

## Fragmenty materiału adresowanego do wybranej grupy Menedżerów COLWAY kilkanaście dni po inauguracji LunaColu:

### Nasza Wielka Szansa

Lunazyna i LunaCol **mogą** być receptą na zdobycie całych grup nowych klientów. Na kryzysy zawodowe i na wszystkie zadyszki. Jak? - Po prostu. Bo dają wymarzoną szansę na wykonanie najsukuteczniejszego w tym biznesie manewru „ucieczki do przodu”!

Mogą być taką receptą i mogą taki manewr umożliwić, ale nie znaczy to, że muszą. To znowu zależy od Was.

Chciałbym bardzo, abyście zechcieli postrzec naprawdę ogromny potencjał **marketingowy** tego produktu. Po inauguracji i pokazaniu niebywałych atutów - jego sukces i Wasz Sukces są bowiem teraz już głównie w Waszych głowach. Obiektywnie patrząc, ten sukces jest na wyciągnięcie ręki. Musimy jednak po niego tę rękę zdecydowanie wyciągnąć.

Sytuacja jest nieco podobna do tej, jaka miała miejsce w latach 2004-2005, kiedy „kolagen + Colway” stały się naszym wielkim handicapem. Jeżeli w to uwierzycie i włożycie w to energię tak silną, aby zaczęła rozchodzić się zaraźliwie, to wykorzystamy ten potencjał.

Gdyż w lunazynie drzemie on bez wątpienia.

### Co konkretnie musimy zrobić?

Nie oczekiwać, że wszyscy będą nagle chcieli kupować od nas „nie wiadomo właściwie co”. Najpierw trzeba spopularyzować to słowo. I od razu potem zawłaszczyć je we wszelkich z nim skojarzeniach. Przede wszystkim spopularyzować i zawłaszczyć je w internecie. Opisałem to w Aktualnościach listopadowych, więc nie będę powtarzał. Jeżeli uwierzycie, że warunkiem tego, by COLWAY miał znowu atrakcyjną ofertę rekrutacyjną, jest stworzenie sytuacji, w której o lunazynie się powszechnie mówi, co będzie skutkowało tym, że wysłuchujący naszej propozycji będą wiedzieli, iż są zapraszani do tematu nowego, nośnego i budzącego emocje - to wtedy wygramy tę szansę!

COLWAY jednak tego za Was nie robi, bo zajęłoby nam to lata całe. Zrobić to mogą tylko setki, a potem tysiące osób roznoszących ten temat od każdego spotkania towarzyskiego w realu począwszy, poprzez wszystkie fora, blogi i podtrzymywanie go w mediach społecznościowych, aż po spotkania zbiorowe, wznawiane - celem przekazywania tej nowiny oczywiście.

Siejcie więc dobrą plotkę, uprawiajcie najlepszy marketing szeptany i uczcie tego samego wszystkich w swoich grupach. Powiedźcie im, że ta fama rozpuszczana w ich środowiskach będzie do nich wracać! Bo zaiste będzie, o ile nabierze form ciekawych, intrygujących historii, a nie nachalnych propozycji na wprost.

Rzeczywiste właściwości lunazyny i „nasze” z nią korelacje są kanwą do opowieści na tyle atrakcyjnych, że wcale nie trzeba im wiele przydawać. Na to przyjdzie czas, gdy pojawią się relacje ludzi, którzy będą się nią suplementować.

Jeśli się nam to uda, to tylko z tego samego znowu powodu – chciejstwa. I jeśli się nie uda, albo wyjdzie „tak sobie” - to również z tego samego powodu – niechciejstwa.

Bo najpierw trzeba **chcieć się nauczyć**. O lunazynie, o epigenetyce. Po to, aby opowiadać prawdziwie i ciekawie. Nie namolnie, nie językiem niezrozumiałym i nie na skróty. Korzyściami, a nie

zamęczającymi prelekcjami. Czasy skutecznych sprzedażowo i rekrutacyjnie godzinnych wykładów o potrójnej helisie, hydroksyprolinie i kolagenogenezie już minęły. O lunazynie musimy nauczyć się opowiadać inaczej. Krótko, sensacyjnie, ale rzeczowo. Jakie korzyści zdrowotne daje suplementacja lunazyną? Rozliczne. Czy poczujemy je od razu? Nie. Więc jakie odczujemy dość szybko? **Poprawę odporności.** Jest to jedna z największych istniejących w ogóle korzyści zdrowotnych. Odporność to niechorowanie, czyli to, czego sobie najczęściej życzymy. TO ZDROWIE. Prezentacja tej korzyści jest tak samo krótka, jak łatwa.

Dopiero gdy przykuliśmy uwagę rokującą na wysłuchanie nas dłużej, powinniśmy znać choć pokrótce historię powstania polskiej metody izolowania lunazyny. Czyli krótką historię Filipa Porzucka, który przecież ani nie pojawił się między nami z nienacka, ani nie jest jakimś odkrywcą przypadkowym. Tego potrzebujemy, gdyż spotykamy się już gdzieś z zwykłym ludzkim niedowierzaniem. Dwie części tej historii już dla Was napisałem. Gdy zbiorę dostateczną ilość testimonial, czyli relacji żywych ludzi o działaniu produktu (pomagajcie mi w tym, proszę!), to opublikuję część trzecią, a może nawet czwartą.

Trzeba także nauczyć się buzz marketingu i to nauczyć go rzetelnie! Bo jest to element pozyskiwania klienteli i współpracowników w obecnych czasach. Nauczyć się poruszania wszędzie tam w sieci internetu, gdzie warto się z lunazyną i epigenetyką pojawiać. A nauczyć się kompetencji buzz-marketingowych musimy także po to, aby nigdy, przenigdy ani nie pokazywać na wejściu oczywistych intencji sprzedażowych, ani – co jeszcze gorsze: prowokować sprzeciwów, negacji i sporów, od których już tylko krok do hejtu. Nauka tych umiejętności jest potrzebna nam wszystkim, abyśmy nie spalili tego wspaniałego tematu!

To jest zadanie dla Was Liderzy i czołowi Menedżerowie COLWAY. Każdy nowy filmik, materiał powinien być oglądany, cytowany i polecany do obejrzenia. Każda inicjatywa tłumaczenia wszelkich opracowań z języka angielskiego (i nie tylko) skrzętnie podejmowana i wspierana.

Twórcie i ucicie innych tworzyć ich własne materiały o lunazynie i o epigenetyce. Bardzo szybko zaczną się pisać z ich pomocą i na kanwie rzeczywistych ludzkich doświadczeń - niesamowite ludzkie historie. Skąd to wiem? Z internetu amerykańskiego, w którym lunazyna funkcjonuje już ładnych parę lat i przynosi jednym zdrowie, a innym zdrowie oraz profity. My będziemy podsuwać Wam do takich materiałów wskazówki, źródła, a także własne (nie zaś kopiowane z cudzych) grafiki, wykresy itp. Zakładajcie blogi na te tematy, bądź podsuwajcie je tym, którzy już poczytne blogi mają. Pokazujcie im, jakie mogą mieć z ich propagowania korzyści. Zasiejcie lawinową, dobrą, zaraźliwą plotką internet i uruchamiajcie takie same dobre plotki w swoich środowiskach. Mówić przecież będziemy o substancji, która m.in. skutecznie chroni przez zachorowaniami na nowotwory! Mówić będziemy o preparacie, który bije na głowę drogie leki immunologiczne, będąc przy tym naturalnym i czyniącym ludzi lepszą wersją biologiczną ich samych!

To jest pierwsze zadanie. Jeśli je wykonamy masowo i dobrze – to stworzymy sobie rynek, na którym będziemy monopolistami i na którym miejsca wystarczy dla wszystkich! Wówczas propozycje przyłączenia się do tego monopolu staną się atrakcyjne. A co to będzie oznaczać? Łatwość rekrutacji.

Od czego musimy zacząć? Od rozpowszechniania famy o lunazynie. Dokładnie tak samo, jak robiliśmy to 15 lat temu z wcale nie znanym powszechnie jeszcze kolagenem! Powiodło się? Tak. Chcecie zbudować sobie kolejny target na kolejne lata? Więc zróbmy to.