUELS RÊVES ALLEZ-VOUS REALISER ?

Faites comme si « J'AI TOUT L'ARGENT QUE JE SOUHAITE, qu'est-ce que je vais faire avec » Posez-vous la question, réfléchissez et faites une liste des 10 choses les plus importantes à réaliser.

MES RÊVES	
1-	_____
2-	_____
3-	_____
4-	_____
5-	_____
6-	_____
7-	_____
8-	_____
9-	_____
10-	_____

DECIDER

J'ai été programmé pour le succès

Ce document est le plus important de tous. Consacrez-y tout le temps et le sérieux nécessaire pour réussir votre démarrage dans votre nouvelle activité. Ce travail sera la semence de votre future indépendance financière, il mérite toute votre attention.

Il ne peut y avoir d'engagement véritable sans une décision ferme. Pour réussir vous devez vous engager à fond maintenant et décidez pour vous-même de jouer le jeu jusqu'au bout, c'est-à-dire jusqu'à l'obtention du résultat désiré.

Pour vous y aider, écrivez cet engagement sur un document que vous placerez devant vous sur votre table de travail ou que vous mettrez en fond d'écran de votre ordinateur, de manière à l'avoir constamment sous les yeux.

Sachez que pour réussir, tout est dans l'attitude !

Vous êtes en pouvoir. Vous choisissez, vous avez, ils n'ont pas. Vous n'avez pas besoin d'eux en particulier.

Rappelez-vous que vous êtes et deviendrez ce que vous imaginez être.

Vous créez la perception que les autres ont de vous. Le problème est que la plupart des gens qui commencent n'ont pas d'assurance en eux, ils cherchent l'approbation de leurs proches. Ils les supplient tellement qu'ils semblent désespérés.

Dès que vous avez à l'esprit que vous avez besoin d'eux, vous partez perdant. Dès que vous tenterez de convaincre quelqu'un, vous échouerez.

Avez-vous remarqué que tout ce que nous désirons dans la vie est difficile à atteindre ? C'est d'ailleurs ce qui explique pourquoi nous le voulons !

Alors, **si vous voulez attirer les gens, faites-leur comprendre que vous êtes très sélectif.** D'ailleurs, vous n'avez pas besoin de tout le monde et vous ne voulez pas de tout le monde.

Pour créer ce désir, vous devez leur faire comprendre que vous êtes sélectif.

Ils penseront instantanément que votre offre est sérieuse et bénéfique pour eux. Ils comprendront la chance qu'ils auront et saisiront le privilège d'écouter attentivement ce que vous avez pour eux.

Plus vous serez sélectif, plus les gens désireront vous rencontrer et s'associer avec vous.

Sachez que vous êtes le recruteur d'une société, la votre, à travers votre compagnie partenaire qui veut la qualité. Imaginez que vous faites partie des meilleurs, on vous respecte et veut vous plaire pour être choisi par VOUS.

Comme un sélectionneur, regardez autour de vous, ciblez votre prospect même et surtout à travers les recommandations, et allez le chercher. Réalisez ses rêves, ses désirs, régler ses problèmes, comblez ses manques et solutionnez ses besoins. Bientôt, vous ne serez plus seul à travailler pour gagner vos revenus. Les heures que vos associés travailleront s'accumuleront aux vôtres.

Souvenez vous, ce n'est pas ce que vous dites qui est bon ou mauvais, c'est votre attitude, votre posture.

Si vous appelez quelqu'un avec l'idée que vous l'avez choisi et que vous êtes déterminé à vous associer avec lui, je peux vous assurer qu'il sentira le sérieux de votre offre dans votre voix et comprendra qu'il a intérêt à vous écouter.

Et si vous ne soulagez pas sa soudaine curiosité, il voudra vous rencontrer le plus tôt possible.

Vous devriez avoir le sourire fendu jusqu'aux oreilles, si vous réalisez que dorénavant, vos revenus n'ont plus de plafond, que vous serez payé des centaines de fois pour chaque heure que vous travaillerez et cela sans fin.

MON ÉVALUATION PERSONNELLE

Pour commencer, il est important de faire une évaluation de la personnalité que nous nous sommes façonnée au fil des ans, avec notre culture, notre éducation, nos aptitudes, notre sensibilité, nos croyances, nos expériences...

GRAPHIQUE DE MON ATTITUDE

Votre attitude fait toute la différence

(Voici un petit test qui vous permettra d'évaluer votre performance)

Toujours	Souvent	Rarement	
			Je vois les problèmes comme des défis.
			Je suis positif le plus souvent possible.
			Je fais toujours un peu plus que le minimum requis dans mon travail.
			J'aime les gens.
			Je m'aime comme être humain et je suis bien dans ma peau.
			Je suis sensible aux besoins et aux sentiments des autres.
			J'essaie de toujours considérer tous les points de vue lorsqu'il y a un problème.
			Je suis patient.
			Je suis toujours courtois.
			Je suis orienté vers les résultats.
			J'ai le sens de l'humour.
			Ma première priorité, sont mes besoins.
			Je cherche toujours à satisfaire les besoins des autres
			TOTAL

Accorder 10 points pour les cases « toujours ».

Accorder 6 points pour les cases « souvent ».

Accorder 1 point pour les cases « rarement ».

Un résultat de 90 à 120 points, vous êtes un **gagnant**.

Un résultat de 80 à 90 points, il y a des **progrès à faire**.

Un résultat de moins de 80 points, **vous avez des défis à relever**.

MA GRILLE D'ÉVALUATION

(Choisir de 1 à 5 pour chacun des points suivants et faire le total)

Je connais mes compétences et mes capacités.	1	2	3	4	5
Je détermine précisément mes objectifs.	1	2	3	4	5
J'ai une discipline personnelle.	1	2	3	4	5
J'organise chaque semaine.	1	2	3	4	5
J'organise chaque journée	1	2	3	4	5
Je tiens des rapports de performance.	1	2	3	4	5
Je travaille mon image.	1	2	3	4	5
Je fais du conditionnement physique.	1	2	3	4	5
Je lis tous les jours.	1	2	3	4	5
Je me forme continuellement.	1	2	3	4	5
Je cherche à obtenir des recommandations.	1	2	3	4	5
Je maîtrise des techniques multimédias.	1	2	3	4	5
Je me prépare avant de rencontrer un contact.	1	2	3	4	5
Je soigne particulièrement le premier contact.	1	2	3	4	5
J'ai une méthode pour l'entrevue de consultation.	1	2	3	4	5
Je sais rendre mon offre de service irrésistible.	1	2	3	4	5
J'appuis ma présentation avec des supports.	1	2	3	4	5
J'utilise une technique face aux objections.	1	2	3	4	5
Je suis à l'aise pour la conclusion de la vente.	1	2	3	4	5
J'organise le service après-vente.	1	2	3	4	5

TOTAL /100

Suivez scrupuleusement les instructions de ces exercices et avancer confiant et sans crainte vers la découverte de vous-même. Pour réussir pleinement l'expérience dans laquelle vous venez de décider de vous lancer, vous allez devoir faire preuve d'une bonne dose d'humilité et accepter de remettre tous les compteurs à zéro, faites avant tout ce premier exercice : concentrez-vous et observez-vous, essayez de développer mentalement un regard d'observateur de vous-même et dites-vous avec authenticité et sincérité que vous êtes prêt à tout recommencer, à faire table rase de toutes vos certitudes, de tous vos jugements et que tout est possible. Écrivez cela pour ne pas oublier en cours de route votre engagement pour votre nouvelle vie.

L'entrepreneuriat est la seule voie qui permette rapidement, à quiconque le décide, d'atteindre l'indépendance professionnelle et financière.

Les 10 avantages de l'entrepreneuriat :

1. Être son propre patron
2. Sécurité d'emploi
3. Avantages fiscaux
4. Revenus illimités
5. Flexibilité de l'emploi du temps
6. Prendre action de ses idées
7. Formation et développement professionnels continus
8. Élargissement de son réseau de contacts
9. Développement de son impact sur la société
10. Valorisation et actualisation de soi.

MES BUTS ET OBJECTIFS

Imaginez de faire un puzzle de 1.500 pièces sans modèle, combien de temps cela vous prendrait-il ?

Si ce même puzzle avait un modèle mais représentait une image abstraite, un peu floue, aux éléments difficiles à distinguer, ne seriez-vous pas découragé d'avance ?

Si, au contraire, ce puzzle représentait une image claire et détaillée dont vous avez le modèle, votre travail n'en serait-il pas facilité ?

Lequel de ces 3 puzzles, en supposant qu'ils ont tous 3 le même nombre de pièces, sera le plus facile à réaliser ? La réponse est évidente. Plus ce que vous voulez réaliser sera clair dans votre esprit, plus ce sera aisé et plaisant.

En entendant parler d'objectif, certains pensent que cela n'a rien à voir avec leur vie quotidienne. Ils ont l'impression que c'est un concept pour commerciaux, chefs d'entreprises ou sportifs qui ont besoin de mesurer leurs progrès. Pourtant, il est nécessaire d'avoir des objectifs, quel que soit le résultat que l'on veut atteindre.

Le premier pas pour atteindre vos objectifs est de DÉCIDER CE QUE VOUS VOULEZ.

Pas ce que vous croyez que vous devriez peut-être vouloir. Ou ce que les autres croient que vous devriez vouloir. Ce qui compte ici c'est, au fond de vous-même, ce que vous attendez de la vie.

Sans destination il ne peut y avoir de destin.

Pour savoir quel chemin prendre il nous faut d'abord et avant tout avoir choisi notre destination. Par exemple, si vous décidez de partir en vacances et que vous choisissiez de vous rendre en Californie, tout de suite vous allez avoir en tête une idée précise de comment vous vous voyez en vacances en Californie. Vous allez visualiser dans votre imagination le lieu, le décor, les gens que vous allez rencontrer lors de ces vacances. Il en est strictement de même pour tout autre projet ou but que vous souhaitez obtenir ou réaliser.

Commencez par vous imaginer ayant atteint votre but, voyez la personne que vous êtes devenue, ce qu'il y a de changé en vous et autour de vous. Prenez des notes, notez avec le plus de précisions possibles tout ce que vous imaginez à ce moment-là, c'est très important pour la réalisation de ce but. Plus votre description sera précise et plus ce sera facile de le réaliser.

Vous pourrez par la suite apporter des précisions et des détails à votre description, mais dès que vous avez une idée claire et nette de votre but et que vous savez ce que cela peut changer pour vous, alors vous avez aussi une idée de ce qu'il vous faut faire pour y arriver de même que quand vous avez choisi une destination sur une carte vous voyez le chemin qu'il vous faut prendre pour vous y rendre.

Pour y arriver, vous allez devoir le faire par étapes comme pour un long voyage. Et c'est là que nous allons avoir besoin des objectifs. Les objectifs sont les étapes de notre but comme les escales sont les étapes d'un voyage.

Clarté, Précision, Ordre et Méthode, voici les qualités nécessaires pour bien franchir les étapes.

COMMENCEZ PAR LE COMMENCEMENT

Si je commence ce chapitre par un pléonasme, c'est pour insister sur ce point essentiel qui rebute surtout tous ceux qui recherchent un résultat rapide et immédiat.

Rapide rime avec avide, et c'est ainsi que finissent tous les rapides : à vide.

Définissez et classez vos objectifs immédiats dans chacun des domaines majeurs de votre existence.

Appliquez le principe de la pensée « base zéro » à chaque domaine de votre vie, tel que le préconise Bryan Tracy dans son livre OBJECTIFS aux éditions du trésor caché. Nous vous invitons à utiliser les stratégies et les conseils que donne Bryan Tracy cela vous fera gagner beaucoup de temps dans l'élaboration de vos buts et objectifs personnels et professionnels.

Par exemple :

« Que faites vous aujourd'hui que vous éviteriez de refaire, sachant ce que vous savez maintenant et ce que vous venez de décider.

Effectuer une analyse détaillée de votre parcours financier à ce jour. Combien gagnez-vous aujourd'hui et quelle est votre valeur nette ? Déterminez précisément votre revenu horaire et ce que vous faites pour le gagner. Que devez vous faire pour l'accroître au cours des mois à venir ?

Après avoir évalué vos compétences et vos points forts, en quoi devez vous vous améliorer ? »

Pour vous aider utilisez les fiches ci-dessous.

Mon But Majeur

Le domaine de ma vie _____

Le BUT Majeur

La raison de ce choix

La date de réalisation _____

Les obstacles

Les solutions

Mon engagement

La visualisation de mon objectif

Faire une description détaillée de la personne que vous deviendrez lorsque vous aurez atteint cet objectif. Penser également aux bénéfices que vous en retirerez.

Mon engagement

Par la présente, je m'engage à faire tout ce qui sera nécessaire pour atteindre mon objectif.

Date

Signature

Action immédiate

Pour atteindre cet objectif, voici trois actions que je vais entreprendre dans les prochaines 24 heures.

ESSENCE DU LEADERSHIP

Quelle est l'essence du leadership ?

C'est l'habileté à être un modèle ou un exemple pour montrer à vos partenaires que vous possédez des connaissances supérieures sur la circonstance ou la situation, une plus grande sagesse pour faire face à l'inconnue ou une force morale supérieure.

A moins que vous ayez un charisme hors du commun et beaucoup de chance, ils ne vous suivront pas.

La connaissance supérieure d'une situation spécifique où vous êtes impliqué doit être acquise sur place. La grande sagesse vient d'études et d'expériences éprouvées.

Même si la force morale est une qualité appréciée, sa source vient d'un engagement intense de grandeur que chacun de nous pouvons créer.

Un des meilleurs exemples est un incident qui s'est produit dans la vie d'Alexandre le Grand :

Trois cents ans avant notre ère, Alexandre le Grand mena une marche forcée à travers une plaine désolée et accablée de chaleur. Au onzième jour, lui et ses soldats étaient au bord de la mort à cause de la soif. Alexandre continuait d'avancer, à mi-journée deux éclaireurs lui apportèrent le peu d'eau qu'ils avaient trouvé. Ce n'était pas assez pour remplir le fond d'un casque. Leur gorge brûlait, les hommes d'Alexandre restaient en arrière et le regardaient avec envie. Alexandre n'hésita pas, il retourna le casque et versa l'eau sur le sable chaud à ses pieds et il dit : « Ce n'est pas bon qu'un boive quand plusieurs on soif ». Ils avaient désespérément besoin d'eau en quantité, quand Alexandre avait seulement quelques gouttes, alors il leur donna la seule chose qu'il possédait : l'inspiration.

Ceci est du leadership.

COMMENT BÂTIR UNE ÉQUIPE À SUCCÈS ?

Pour développer cette activité de façon vraiment lucrative (c'est-à-dire développer le réseau et ne pas se limiter aux ventes), on ne peut rester tout seul. Il faut trouver des partenaires pour développer son réseau, mais pas n'importe lesquels. Il faut que les nouveaux partenaires puissent prendre conscience de leur propre intérêt à se lancer dans cette activité, et qu'ils n'entreprennent pas le marketing relationnel pour faire plaisir ou servir les intérêts de celui qui les parraine.

En même temps, un secret de la réussite dans le marketing relationnel est de ne pas se précipiter, dès qu'on découvre cette nouvelle forme de distribution, pour en parler avec tous ses amis et connaissances. L'enthousiasme d'un nouveau distributeur peut être parfois contreproductif.

Jacques veut tellement convaincre son ami Pierre de l'intérêt de démarrer cette activité que Pierre va finir par douter. Il pensera que Jacques doit avoir des raisons cachées. « S'il insiste de la sorte, c'est parce qu'il a un intérêt, lui, à ce que je démarre. Il me fait miroiter des choses pour moi, alors que c'est uniquement lui qui a intérêt à ce que je me lance dans ce projet. » Jacques peut y perdre ses amis, malgré sa bonne foi, en ne se rendant pas compte que son insistance va être suspecte.

Le rôle de Jacques n'est pas de convaincre ses amis du bien fondé de démarrer une activité avec lui, mais de chercher dans son entourage les gens qui ont vraiment envie de changer quelque chose dans leur vie. Il ne sert à rien de donner de l'eau à quelqu'un qui n'a pas soif.

Le marketing relationnel n'est pas pour tout le monde. Certaines personnes sont contentes de ce qu'elles font, ont le sentiment de gagner suffisamment d'argent et ont des projets qui leur tiennent à cœur. Heureusement !!!

Certaines personnes recherchent quelque chose mais, pour des raisons qui leur sont propres, ne se sentent pas prêts à démarrer une telle activité. C'est tout à fait légitime.

Jacques doit accepter que tous ses amis ne démarrent pas avec lui. Il n'est pas là pour convaincre, mais pour proposer. Même s'il a besoin de parrainer des partenaires pour développer son réseau, il a avant tout besoin de s'allier des partenaires motivés à développer leur propre affaire, parce qu'ils y voient leur propre intérêt.

Jacques, comme tout distributeur, doit se considérer comme un « chasseur de tête ». Il lui faudra trouver les partenaires qui sont à la recherche de quelque chose de nouveau dans leur vie. Par les temps qui courent, nombreuses sont ces personnes en quête d'alternatives, comme nous venons de le voir. Jacques doit écouter les gens, comprendre ce qui leur manque et voir si l'activité de distributeur peut être une réponse pour eux. Il doit aider ses prospects à découvrir les raisons pour lesquelles ils vont prendre la décision de lancer avec lui ou non.

De cette manière, il ne perdra pas ces amis en insistant de manière inopportune, mais il en gagnera en ayant aidé de nouvelles personnes à atteindre leurs objectifs.

Une fois que vous avez établi vos buts pour vous-même en tant que leader, que ce soit de créer votre propre entreprise ou dynamiser votre organisation existante, ou exceller dans un autre champ d'action, votre défi est de trouver la bonne personne pour vous aider à accomplir ces buts.

Rassembler une équipe d'individus à succès ce n'est pas seulement utile, c'est nécessaire.

Afin de vous guider dans cette tâche intimidante de choisir la bonne personne, je vais partager avec vous, une liste de vérifications en trois parties.

1 – Vérifiez le niveau d'intérêt de votre contact.

S'il est intéressé, c'est probablement un bon prospect. Cependant, parfois certains font semblant d'être intéressé mais très vite votre expérience de leader vous permettra de discerner si quelqu'un fait semblant.

Organisez une rencontre pour une conversation face à face et essayez de donner avec sincérité le meilleur de vos habiletés. Vous ne frapperez pas la cible à chaque fois, mais après un certain temps vous allez vous découvrir très compétant et discerner ce qu'on appelle un vrai intérêt.

2- Vérifiez les réponses de son prospect

Une réponse dit beaucoup sur la qualité du caractère de votre prospect.

Par exemple des réponses comme celles-ci :

« Tu veux dire que je participe à chaque visioconférence ? » « Tu veux que je participe à chaque événement ? » « Il va falloir que je travaille deux soirées par semaine et le samedi ? ».

Vous ne pouvez pas ignorer ces indices !

La réponse d'un individu est une bonne indication de son caractère et comment il est prêt à s'impliquer avec vous.

Notre attitude reflète notre état intérieur.

Alors même si on peut duper les autres pour un certain temps, à un moment notre vraie personnalité va apparaître.

3 – Vérifiez le résultat

De quelle autre manière pouvons-nous affectivement juger la performance individuelle ?

Bien voici, le nom du jeu c'est : Le résultat

Il y a deux types de résultats :

Le premier : Les résultats d'activité.

Des résultats spécifiques sont le reflet de la productivité d'un individu. Des fois nous ne demandons pas ce type de résultat immédiatement, mais c'est facile de vérifier l'activité.

Voici un exemple :

Vous avez demandé à votre nouvelle partenaire, Marie, de faire dix appels dans sa première semaine.

C'est simple pour vérifier le résultat le vendredi vous appelez Marie et vous dites : « Marie combien d'appels à tu fais ? »

Marie répond : « Bien... » et commence à vous raconter une histoire, faire des excuses, etc...

Vous répondez : « Marie j'ai juste besoin d'un chiffre d'un à dix. ! »

Si les résultats cette première semaine ne sont pas bons, c'est déjà un signe pertinent. Vous allez peut-être essayer une autre semaine, mais si ce manque d'activité continue, vous allez bientôt réaliser que Marie n'est pas capable de devenir un membre productif de votre équipe.

La deuxième chose à évaluer c'est la productivité.

Le test ultime de qualité d'une équipe est :

Des progrès mesurables dans un temps raisonnable.

Voici une des habitudes de leadership :

Soyez clair avec votre équipe dans vos attentes et à ce que vous vous attendez que chacun produise. Ne laissez pas la surprise arriver le dernier jour du mois.

Quand vous appliquez la vérification en trois parties votre instinct manifestement va jouer un rôle majeur, et votre instinct va s'améliorer à chaque fois que vous allez appliquer le processus.

Rappelez-vous... Bâtir une bonne équipe va être votre plus grand défi et tâche en tant que leader. Et si vous apprenez cette habileté,

elle va vous apporter de multiples récompenses pour longtemps dans l'avenir.

COMMENT ATTIRER DE BONS LEADERS ?

Par Tom « BIG AL » Schreiter

Je vantais, à mon interlocuteur, les bénéfices de suivre le programme de formation et il me dit :

« Arrête de me faire perdre du temps! Je sais déjà tout ça! Juste me dire où je peux avoir de bonnes personnes!

L'interlocuteur n'était pas vraiment de bonne humeur avec moi. Ma suggestion d'améliorer ses habilités et son attitude avait certainement touché un point sensible.

« Hey! Ça fait déjà plus de cinq ans que je suis dans le marketing relationnel. Ne me raconte pas une histoire stupide sur le développement personnel, je ne suis pas un novice, j'ai juste besoin de trouver des gens de qualité. »

Domage que mon interlocuteur n'eût pas conscience de ce qu'il disait car c'était bien là son problème. En fait, cet interlocuteur est un, parmi des milliers de gens dans le marketing relationnel, qui n'ont pas saisi le sens de ce métier.

Ils croient et pensent que le succès dans le réseautage « Network Marketing » est extérieur à eux. Ils cherchent quelqu'un qui va les rendre riches ou faire d'eux un succès. Ils espèrent qu'une opportunité fantastique va travailler pour eux pendant qu'ils attendent que le gros chèque bonis du succès arrive dans leur boîte aux lettres. Ou bien, ils espèrent trouver un vrai bon prospect qui va se mettre au travail et va les rendre riches pendant qu'ils regardent l'autre faire.

Dans le marketing relationnel ce ne sont pas les autres qui font votre succès. Dans le marketing relationnel, c'est vous qui devenez une

meilleure personne afin que vous puissiez aider les autres à atteindre le succès. Wow, ça s'est toute une différence!

Regardons ensemble les individus qui changent constamment de compagnies. Pourquoi changent-ils ?

Parce que la compagnie, avec laquelle ils sont, n'a pas fait d'eux un succès. Ils n'ont pas livré le produit à temps. Ils n'ont pas sorti leur brochure quatre couleurs assez vite. Et leurs produits ne se vendent pas tout seul.

Alors, si cette compagnie ne fait pas le travail pour nous, que doit faire un « Networker »?

Oui! Joindre une autre compagnie et espérer que la prochaine fera un meilleur travail.

Ça semble assez logique, jusqu'à ce qu'il découvre que les compagnies ne travaillent pas pour nous. Les compagnies fournissent seulement une opportunité.

C'est le distributeur qui travaille (ou dans le cas de mon interlocuteur, ne travaille pas). Le « Networker » mal informé est constamment à la recherche de la compagnie parfaite qui va faire de lui un succès. Malheureusement, la plupart des compagnies doivent embaucher des gens. Alors voilà une autre théorie.

Est-ce que ce « networker » mal informé va dépenser tout son temps à rechercher la compagnie parfaite? Ça se peut. Éventuellement, la plupart des « Networkers » mal informés, deviennent frustrés par le nombre croissant de compagnies imparfaites qu'ils rencontrent, alors ils lâchent le marketing relationnel et recherchent l'emploi parfait. Un emploi au gouvernement. Maintenant vous savez où le gouvernement trouve une grande partie des soi-disant « Travailleurs ».

Croire à la compagnie parfaite semble assez ridicule, n'est-ce pas?

Par contre, où pensez-vous que nos prospects et nouveaux associés indépendants prennent l'idée de la compagnie parfaite?

De nous!

N'est-ce pas nous qui disons à nos associé(e)s qu'ils devraient rejoindre notre compagnie parce qu'elle est la seule et parfaite compagnie? Et ils nous croient, et base leur carrière sur cette fausse fondation.

Alors qu'est-ce qui se produit? La compagnie fait une erreur. Oh, elle a fait peut-être seulement une toute petite erreur, mais maintenant la compagnie n'est plus parfaite.

Que peut faire notre distributeur?.....Lâcher.

Et se mettre à la recherche de la compagnie de marketing relationnel parfaite qui va le rendre riche.

Préparons nos partenaires et associés pour le désappointement.

La solution pour éviter cela est évidente. Au lieu d'utiliser dans notre présentation « la compagnie parfaite », pourquoi ne pas dire à nos prospects que la compagnie n'est pas parfaite, elle en période de développement?

C'est vrai. Notre organisation n'a pas pu trouver des ordinateurs pour remplir tous les postes et a dû embaucher des gens qui peuvent occasionnellement faire des erreurs. Et, nos compagnies partenaires utilisent le service des postes, doivent gérer les contraintes des fournisseurs, et le service de téléphonie local, des services de Visio conférence sur internet. Il y a beaucoup de chance d'erreur juste là.

Disons alors à nos associés que notre organisation va faire des erreurs, ça fait parti des affaires et parti de la vie. Cependant, on peut ajouter que nous corrigeons nos erreurs – la plupart du temps – à notre satisfaction.

C'est tout ce que l'on demande. On veut une chance raisonnable de développer notre entreprise. La vraie fondation de notre succès va venir de ce que nous faisons, pas de ce que le lointain bureau corporatif fait pour nous.

Un partenaire qui ne croyait pas à ceci lâcha son organisation avec les mots suivant :

« Maintenant mon entreprise est ruinée! Je n'ai pas reçu mes produits à temps et certains des items étaient mal emballés. Toute ma carrière et mon commerce ont échoués à cause des actions d'un employé au salaire minimum dans un bureau corporatif à 1500 km de distance de chez moi »

Oui! Ce soi-disant leader à permis d'être contrôlé par « un simple employé à salaire minimum. » Ce n'est pas un grand Leader n'est ce pas? Peut-être le parrain aurait dû recruter l'employé au bureau corporatif.

Quand on prépare nos distributeurs pour d'éventuelles et occasionnelles erreurs de la compagnie, notre vie devient beaucoup plus facile.

Alors quand notre associé nous appelle pour nous dire que son bulletin d'info arrive plié ou déchiré par la poste, qu'il n'arrive pas à entrer sur son site web ou qu'il ne reçoit pas ses e-mails, nous l'informons simplement que ce sont des choses qui peuvent arriver occasionnellement quand on est en affaire. On à pas à justifier chaque imperfection perçue de notre compagnie. Nous n'avons pas à protéger nos associés des déceptions qu'ils peuvent avoir de notre compagnie.

Car c'est ainsi que nous allons réellement les préparer au vrai monde.

Pas d'exagérations, de mensonges, et pas de fausses attentes.

Nos nouveaux partenaires voient, alors, ces problèmes ordinaires comme des problèmes ordinaires – non pas comme des situations désastreuses ou des éléments négatifs.

Maintenant que nos nouveaux partenaires ont une vision claire du chemin du succès, ils peuvent aller plus vite vers la sécurité financière.

Alors comment on attire de bons Leaders? En devenant un bon leader soi même! Et si vous êtes prêts à devenir un bon leader, suivez les formations et faites confiance!

COMMENT DÉMARRER VOTRE ÉQUIPE ?

La sélection de vos partenaires

Procédure à suivre pour la sélection de vos candidats.

Vos candidats potentiels doivent être sélectionné avec la même rigueur que vous le feriez pour lancer une entreprise nécessitant une expertise particulière et un investissement de plusieurs dizaines, voir centaines de milliers de dollars ou euros.

Avec votre marché chaud :

Pour commencer inscrivez, sur un cahier ou dans un tableur de votre ordinateur, tous les noms de personnes qui vous viennent en tête sans préjugés ni aprioris. L'idéal c'est d'avoir entre 150 à 250 noms. Vous trouverez plus bas des informations sur la façon de bâtir votre liste.

Avec le marché froid :

Dans le cas où vous ne souhaitez pas aller vers votre marché chaud, il existe une autre façon de vous constituer une première liste de prospects, il s'agit de pratiquer **le marketing d'attraction**, cette technique demande une bonne organisation et un peu d'investissement financier. Je la dévoile en coaching privé ou avec ceux qui ont décidé de me suivre avec les compagnies partenaires que j'ai sélectionnées.

L'objectif de ce travail est de trouver dans cette liste vos premiers 25 partenaires. Nous vous dévoilerons lors de vos ateliers de formation la méthode qui vous permettra de cibler facilement ces 25 candidats.

Rappelez-vous, chacune de ces personnes représente des milliers de dollars en commissions si vous faites une véritable sélection.

Sur la page intitulée « **Sélection de vos 25 candidats potentiels** » vous trouverez 25 espaces pour y inscrire les noms de vos candidats potentiels.

À la suite de cet espace se trouve 8 cases servant à qualifier vos candidats de manière à en sélectionner 5, suivant les critères pris en compte.

De la première à la huitième case, vous devrez vous poser les questions suivantes et y répondre le plus honnêtement possible.

- **Est-ce que cette personne a déjà été active dans un réseau de marketing (mlm)?**

Si c'est le cas, ce peut être un excellent candidat pour votre projet.

- **Est-ce que cette personne est active en affaires ou l'a déjà été?**

Il est inutile d'y inscrire le PDG de Quebecor ou d'AXA même si vous le connaissez. Par contre une personne qui a sa petite entreprise ou qui en a déjà eu une est un bon candidat.

- **Est-ce que cette personne a une certaine dose d'ambition?**

C'est essentiel pour mettre en place cette structure en 90 jours.

- **Est-ce que cette personne jouit d'une bonne crédibilité?**

N'oubliez pas que cette personne devra faire la même démarche que vous, elle se doit d'être crédible vis-à-vis son propre cercle d'influence immédiat.

- **Est-ce que c'est une personne qui a du sérieux, de la persévérance?**

Si cette personne a débuté 4 projets différents dans les 3 derniers mois, sans en mener un seul à terme, il y a peu de chance que, pour elle, celui-ci soit différent des précédents.

- **Est-ce que c'est une personne qui a de la vision et peut se projeter dans le temps?**
Si cette personne a la capacité d'imaginer les possibilités qu'une telle opportunité peut générer dans le temps, c'est un candidat potentiel.
- **Est-ce que c'est une personne qui a encore des projets à réaliser?**
Les gens de votre entourage, qui vous parlent ou vous ont déjà parlé de projets qu'ils aimeraient réaliser, sont habituellement d'excellents candidats potentiels.
- **Est-ce que vous avez la certitude que cette personne peut faire un investissement, semblable à celui prévu au plan d'action, pour lancer son entreprise?**
Cette réponse doit être affirmative, sinon ce candidat doit être éliminé immédiatement. Vous lancez une entreprise pas une œuvre de bienfaisance.

Plus grand sera le sérieux consacré à cet exercice, plus rapide et plus extraordinaire sera votre succès.

Imaginez, une semence de première qualité dans une terre riche et fertile ne peut que donner des fruits d'une très grande qualité et en abondance.

Ne croyez surtout pas que la quantité peu suppléer à la qualité, ce fut une grave erreur de beaucoup de vos prédécesseurs qui ont dépensé temps et énergie pour obtenir bien peu de succès dans leur démarche commerciale.

Maintenant complétée, cette liste de candidats potentiels représente votre plus grand capital pour la construction de votre entreprise.

Avec l'aide de votre partenaire associé, vous devez maintenant offrir cette opportunité à vos 5 candidats potentiels en vous servant du « Plan d'Action en 3 étapes ». Ce plan d'action est fourni dans la

formation ACTION LEADER, disponible sur le site www.bernardducamin.com , Il est très important de ne pas essayer de le modifier, l'altérer. Il a été conçu dans un but précis, obtenir des résultats comme jamais aucun projet auparavant n'a pu en obtenir.

Chacune des étapes de ce « Plan d'Action » a une raison d'être bien précise avec un seul but, générer des résultats. N'est-ce pas votre objectif premier?

Suivez-le à la lettre et vous serez renversé par les résultats que vous et vos collaborateurs obtiendrez. Un succès au-delà de toutes vos espérances.

Maintenant que nous avons nos 5 collaborateurs potentiels, il est temps de les contacter pour leur offrir cette opportunité exceptionnelle dotée d'un « Plan d'Action » révolutionnaire.

Avant d'entreprendre cette démarche, il est important de bien maîtriser certains principes directeurs qui vont vous assurer le succès dans votre prise de rendez-vous.

Il y a quatre étapes importantes dans la prise de rendez-vous.

1. Savoir créer une urgence.
2. Complimentez sincèrement votre candidat potentiel.
3. À ce stade, il s'agit de créer un lien, une approche.
4. Confirmez votre invitation.

Savoir créer une urgence

Votre appel téléphonique ne devrait pas durer plus de 1 à 2 minutes maximum. Dépassez cette limite et vous vous retrouvez à faire votre présentation au téléphone. Et ça c'est une erreur, ce projet ne peut s'exposer au téléphone sans perdre une grande partie de sa valeur et de sa crédibilité.

Si votre appel n'est pas bref, vous tomberez dans le piège où vous tenterez d'expliquer votre projet d'entreprise immédiatement. C'est comme tenter de décrire un film sans images. Il est impératif de créer un sentiment d'urgence, de fixer le rendez-vous et de mettre

fin à la conversation. Comment créer un sentiment d'urgence? En leur faisant tout simplement savoir que vous ne disposez pas de beaucoup de temps, mais que vous seriez ravi de les rencontrer au moment choisi.

Complimentez sincèrement votre candidat potentiel

La deuxième étape de la prise de rendez-vous consiste à complimenter la personne. De cette manière la personne comprendra pourquoi vous avez choisi de lui parler personnellement. Cette appréciation de votre part l'aide à se sentir bien dans sa peau et elle est ainsi plus ouverte à propos de ce que vous allez lui dire. Lorsqu'une personne remarque quelque chose de spécial à votre propos, ne vous sentez-vous pas plus réceptif à ses dires?

Le fait de complimenter est aussi une excellente façon d'entamer une conversation --- si c'est sincère. Mais attention, les gens détecteront tout type de commentaire forcé. Rappelez-vous les qualificatifs de votre liste de noms qui s'appliquent à cette personne.

Par exemple:

Une personne qui a déjà été active dans ce genre d'activité: Connaissant votre expertise en ce domaine, j'aimerais que vous me donniez votre avis. Cela pourrait m'aider.

Une personne du domaine des affaires: Je dois admettre que vous pourriez me donner de précieux conseils grâce à votre expertise dans le domaine des affaires.

Une personne qui a encore des projets: Au sujet du projet dont vous me parliez dernièrement, j'aurais peut-être un moyen d'en accélérer la réalisation. Faudrait voir ensemble.

Rappelez-vous, ces personnes font partie de votre cercle d'influence immédiat, vous devriez être en mesure de savoir suffisamment de chose à leur sujet pour atteindre la cible.

Maintenant voyons comment créer un lien, une approche.

À ce stade, vous pouvez intégrer n'importe quelle approche, celle qui fonctionne le mieux pour vous et selon la personne à qui vous parlez. Il existe de nombreuses approche que vous pouvez employer

– en voici quelques-unes:

- **L'approche axée sur la famille**
Souhaiteriez-vous pouvoir offrir à vos enfants les études qu'ils aimeraient faire ?
- **L'approche axée sur la sécurité financière**
Auriez-vous besoin d'un complément de revenu pour être bien à l'aise
- **L'approche axée sur les affaires**
Aimeriez-vous avoir une affaire à domicile qui vous rapporte de 1000 à 5000 \$ par semaine
- **L'approche axée sur la retraite**
Avez-vous suffisamment d'épargne pour envisager une retraite paisible ?
- **L'approche axée sur les projets**
Avez-vous les moyens de réaliser tous vos projets ?
- **L'approche axée sur l'ambition**
Avez-vous déjà souhaité être votre propre patron ?

Sélection de vos 25 partenaires potentiels

[illegible]

Sélection de vos 5 collaborateurs majeurs



1	
2	
3	
4	
5	

LA VENTE ET LE RECRUTEMENT

Maintenant que vous avez réuni autour de vous vos premiers leaders il va falloir continuer à développer votre organisation avec la même rigueur et la même assiduité et travaillant sur les deux axes que sont la vente des cartes et le recrutement de nouveaux agents ou entreprises.

Je vais donc donner quelques conseils d'ordre général.
Vous contactez vos connaissances (par exemple pour les inviter à une conférence)

Les différents points à « peaufiner » sont :

- La liste de noms
- Le matériel
- La situation
- L'état d'esprit
- Le dialogue

LA LISTE DE NOMS

Étape 1 : Comme nous vous l'avons proposé vous devez avoir établi maintenant une liste de MINIMUM 250 noms. Pourquoi autant ?

Parce que de cette manière, si vous essayez 2 ou 3 « NON » au départ, vous vous découragerez beaucoup moins vite car vous saurez qu'il y en a encore 247 derrière !

Parce que vous pourrez travailler en série, sans « couper » votre élan par la recherche du prospect suivant.

Comment trouver autant de noms ?

C'est assez simple :

Vous prenez un calendrier et à chaque jour correspond la fête d'un saint. A chaque prénom ainsi trouvé, dites-vous : je connais bien un (ou 2 ou 3) Albert, un (ou 2 ou 3) André, un Armand, ...

(évidemment, dans le calendrier, ils ne sont pas par ordre alphabétique, mais cela n'a aucune importance)

Recommencez par profession : je connais bien un architecte, un avocat, un boulanger, ...

Puis passez aux « groupes »

- la famille
- les amis
- les voisins
- les collègues
- les anciens collègues
- les équipiers de foot
- l'armée
- l'école
- le culte
- qui ai-je rencontré en vacances

Ne négligez absolument personne : même pas l'arrière grand-père de 95 ans. Car une fois cette liste établie, vous allez vous concentrer sur chacune des personnes répertoriées et chacune doit vous faire penser à au moins deux autres : grâce à qui l'ai-je rencontrée ? Avec qui était-elle lors de nos différentes rencontres ? De qui avons-nous parlé?

De cette manière, si vous le faites sérieusement, vous obtiendrez plus de 500 noms !

LE MATERIEL

Ayez tout ce qu'il vous faut sous la main :

- un téléphone fixe si possible car la qualité d'écoute est meilleure, car la batterie ne risque pas d'être à plat
- un PC si nécessaire
- votre liste de nom
- les renseignements utiles (date de la réunion dans la région de votre prospect ou sur Internet, infos produits, etc...)
- Un agenda
- Un Bic (car peut-être on vous demandera de rappeler un autre jour ou l'on voudra vous rencontrer

LA SITUATION

Vous commencez à appeler toutes ces connaissances : vous commencez donc à TRAVAILLER.

Soyez donc dans un environnement professionnel.

Installez-vous dans votre bureau ; si vous n'en avez pas, dans une pièce calme. Avertissez vos proches que vous avez besoin de calme. Vous n'arriverez à rien si vous téléphonez entre un enfant qui pleure, un chien qui aboie, la télévision qui passe un film de guerre et quelqu'un qui crie après vous pour vous demander de passer à table !!

L'ETAT D'ESPRIT

Faites le vide ! Oubliez tous les tracas de la journée ! Pensez P-O-S-I-T-I-F

Vous êtes le professionnel. Vous connaissez mieux que votre interlocuteur le sujet dont vous allez parler. Vous allez lui proposer une chance : vous n'êtes pas demandeur. C'est lui qui a besoin de vous et non le contraire.

Vous devez donner l'impression de quelqu'un d'heureux et d'épanoui.

LE DIALOGUE

Ou devrais-je dire LES dialogues. Car en effet 3 grands cas d'espèce se présentent :

- Les proches (marché chaud)
- Les connaissances plus lointaines (marché tiède)
- Les connaissances indirectes (recommandations ou marché froid)

Dans chacune des catégories, il faut un peu modifier son approche en fonction de la personnalité de son interlocuteur.

Une règle : que vous désiriez l'amener à une vidéo conférence ou obtenir un RV, **ne déballez pas tout sur votre produit ou votre concept** : conservez une part de curiosité chez lui !

A) Le proche, personnalité ouverte :

« Salut, Albert, comment vas-tu ? »

.....

« Dis-moi, que fais-tu mercredi soir ? »

.....

ça tombe bien. Écoutes, je t'envoie un mail avec un lien vers une

salle de conférence. Elle se déroule à 19 h précises. C'est super intéressant J'y serai aussi. On se recontacte juste après ! »

B) Le proche, personnalité méfiante ou fermée :

Même amorce, mais on aborde le sujet dans ce style

« Dis-moi Albert, on me propose une opportunité mais j'aimerais avoir ton avis.

Pourrais-tu me faire le plaisir d'assister ... »

C) Le proche, un peu hautain, sur de lui :

L'approche B peut être également conseillée

Une variante possible est de lui dire « quelqu'un ayant autant de relations que lui (vous lui donnez de l'importance) doit surement connaître quelques personnes intéressées par une proposition sérieuse et rentable »

Mais vous ne lui proposez pas directement l'affaire ; repoussez-le même un petit peu (pas trop) « Toi, mais tu ne m'as jamais dit qu'un revenu complémentaire t'intéressait ! ». En faisant cela, vous inversez la charge psychologique et c'est lui qui devient demandeur

D) Pour les connaissances plus éloignées, c'est l'introduction qui doit quelque peu différer. Rappelez –lui d'abord les souvenirs communs, avant d'embrayer sur un :

Ça fait longtemps que l'on ne s'est vu mais j'ai gardé l'image de quelqu'un de sérieux et qui sait ce qu'il veut dans la vie ». Puis retombez sur le même canevas que pour un proche.

E) Pour les recommandations, il importe d'abord de conforter le lien indirect qui vous unit à votre interlocuteur en insistant sur votre relation avec la personne que vous connaissez en commun : «

Bonjour, Mr X. Je m'appelle Jean, Jean Dupont. Mon nom ne vous dit rien mais je me permets de vous appeler de la part d'A.... (Prénom et nom)

Vous connaissez bien A..... Ah, sacré joueur de foot, lui. Il m'a raconté le nombre de buts que vous avez inscrit ensemble..... »

Vous parlez 2 à 3 minutes de cette personne, tout en valorisant votre interlocuteur.

Puis, vous réorientez la discussion : « Mais vous vous doutez que le foot n'est pas la raison principale de mon appel. A....., que je considère comme quelqu'un de sérieux, vous êtes d'accord avec moi ? (Il ne peut que vous dire oui), m'a dit que vous êtes également une personne sérieuse et ... » Puis, vous retombez sur le même canevas...

LE CONTACT DIRECT

A) Vous rencontrez une connaissance et vous voulez lui proposer votre business.

A éviter : le genre de phrase « Cela ne t'intéresserait pas de... ? » Car vous sollicitez une réponse négative ! Attaquez plutôt par la bande, avec la même tactique que décrite plus haut : « Tu ne connaîtrais pas quelques personnes qui... » (Cfr dialogue C)

B) Vous recevez des amis chez vous : ayez un peu partout des catalogues de voitures de luxe (raisonnable : BMW et Mercedes : pas Porsche ou Ferrari).

Vous solliciterez ainsi des questions qui vous amèneront à parler de l'augmentation de vos revenus via votre nouveau business. Si les questions ne viennent pas d'elles-mêmes, provoquez-les en

demandant des conseils, des avis sur les couleurs intérieures et extérieures ou sur le choix des jantes, ...de votre futur véhicule.

Expliquez alors que votre nouveau job vous fait gagner 500 ou 1000 \$ de plus par mois (ne montez pas trop haut, sinon vous ne serez plus crédibles) et va vous permettre d'acheter ce type de véhicule. De nouveau, c'est lui qui sera demandeur

Petite remarque pour ces 2 cas de figure : vous pouvez prendre un accord avec votre up-line et lui passer un petit coup de fil pour savoir « s'il reste encore de la place ». De cette manière, vous donnerez une image de sérieux d'une société qui sélectionne ses collaborateurs.

C) Vous désirez aborder un inconnu qui vous paraît être une personne de qualité. C'est l'exercice le plus difficile. Il faut que vous soyez habillé « Business », sinon vous n'aurez aucune crédibilité.

Un homme aborde un homme et une femme aborde une femme, sinon cela passe pour de la drague. L'entrevue doit être des plus courte : « Monsieur, excusez-moi de vous déranger mais il se dégage de vous une impression de sérieux, de dynamisme, vous représentez le profil que je recherche pour ma société. Je n'ai guère le temps de vous expliquer tout maintenant mais téléphoner moi ce soir à ce n° (vous lui tendez votre carte) et je suis sûr que ma proposition vous intéressera.

S'il vous appelle, confortez-le dans le fait qu'il est un élu « Je savais que vous m'appelleriez ; j'ai tout de suite senti en vous une personne sérieuse et ambitieuse ». Continuez en lui posant des questions sur ses études, sur son activité actuelle, son expérience sur le nombre d'heures qu'il pourrait vous consacrer, etc.. ». Faites-lui sentir que vous sélectionnez les personnes avec qui vous allez travailler. Puis seulement invitez-la à une réunion (réelle ou virtuelle)

Remarque importante : ces techniques contiennent certains artifices qui peuvent paraître peu sincères. Ils ne doivent être utilisés que par ceux qui ne savent pas trop comment amorcer un dialogue et seulement dans le but de débiter l'approche de manière optimale en mettant le prospect dans des dispositions psychologiques favorables.

Une fois ce cap passé, c'est votre sincérité et la manière dont vous allez parler avec votre cœur qui fera la différence, qui persuadera votre interlocuteur.

RECOMMANDATIONS

Dans vos différents discours, évitez les mots qui vont inconsciemment glisser le doute:

Peut-être, essayer, j'espère que, ...

Doivent être remplacés par :

Surement, réussir, je suis certain que, ...

Intéressez-vous à votre interlocuteur, à ce qu'il fait, à ce qu'il désire. Il le ressentira et de ce qu'il vous dira, vous tirerez des arguments pour le convaincre que votre proposition cadre avec ses aspirations.

Ayez le ton qui va en rapport avec le discours: sur de vous sans devenir suffisant, paternaliste ou hautain

Ayez également la tenue vestimentaire qui correspond à l'image que vous voulez donner de vous même: on ne fait pas du business en Jean délavé !

Souriez au téléphone: cela peut paraître ridicule mais votre manière de parler changera favorablement et la personne à l'autre bout du fil le ressentira

Voici un sujet sur le mode de pensée que nous avons et qui parfois - et même souvent - fait que nous nous fixons nous-mêmes des barrières et des limites artificielles.

Certains de vous ont connaissances de ces faits absolument authentiques:

- Les manches à balais d'avions qui se sont écrasés: les boîtes noires ont déterminé avec certitude qu'ils avaient été brisés AVANT le

crash alors qu'il faut normalement la force de 8 à 10 hommes pour casser ces barres d'acier. Simplement, la peur avait décuplé la force des pilotes

- Cette expédition scientifique qui en 1932, au Kenya a vu un homme courir parmi les gazelles sur plusieurs centaines de mètres: il avait été élevé par elles et « pensait » donc qu'il était une gazelle ce qui lui permettait de courir aussi vite qu'elle. Ce fait divers inspira bien plus tard un film, « Nanoo, fils de la jungle » (il ne restera pas dans les annales cinématographiques)

- Plus proche de nous: les records du monde sportifs qui tiennent très longtemps parce que ceux qui s'y attaquent sont imprégnés de l'idée qu'il s'agit là de la limite humaine. Dès que ce record est battu, d'autres qui avaient échoué précédemment dans leurs tentatives échouent toujours contre le nouveau record.... Mais font mieux que l'ancien (exemples marquants - mais il y en a beaucoup d'autres: le record de la longueur qui plafonnait à 8m45 avant que Beamon ne réussisse son saut fabuleux à 8m90 à Mexico en 68. Juste après et bien avant Lewis et Powell, nombre de sauteurs ont réalisé entre 8m50 et 8m65; le record du monde d'Eddy Merckx est resté intouchable pendant une éternité. Mais une fois que Moser eut fait mieux, les records se sont succédé: Boardman, Rominger et d'autres moins connus ont dépassé les 50 kms dans l'heure)

De la même manière, nous pensons que 2.000 \$ ou 2.500 \$ par mois est un revenu « normal » parce que nos parents, nos amis, nos collègues gagnent la même chose.

Mais si nous étions nés fils d'avocats célèbres, de chirurgiens réputés ou de cadres supérieurs, 15.000 à 25.000 \$ / mois serait la norme pour nous. Et si nous étions issus de la Jet Set, nous ne saurions même pas que certaines personnes doivent se débrouiller avec moins de 2.000 \$ mensuels !!

Tout cela pour dire que notre environnement oriente notre mode de pensée et qu'il nous faut sortir de ce carcan pour nous persuader que nous pouvons réussir.

Cela aussi est primordial pour mettre toutes les chances de réussite de notre côté !

Pour illustrer ce que je viens de dire, voici un petit test qui démontre à merveille l'affirmation de mon dernier post. Il s'agit du test des 9 points. Vous dessinez sur une feuille, de préférence quadrillée, 9 points représentant un carré. Je les ai numérotés ici de 1 à 9.

1	2	3
4	5	6
7	8	9

Ils sont équidistants. L'exercice consiste à les relier entre eux (y compris le point 5 du centre) par 4 droites attenantes.

Vous aurez la réponse lors de nos trainings de formation.

INVENTAIRE DE CLIENTS POTENTIELS

À faire adhérer au cours des 4 semaines

[illegible]

ORGANISATION D'UNE JOURNÉE

1. Objectifs professionnels

Définir vos objectifs précis pour cette semaine en ce qui concerne le montant de vos ventes ainsi que le nombre de ventes, d'entrevues et de contacts que vous voulez réaliser.

2. Rapport de performance

- Remplir votre feuille « Rapport de performance ».
- Revoir les totaux de la semaine dernière.
- Vérifier si vous faites toutes les choses que vous avez prévues de faire pour atteindre vos objectifs.

3. Agenda de la semaine

Planifier mes rendez-vous et mes activités de la semaine.

4. Préparez vos offres de service

Remplir une feuille « Présentation - action » pour chaque entrevue réalisée au cours de la semaine.

5. Ne pas terminer votre journée d'organisation avant que la semaine soit entièrement planifiée. Ne rien laisser, ni personne, déranger mon plan d'action.

PLAN D'ACTION

I

1. Définir mes objectifs
2. Établir mon plan d'action.
3. Concevoir une méthode précise pour évaluer mes performances.
4. Passer à l'action.

II

1. Garder mes objectifs bien en vue.
2. Croire que je les réaliserai.
3. Prendre l'engagement de continuer jusqu'à la fin de mon blitz malgré les obstacles que je rencontrerai.

ACTION 24 HEURES

Jour _____ Objectif majeur _____

Appels à faire (Proactif)

	<u>Nom</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Objet</u>
1.	_____	_____	_____
2.	_____	_____	_____
3.	_____	_____	_____
4.	_____	_____	_____
5.	_____	_____	_____
6.	_____	_____	_____
7.	_____	_____	_____
8.	_____	_____	_____

Activités à faire (Réactif)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

Personnel

Plan d'action pour la semaine du _____ au _____

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
8h00					
9h00					
10h00					
11h00					
12h00					
13h00					
14h00					
15h00					
16h00					
17h00					
18h00					
19h00					
20h00					

RAPPORT DE PERFORMANCE

Semaine No: _____ se terminant le _____

Aujourd'hui	CONTACTS		PRÉSENTATIONS		VENTES			Montant des ventes
	O	R	O	R	O	R		
LUNDI								
MARDI								
MERCREDI								
JEUDI								
VENDREDI								
SAM/DIM								
TOTAL SEM. PRÉC								
TOTAL DU BLITZ								

***O=Objectifs**

R=Résultats

Cette semaine	Objectifs	Résultats	Écarts
CONTACTS			
PRÉSENTATIONS			
ADHÉSIONS/VENTES			
MONTANT DES VENTES			

COMPTABILITE 90 JOURS

Nom : _____
Plan : _____
Mois : _____
Année : _____

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Évolution trimestre dernier
Téléphone				
Forfait internet				
Sites Informatique				
Restaurants				
Livres - Revues				
Carburant				
Formations				
Matériel et autre				
Frais locatifs				
TOTAL FRAIS ACTIVITE				
GAINS REALISES				
BENEFICES				

Donnez-vous les moyens :

Un travail quotidien, même une heure par jour, multiplie vos chances de contacts.

Conservez tous ces contacts sur fichiers mails, et contactez-les régulièrement par un simple courrier, en reformulant toujours différemment votre approche. Le rappel provoque souvent une décision. Si certains manifestent un refus, surtout n'insistez plus, et ne divulguez pas leurs coordonnées à tout autre personne. Retirez-les de votre listing de courriers systématiques.

INVITATION À UNE PRÉSENTATION

Inviter vos candidats avec une invitation sincère et courtoise

Par téléphone ou en personne

À un marchand / fournisseur

- Bonjour _____ mon nom est _____.
- Je suis un de vos clients depuis __ années. Est-ce que mon nom vous est familier?
- Je viens de découvrir un concept professionnel qui possiblement pourrait vous intéresser et surtout, être au courant de ce programme serait certainement un atout important pour votre entreprise.
- Êtes-vous disponible aujourd'hui entre « Heures » (heures des visioconférences prévues)?
NON: Continuer
- Proposer le choix d'un autre jour de la semaine à la même heure.
OUI: Continuer
- Une présentation de ce concept est offerte sur Internet en visioconférence par les concepteurs « entre HEURE » aujourd'hui. Cette présentation vous permettra d'apprécier les bénéfices que vous pouvez obtenir de notre compagnie. Alors je vous invite personnellement à cette présentation.
OUI: envoyer par email l'invitation à la visioconférence.
NON: Remercier poliment pour le temps que la personne vous a consacré.

À quelqu'un que vous connaissez

- Créer un contact chaleureux (interlocuteur hors pair)
- As-tu quelques minutes pour parler?
OUI: Continuer
NON: À quel moment puis-je te rappeler?
- Je viens de m'impliquer avec un concept professionnel exceptionnel et performant. Je crois sincèrement que cela pourrait t'aider et t'intéresser sérieusement.
- J'ai pensé à toi car je sais que tu es potentiellement intéressé à un second revenu et aussi parce que nous cherchons des gens pour nous aider à lancer ce programme.
- Pour faire connaître notre compagnie nous offrons sur Internet des visioconférences de présentation. Je t'invite personnellement à cette visioconférence.
- Es tu disponible aujourd'hui « entre HEURE »?
OUI: envoyer par courriel l'invitation et le logiciel de visioconférence.
NON: Proposer le choix d'un autre jour de la semaine à la même heure.

RECOMMANDATIONS POUR UNE PRESENTATION PUBLIQUE

Confirmer votre invitation et au besoin rappeler quelques heures avant.

- Par télécopieur, par courriel, par téléphone ou invitation livrée personnellement.
- Prévoir inviter vos contacts qui n'ont pas accès à Internet à suivre la visioconférence avec vous.

Avant tout

1. Inviter le ou la conjoint(e) de votre invité.
2. Covoiturer avec vos invités si cela est possible ou confirmer leur présence tôt le matin.
3. Avoir une tenue d'affaire.

A l'arrivée

1. Soyez à l'heure, prévoir 30 minutes avant la présentation officielle pour l'accueil et les présentations.
2. Si vous amenez un invité, arrivez pour l'accueil.
3. Communiquer une attitude agréable et ouverte (avec une attente positive).
4. Présenter vos invités aux autres membres, aux leaders et aux organisateurs de la réunion.
5. Vous vous installés avec vos invités le plus près possible en avant.

Pendant la présentation

1. Participer — Rire, lever la main quand on vous le demande, prendre des notes, réagir avec enthousiasme à l'esprit de la présentation.
2. Porter attention au conférencier - **VOUS DONNEZ L'EXEMPLE !**
3. Donner à chaque conférencier un **applaudissement positif**.
4. Commencer à inscrire vos invités immédiatement après le dernier conférencier. C'est là le meilleur moment car leur enthousiasme est au maximum.

Après la présentation

1. Rester assis encore quelques minutes après la fin de la présentation.
2. Savoir comment présenter la documentation.
3. Demander à vos invités comment ils se sentent face à l'opportunité qui leur est présentée (Si les signaux d'achat sont positifs).
 - A. Procéder à l'inscription
 - B. Confirmer immédiatement un rendez-vous pour faire le suivi.
4. Avant tout, être préparé à demander la commande et à faire les arrangements financiers !

Exemple: Comment souhaitez-vous régler ça ? Comptant, mandat poste ou par carte de Crédit ? Est-ce qu'on procède maintenant ?

TRAVAILLEZ EN EQUIPE

L'équipe

1. Laisser voir au monde que vos partenaires travaillent ensemble pour le bénéfice de tous. Quand les invités voient le travail d'équipe en action, ils réalisent que ce travail sera utilisé pour leurs bénéfices quand ils seront dans votre compagnie.
2. Faire sentir à tous les nouveaux membres qu'ils sont les bienvenus et encourager les invités à joindre la compagnie même si ce ne sont pas les vôtres.
3. Utiliser votre temps à souhaiter la bienvenue et à rencontrer les invités.
4. Inciter vos nouveaux associés, vos invités au prochain briefing, atelier ou séminaire.
5. Inviter tout le monde à revenir avec un invité à la prochaine présentation ou événement.

A ne pas faire

1. Ne pas se rassembler devant l'entrée de la salle de présentation.
2. Ne pas fumer, en présence des invités, avant, pendant et après la présentation.
3. Ne pas donner une présentation d'affaire privée avant, pendant et/ou après la présentation.
4. Ne pas quitter la salle pendant la présentation et ne pas parler pendant les interventions des conférenciers.
5. Ne pas poser de questions ou interrompre le conférencier pendant une présentation. Seuls les invités ont le droit de poser des questions.

6. Ne pas déranger un conseiller quand il est en train de conclure une entente.
7. Ne pas remplir de commandes ou de contrats pendant la présentation.
8. Ne pas soulever les problèmes internes avant, pendant, et/ou après une présentation.

En d'autres termes, être le genre de participant que vous aimeriez avoir dans votre auditoire, si vous étiez le conférencier.



Crédits Fotolia

LES 8 SECRETS DE LA RÉUSSITE

Nous sommes tous admiratifs devant les personnes à qui tout semble réussir, et qui remportent les challenges les plus fous. Pourtant, quand on examine leur passé, souvent on ne trouve rien qui explique, objectivement, les raisons de leur succès : pas de parents célèbres, ou tout simplement riches, pas forcément un physique hyper-avantageux, pas de dons particuliers, du moins au départ.

Il y a pourtant une recette, à la portée de tous... Elle n'a pas été mise au point par quelque théoricien en mal de succès éditorial, elle s'est dégagée elle-même de nombreux entretiens accordés par les 15 meilleurs Spécialistes mondiaux de la motivation. Il s'agissait de découvrir les principes qui leur étaient communs. Comment sont structurés mentalement les gens qui réussissent ? Quels sont leurs valeurs, leurs niveaux d'engagement, leur assurance, leur attitude face à l'existence ?

Tout cela est dévoilé dans les lignes qui suivent pour que vous puissiez intégrer ces principes à votre propre système de pensée et que vous puissiez, vous aussi, atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés.

Le secret du succès n° 1

Soyez convaincu que c'est vous qui êtes responsable à 100% de tout ce qui arrive dans votre vie

Dans une société où tout le monde rejette sur les autres le fait de n'avoir pas réussi dans la vie, de ses parents au gouvernement, les Experts de la motivation refusent d'entrer dans le jeu du "j'aurais pu aboutir si seulement il n'y avait pas eu...". Ils ont compris que chaque fois que vous mettez vos échecs sur le dos de quelqu'un, vous abandonnez à cette personne une partie de votre pouvoir. C'est comme si vous disiez : "c'est vous qui contrôlez ma vie, et non moi."

Le credo des gens qui réussissent est à l'opposé de cette mentalité de victime ; pour eux, "si cela m'est arrivé, c'est entièrement de ma faute". Bien évidemment, il y a des choses qui échappent

complètement à votre contrôle, comme la nature, le passé, les autres personnes, mais il y en a d'autres dont vous avez la maîtrise absolue : c'est tout ce que vous pensez et tout ce que vous faites. Tenez-vous pour dit, une bonne fois pour toutes, que ce que les autres pensent de vous ne doit pas devenir votre réalité. Et vous saurez que votre avenir repose exclusivement entre vos mains.

Prenez à 100% la responsabilité de tout ce qui vous arrive dans la vie et vous aurez là l'une des choses les plus puissantes que vous pouvez faire pour vous-même.

Secret n° 2

Vivez votre vie par vocation

Ce qui différencie peut-être le plus les gens qui réussissent des autres, est qu'ils vivent leur vie par vocation. C'est-à-dire qu'ils font ce pour quoi ils pensent qu'ils sont venus sur terre.

Vivre sa vie avec un sentiment de vocation est l'élément déterminant pour que vous deveniez une personne totalement opérationnelle.

La différence entre vivre sa vie par vocation et ne pas la vivre par vocation est comme la nuit et le jour. Dans le deuxième cas, cela consiste à arriver au bout de la semaine, avec le minimum de problèmes à solutionner, tout en dépensant juste assez d'énergie pour parvenir au week-end. Dans le premier cas, votre principal souci est de bien faire votre travail. Vous aimez ce que vous faites, et cela se voit. Votre conviction est autant évidente que persuasive, et vous découvrirez que les gens veulent faire affaire avec vous à cause de cet engagement total qu'ils sentent en vous.

Comment vivre sa vie par vocation ? En trouvant une cause en laquelle vous croyez, et en construisant une affaire autour.

L'expérience a prouvé à de nombreuses reprises qu'une fois qu'on s'est découvert une vocation, et que celle-ci a pour objectif d'apporter un plus aux autres, on n'a pas à se préoccuper de l'argent, il se prend en charge de lui-même.

Secret n° 3

Soyez prêt à payer le prix de vos rêves

Rêver d'une grande maison, d'une voiture de luxe, ou d'un million de dollars à la banque, tout cela est très plaisant, et pratiquement tout le monde veut ces choses.

La vraie question est : *"êtes-vous prêt à payer le prix pour les avoir ?"*

Vous touchez là l'une des principales différences entre les gens qui réussissent et les autres.

Ceux qui réussissent ont d'abord cherché à savoir ce que cela va leur coûter pour transformer leurs rêves en réalité. Puis, ils ont cherché le moyen de faire que cela arrive. Et le plus important de tout, ils ne se plaignent pas de la somme de travail nécessaire pour atteindre leurs objectifs.

Vous pouvez obtenir pratiquement tout ce que vous désirez dans la vie, à condition d'être prêt à en payer le prix.

Secret n° 4

Restez centré

Tous les jours, nous sommes bombardés de travail à faire, de messages et de personnes qui tous cherchent à prendre notre temps. Aussi, la capacité à rester centré sur vos objectifs est de toute première importance pour votre réussite. Et rester centré nécessite que vous renonciez à certaines choses pour le moment, sûr que vous devez être conscient que le temps investi sera largement payé plus tard. Passez autant de temps que vous pouvez chaque jour, en vous concentrant sur votre objectif. À tout moment de la journée, demandez vous : "suis-je maintenant en train de faire quelque chose

qui m'en rapproche?". Si la réponse est non, changez d'activité pour faire quelque chose qui va dans le bon sens.

Rester centré est comme n'importe quelle habitude : plus vous le faites, plus cela devient facile.

Secret n° 5

Devenez un spécialiste de votre domaine

Un autre point commun aux gens qui réussissent est le sérieux avec lequel ils prennent leur métier. Leur engagement pour faire mieux encore ce qu'ils font est phénoménal. Ils font tout ce qu'ils pensent qui pourrait améliorer leurs performances.

L'objectif n'est pas tant d'être reconnu comme le meilleur, mais surtout d'être chaque jour au mieux de ses capacités, et meilleur que la veille.

Si quelqu'un vous suivait dans chaque étape de votre travail, toute une journée, avec un caméscope pour réaliser une cassette de formation à l'intention des gens qui veulent exercer le même métier que vous, serait-ce une cassette dont vous seriez fier, ou qui vous mettrait dans l'embarras ?

Si vous vous situez dans le 2ème cas, prenez la décision aujourd'hui d'évoluer dans votre travail pour devenir le meilleur dans votre domaine.

L'un des moyens les plus rapides pour réussir est de découvrir ce que font les meilleurs et de les imiter.

Secret n° 6

Mettez par écrit le plan qui vous permettra d'atteindre vos objectifs

Prendre le temps de rédiger un plan d'action, votre carte routière en quelque sorte, pour savoir comment vous allez vous y prendre pour réaliser vos rêves, est l'un des meilleurs moyens dont vous disposez

pour y accéder rapidement. Les objectifs qui ne sont pas mis par écrit ne sont pas des objectifs ; ce sont simplement de bons vœux ou des fantasmes.

La plupart des gens essaient de réaliser leurs rêves sans établir de plan. C'est comme d'essayer d'aller d'une ville à une autre sans carte. Oubliez le fait que vous avez peu de chances d'atteindre votre destination. La frustration, en plus du temps, de l'argent et de l'énergie gaspillés, vous amèneront certainement à abandonner avant que vous ayez parcouru la moitié du chemin.

Avec une carte routière, ne croyez pas cependant que vous ferez pour autant le voyage avec plaisir, mais vous serez pratiquement assuré d'arriver à destination dans les meilleurs délais possibles.

Secret n° 7

Ne renoncez jamais à vos rêves.

Cela peut paraître simple, même évident, mais quand vous êtes totalement engagé dans la réalisation de vos rêves, abandonner ne représente même pas une alternative possible. Vous devez être prêt à faire tout ce qui est nécessaire pour réussir. Frapper à toutes les portes, donner des centaines de coups de téléphone pour tâcher de toucher la bonne personne, devenir ingénieux pour trouver de nouveaux moyens d'obtenir des rendez-vous, de la promotion, résister au découragement, ne pas ménager soi-même sa peine ni son temps... tous ceux qui ont réussi racontent la somme d'efforts constants qu'ils ont dû fournir avant de parvenir à un résultat.

La différence avec ceux qui n'aboutissent pas se trouve dans la pure et simple persévérance.

Secret n° 8

Ne traînez pas

Nous ne devons pas perdre de vue que nous ne sommes pas éternels. Et nous ne savons pas combien de temps nous est laissé pour accomplir nos rêves. L'horloge tourne sans arrêt et tôt ou tard, notre

numéro sera appelé. Les gens qui réussissent le savent, mais plutôt que de voir ce fait comme quelque chose de négatif, ils s'en servent comme d'un éperon pour poursuivre leurs rêves avec autant d'énergie et d'enthousiasme que possible.

Mon souhait le plus ardent est que ces quelques lignes éveillent en vous le désir de vivre vos rêves plutôt que simplement rêver votre vie et de dire :

Oui !

C'est possible !!, moi aussi je peux y arriver !!

Alors faites le pas, prenez vous en main, utilisez ce guide comme une chandelle où vous pouvez allumer la votre !

POUR UNE VIE EXTRAORDINAIRE



Inscrivez-vous aux formations proposées sur www.bernardducamin.com

Bibliographie :

- [*Le Marketing Relationnel de Paul Dewandre*](#) aux éditions« libre entreprise».
- «Comment créer un grand réseau de distribution» de Don FAILLA aux éditions Multi-Level Marketing International Ltd.
- «[*Objectifs*](#)» de Brian Tracy aux éditions du trésor caché
- «[*Champion de la vente*](#)» Michel Bélanger aux éditions Pro Vente
- «[*L'entreprise du 21^{ème} siècle*](#)» de Robert T Kiyosaki aux éditions UMD
- «[*Le guide pratique du formateur*](#)» de Didier Noyer INSEP (ÉDITIONS)

Notes