SZKOLENIE Z PREZENTOWANIA PLANU FINANSOWEGO

I OFERTY FIRMY



CZEŚĆ I (SŁUŻY DO SZKOLEŃ W STRUKTURACH)

JAK SKUTECZNIE – CZYLI W SPOSÓB ZROZUMIAŁY – PREZENTOWAĆ OFERTĘ   
I PLAN FINANSOWY COLWAY?

CZEŚĆ II (DO PRAKTYCZNEGO STOSOWANIA)

CO MOŻE DAĆ CI COLWAY? PREZENTACJA OFERTY FIRMY

CZEŚĆ III (DO PRAKTYCZNEGO STOSOWANIA)

PREZENTACJA PLANU FINANSOWEGO COLWAY – PROWIZJE

**Skrypt ten posłużyć ma Wam jako zbiór narzędzi pomocnych w skutecznym – czyli przede wszystkim zrozumiałym – prezentowaniu kandydatom na współpracowników, przyszłych Dystrybutorów i Menedżerów oferty, jaką ma dla nich organizacja COLWAY.**

Materiał składa się z **trzech części** i przystosowany jest do pracy ze slajdami, których znaczną część opisuje słownie. Do pracy z pomocą laptopa lub tabletu (takze z funkcją projekcji ekranu poprzez rzutnik), ewentualnie z pomocą wykonanych samodzielnie tablic prezentacyjnych w formacie A0 lub A4 (prezenter osobisty).

**Część I** – o charakterze dydaktycznym, uczy osoby prezentujące Plan Finansowy COLWAY krok po kroku **JAK** należy to robić.

Obszernie omówione zostały zasady zrozumiałej dla odbiorcy prezentacji, przyczyny dla których przekaz taki bywa nie przyswojony przez słuchaczy, a także rady: jak uniknąć pułapek i osiągnąć efekt, którym jest Rekrutacja, jak również wyszkolenie osób następnych do uczenia kolejnych – prowadzenia skutecznych prezentacji, rekrutacji – czyli do duplikacji. Część I zalecamy Liderom oraz Menedżerom COLWAY jako materiał – **matrycę** do szkoleń podstawowych Dystrybutorów w Waszych grupach i do szkoleń Menedżerów.

**Część II** – jest to **gotowa propozycja prezentacji** oferty firmy COLWAY. Obejmuje ona podstawowe informacje o naszym archetypowym produkcie Kolagenie Naturalnym, o historii wynalezienia metody jego ekstrakcji w postaci molekularnej, informacje o samej firmie, o kilku jej Produktach wreszcie o możliwościach zakupów   
z rabatem i możliwościach zarobkowania na tym polskim wynalazku poprzez dystrybucję. Prezentacja kończy się w miejscu, gdzie Dystrybutor dochodzi do maksymalnego poziomu rabatowego.

**Część III** – jest to również gotowa propozycja prezentacji Planu Finansowego COLWAY przeznaczona dla osób zainteresowanych robieniem z COLWAY Biznesu.

Gotowymi matrycami prezentacyjnymi posługiwać się można zarówno podczas spotkań indywidualnych, jak i robiąc prezentacje zbiorowe.

Materiał niniejszy powstał w 2011 roku. Czy mocno się „postarzał” jako zalecany, wspólny – jednolity wzorzec do powielania i duplikowania? Sprawdzicie to w pracy i jeśli tak uznacie stworzycie sobie na wybranych elementach jego schematu materiał własny.

# Rady wstępne, które się nie starzeją

Do prezentacji Planu Finansowego i oferty COLWAY przystępować należy w schludnym stroju, punktualnie, w odpowiednich warunkach otoczenia i po zadbaniu   
o wygodę słuchaczy. W dobrym zdrowiu i humorze, ale przede wszystkim będąc do tego gruntownie przygotowanym.

A niezależnie od tego, jak doskonale przygotowani się czujecie, to oprócz sprawnego zegarka macie mieć ze sobą plan prezentowania Planu Finansowego... Czyli dokładny plan tego, co macie zamiar prezentować. Plan swojego wystąpienia. Treści tego skryptu mają być tylko wskazówkami.

Jeszcze zanim przywitacie się z rozmówcą lub audytorium niech się Wam przypomni omawiana na szkoleniach narzędziowych COLWAY Reguła Pierwszego Wrażenia.

# REGUŁA PIERWSZEGO WRAŻENIA

Ludzie, którzy nas napotykają, mają skłonność do błyskawicznego ocenienia nas na podstawie właśnie pierwszego wrażenia i są potem do tego sądu dość silnie przyzwyczajeni. Niechętnie od niego odstępują. Mają też w głowie rodzaj potencjometru suwakowego.

Taką skalę, która przesuwa się w lewo lub w prawo mierząc jednocześnie poziom akceptacji osoby świeżo poznawanej – czyli nas – na podstawie właśnie „pierwszego wrażenia”.

Na jednym końcu skali zauroczenie, niemal miłość od pierwszego wejrzenia. Na drugim głęboka niechęć, niemal nienawiść od pierwszego wejrzenia. O umiejscawianiu się tego „suwaka” decydują różne czynniki. Np. doświadczenia życiowe w kontaktach z różnymi ludźmi, preferencje co do urody, mody, także podobieństwo typu komunikacyjnego, temperament, charakter i wiele innych rzeczy…

Na pierwsze położenie suwaka mamy wpływ niewielki. Ale od pierwszych chwil kontaktu możemy sprawiać, że on się będzie przesuwał w kierunku akceptacji bądź negacji naszej osoby.

Reguła Pierwszego Wrażenia zawiera się bowiem w **„4 x 20”.**

**Pierwsze 20 słów**

Przeciętnie 20 pierwszych słów przez nas wypowiedzianych jest podświadomie oceniane przez osobę „wyrabiającą” sobie o nas zdanie na podst. pierwszego wrażenia – w kierunku akceptacji bądź negacji. Bardzo potrzebujemy więc za każdym razem, kiedy zależy nam na wywarciu dobrego pierwszego wrażenia nie mniej niż 20 „dobrych” pierwszych słów. „Dobrych” oznacza tu nie tylko ich treść, ale nawet bardziej sposób JAK je wypowiemy…   
W jakiej prędkości, jak wyraziście, w jakiej intonacji itp. Należy wypowiadać te pierwszych 20 słów zawsze w sposób przemyślany, co do formy i co do treści. Słowa niezrozumiałe dla słuchacza – przesuną suwak w kierunku nieakceptacji. Podobnie może być ze słowami zbyt poufałymi, banalnymi, ekstrawaganckimi lub przesadnie komplemenciarskimi.

20 słów wyrzuconych szybko i głośno do osobnika introwertycznego nie zrobi dobrego pierwszego wrażenia, podobnie jak ciche i wolno wypowiadane przywitanie   
z ekstrawertykiem.

Należy zachować absolutny złoty środek, jeżeli nie ma się wiedzy o Kliencie, ale wykorzystać absolutnie każdą wiedzę, którą się o nim posiada. 20 pierwszych słów ma znaczenie ogromne. Nauczcie się więc **dobrych** pierwszych 20 słów przywitania, zagajenia itp. zanim zaczniecie właściwą prezentację. Nauczcie się ich w kilku wariantach. Aby przenigdy nie zaczynać kontaktu ze słuchaczami od sztampowego: „witam państwa serdecznie” lub innych, nudnych, oklepanych banałów.

**Pierwsze 20 kroków** (ruchów, przybranych pozycji)

Przeciętnie znowu pierwszych 20… i nie chodzi jedynie o baczenie, by nie wejść w kadr   
z przytupem, w ubłoconych butach… Ani nawet nie tylko o ruchy języka ciała (winny być otwarte i przyjazne), ale również o „ruchy wizerunkowe”, czyli te wszystkie, jakie składają się na **obraz osoby** spokojnej, pewnej siebie, **raczej mogącej coś dać, niż czegoś oczekującej.** Można to wytrenować poprzez podchodzenie do zwierząt. Np. do koni…

**Pierwsze 20 sekund**

To nie jest dla Was dobra wiadomość, bo w ciągu przeciętnie pierwszych 20 sekund domyka się Reguła Pierwszego Wrażenia. Czasu jest zatem zazwyczaj niewiele. Te 20 sekund upływa często szybciej niż 20 słów i 20 kroków. To dzieje się niestety jednocześnie. A Wy musicie zdążyć…

**Pierwsze 20 centymetrów** (szerokości uśmiechu na twarzy)

Nie dosłownie, bo nikt nie ma ust tej szerokości, lecz jednak od ucha do ucha (20 cm) Wasza twarz ma emanować dobrymi intencjami, ponieważ tego właśnie szuka w pierwszym wrażeniu podświadomie każdy człowiek. Oznaką dobrych intencji jest np. atawistyczne obnażanie zębów. Zauważmy, że zawsze i wszędzie – ludzie obdarzeni zdolnością szerokiego uśmiechania się, mają większą łatwość zawierania znajomości i wywierania pierwszego, dobrego wrażenia.

Te cztery procesy zachodzą w głowie osoby, na której wywieramy „pierwsze wrażenie” **równolegle.** Należy mieć przede wszystkim tego świadomość po to, by wiedzieć czego uniknąć.

Skutkiem dotknięcia Reguły Pierwszego Wrażenia będzie zaakceptowanie nas od razu na wstępie – i wiele rzeczy, które później zachodzą w procesie przekazywania informacji, jakiego celem jest przecież przekonanie słuchaczy do COLWAY – będzie bardzo proste. Albo będzie to postawa wobec Was podświadomie niechętna, a wtedy nawet potrzeba tańszego nabycia Waszych Produktów, czy potrzeba zarobienia na nich pieniędzy – mogą nie pomóc. Bo tacy już wszyscy jesteśmy, że nie chcemy budować dalszej relacji spotkaniowo-transakcyjno-akcesyjnej z kimś, kogo już na wstępie nie akceptujemy.

Zrobienie „drugiego pierwszego wrażenia” jest wprawdzie możliwe, ale bardzo, bardzo trudne.

Pierwsze wrażenie i otwarcie kanału emocjonalnego, to są „drzwi” do klienta i kandydata na współpracownika, drzwi do osoby, którą chcemy zrekrutować, jak zresztą drzwi do każdego człowieka w każdej sytuacji, gdzie mówimy o relacjach. Dlatego jest to tak ważne.

Gdy minie (bardzo szybko) **4 x 20** – w dalszym ciągu pracujemy nad wrażeniem. Cała wasza prezentacja tym między innymi będzie. Ale teraz już nazywa się to **budowaniem korzystnych relacji**. Szczególnie jeśli będzie to prezentacja indywidualna, w której dialog absolutnie przeważać musi nad monologiem. Będzie ona nawiązywaniem nici porozumienia. Na tym etapie z kandydatem na konsumenta lub współpracownika **rozmawia się.** Jakkolwiek nazywa się to prezentacja, to jednak nie monologuje się, trajkocąc tak, by nie nastąpiła ani chwila „przerażającej ciszy” lecz po prostu rozmawia, **czyli zadaje pytania.** Ludzie nie znający się,   
w sposób naturalny są wobec siebie nieufni. Obwąchują się. Badają nawzajem swoje intencje. Gadając nie dowiemy się wiele o intencjach naszego rozmówcy, a na pewno nic   
o korzyściach, jakich oczekuje od spotkania z nami. Będziemy wtedy zdani na ryzyko proponowania mu intuicyjnie takich korzyści z Produktów lub Biznesu Colway, jakie były atrakcyjne dla innych. Po co to ryzyko?

Najwięcej w sztuce sprzedaży Produktów COLWAY czy Idei naszego Biznesu zależy od **skutecznej komunikacji.** Przegrywają ci, którzy myślą, że ich zadaniem jest przekonać rozmówcę. **Przegrywają dlatego, że posługują się racjami**, podczas, gdy racje stanowią nie więcej niż 1/5 powodów podejmowania przez ludzi decyzji o nabyciu wyrobów kolagenowych lub decyzji o zajęciu się dystrybucją. **Nie racje decydują, lecz emocje.**

I o tym koniecznie powinniście pamiętać, zanim otworzycie usta w celu rozpoczęcia prezentacji. Kiedy prezentacja będzie dla wielu osób na spotkaniu otwartym, wówczas nawiązanie dialogu z większością z nich nie będzie oczywiście możliwe. Ale wtedy tym znaczenie będzie miało niebanalne rozpoczęcie dobrymi pierwszymi 20 słowami, 20 krokami i 20 centymetrami w ciągu pierwszych 20 sekund!

*Dalej omawiamy już poszczególne części slajd po slajdzie. Prosimy pamiętać, że ściągacie je   
z* [*www.colway.pl*](http://www.colway.pl) *w wersji edytowalnej, co oznacza, że każdy może nie odpowiadające mu plansze zmienić, a nawet usunąć. Tak samo dostosować potem do poczynionych zmian niniejszy skrypt instruktażowy!*

CZĘŚĆ I

# JAK SKUTECZNIE – CZYLI W SPOSÓB ZROZUMIAŁY – PREZENTOWAĆ PIERWSZY PLAN FINANSOWY?

**Slajdy 1-5**

Celem tego szkolenia jest sprawienie, byście odtąd prezentowali Plan Finansowy COLWAY w sposób taki, aby słuchacz(e) zrozumieli i przyswoili Wasz komunikat. Postaramy się przekazać tu jak najwięcej służącej temu wiedzy i narzędzi.

**Slajdy 6-7**

Na licznych odbywających się prezentacjach planu marketingowego COLWAY można podsłuchać nieraz dość ciekawe teksty. Zdarzają się np. takie oto „kwiatki”:

„PLAN COLWAY JEST BARDZO PROSTY. JAK SIĘ WPROWADZI JEDNEGO MENEDŻERA, ALBO DWÓCH, TO SIĘ SIĘGA PROWIZJĄ Z DWÓCH POZIOMÓW. JAK SIĘ WPROWADZI TRZECH MENEDŻERÓW ALBO CZTERECH, TO SIĘ SIĘGA PROWIZJĄ Z PIĘCIU POZIOMÓW, A JAK SIĘ WPROWADZI PIĘCIU, TO   
Z SIEDMIU…”

**Slajd 8**

I wtedy słuchacze pierwszy raz stykający się z żargonem braci kolagenowej reagują tak:

**Slajd 9**

Albo:

„SYSTEM MARKETINGOWY ZOBACZY MENEDŻERA NOMINOWANEGO W TRYBIE INCYDENTALNYM,   
Z CHWILĄ GDY DOKONA ON ZAKUPU ZA TRZY TYSIĄCE DETAL”

**Slajd 10**

I miny słuchaczy robią się takie…

**Slajd 11**

Ewentualnie:

„MENEDŻERA MOŻNA POD SOBĄ TEŻ NOMINOWAC Z OBROTU HISTORYCZNEGO, TO ZNACZY   
Z TAKIEGO KTÓRY SIĘ NAM ZBIERA… ALE OBRÓT HISTORYCZNY LICZY SIĘ DRUGI RAZ TYLKO DO NOMINACJI BO PIERWSZY RAZ JUŻ BYŁ POLICZONY JAKO NORMALNY DO PROWIZJI”

**Slajd 12**

Wtedy nawet stare wygi MLM-u wyglądają tak…

**Slajd 13**

CO NALEŻY ROBIĆ BY UCZESTNICY PREZENTACJI ZROZUMIELI Plan Finansowy COLWAY?

Co zrobić, by przekaz prezentacji planu marketingowego był skuteczny?

Prostota, zwięzłość przekazu. Oto rzeczy najważniejsze podczas prezentacji publicznej.

Dialog – nie monolog – podczas prezentacji kameralnych. Słuchajmy ludzi! Sprawdzajmy **czy** zrozumieli, **co** zrozumieli oraz **ile** zrozumieli! Podawajmy wiedzę w małych porcjach, każdorazowo poprzez dopytywanie się, sprawdzając czy podążają za naszą prezentacją zrozumieniem.

**Slajd 14**

**Jest to slajd opcjonalny. Bezpieczniej i lepiej jest przeprowadzić to ćwiczenie na flipcharcie odwróconym od uczestników.**

*Uwaga! Slajdu tego nie wolno pokazać od razu!*

*Zarządzamy ćwiczenie. Uczestnicy szkolenia rysują na kartkach na podstawie opisu słownego jednego spośród nich to, co on widzi na slajdzie (ekranie laptopa). Ćwiczenie można przeprowadzić w dwóch etapach – pozwalając w drugim na zadawanie pytań przez rysujących. Następnie pokazujemy wzór   
i porównujemy wyniki. Absolutnie koniecznie należy wypytać ćwiczących, co czuli podczas instruowania ich co mają rysować! Będą mówić o dezorientacji, nie rozumieniu instrukcji, bezradności, irytacji, frustracji, nawet zniechęceniu. Prowadzący wskazuje na efekt szumu informacyjnego. Wzorzec to nasz Plan Finansowy. Rysunki uczestników oddają to, co ludzie na prezentacjach COLWAY często rozumieją.*

*Ćwiczenie doskonale uzmysławia uczestnikom, co czuje osoba zaproszona na niezrozumiałą prezentację COLWAY. Uzmysławia im sens i konieczność przejścia przez to Szkolenie!*

**Slajd 15**

TWOJA PREZENTACJA PLANU MARKETINGOWEGO JEST WARTA TYLKO TYLE ILE Z NIEJ SŁUCHACZE DOKŁADNIE ZROZUMIEJĄ

Jeżeli zaproszeni nie zrozumieją treści przekazu, równie dobrze można było ich bardzo często w ogóle nie zapraszać.

**Slajd 16-17**

Obecni na prezentacji Planu Finansowego COLWAY którzy niewiele rozumieją, mówią Wam potem, że… „muszą się namyśleć” i podobne rzeczy – w zastępstwie „nie rozumiem” ponieważ nikt nie przyzna się, że jest niepojętny. W rezultacie czują zniechęcenie i tracicie ich z bardzo głupiego powodu. Tracimy ich w taki sposób setkami…

**Slajd 18**

PRZEKAZ JEST SKUTECZNY – KIEDY JEST METODA

Prezentacja powinna być pokazana „sposobami”. Miarą skuteczności tych sposobów może być np. zaproszenie 7-10 letniego dziecka. Jeżeli ono zrozumie Plan COLWAY za pierwszym tłumaczeniem   
– to znaczy, że Wasze sposoby są dobre. Jeżeli nie zrozumie – to znaczy, że musicie je zmienić na bardziej czytelne.

Kto z obecnych potrafi narysować ptaka? Nie w locie, nie skomplikowanego, ani pięknego – lecz zwykłego, jak najprostszego siedzącego sobie ptaszka?

A kto potrafiłby nauczyć nas wszystkich tutaj prostego sposobu na rysowanie takiego ptaszka? Sposobu, który każdy mógłby potem powtórzyć, zduplikować, czyli łatwo nauczyć go następnych?

A na tym właśnie polega biznes COLWAY – aby prostymi sposobami uczyć osoby wprowadzane powtarzalnych technik gwarantowanego powodzenia.

**Slajd 19**

Oto narzędzia pomocy do łatwego i duplikowalnego przez niemal wszystkich ludzi sposobu rysowania ptaszka. Spróbujcie. Narysujcie na środku kartki jedną z tych dwóch niebieskich elips w pozycji leżącej. Będzie to brzuszek naszego ptaszka. A z drugiej elipsy zróbcie skrzydełko – tak nieco ukośnie zadarte do góry. Dorysujcie je nad brzuszkiem tak by lewe boki tych elips się na końcu pokrywały, ale prawe rozjeżdżały. A teraz weźcie dużą niebieską kropę i dostawcie z lewej strony jako łepek ptaszka… Z małej, czarnej kropki zróbcie oczko, a z czerwonego szpica – dzióbek. Doskonale. Wreszcie z patyczków czerwonych zrobimy ptaszkowi nóżki, a z czerwonych małych elips – stópki. No i pozostał ogonek do przyprawienia.

**Slajd 20**

Tak właśnie rysuje się ptaszka. Tak również przekazuje się innym łatwo duplikowalny sposób na narysowanie ptaszka. Tak również robi się marketing sieciowy. Ucząc prostych metod. Tak należy uczyć prowadzenia prezentacji Planu Finansowego COLWAY, aby wszyscy Wasi ludzie nauczyli się ją robić prosto i skutecznie.

Zadbajcie o **prostotę przekazu**, a nie będziecie tracić ludzi, zaś ci, których macie będą duplikować Wasze wyniki!

**Uwaga! Slajdy 19 i 20 są opcjonalne. Ćwiczenie to – nawet lepiej wykonuje się z posłużeniem się przez Prowadzącego flipchartem!**

**Slajd 21**

Co Państwo myślicie na temat zadbania o prostotę przekazu w przypadku prezentowania Planu Finansowego COLWAY? Co należy zrobić? Jak należy go prezentować, aby nasi słuchacze nauczyli się zrobić to podobnie jak rysowanie ptaszka? I żeby odtąd wszyscy w Waszych strukturach przekazywali dalej i Plan Finansowy COLWAY w sposób czytelny i duplikowalny dla innych?

Co należy zrobić? Jaka ma być Wasza prezentacja?

/Uwaga! – to pytanie można na wewnętrznych szkoleniach przekuć w ćwiczenie!/

**Slajd 22**

Odp. Należy podawać **definicje** używanych słów. Tak jak wyżej podawałem definicje elementów jakie utworzyły ptaszka i miejsca ich przyporządkowania. Należy też zawsze mieć plan prezentacji i slajdy, albo plansze ją ilustrujące. Tak jak ja miałem rysunki elementów ptaszka.

**Slajd 23**

Czy od ogółu do szczegółu lepiej, czy na odwrót?

Zdecydowanie – **to pierwsze**! I jak najprostszym językiem! Eliminując słowa nie zrozumiałe, slangowe, wieloznaczne i skróty (słowo mlm – też!).

Bardzo pomaga ROZDANIE słuchaczom na kartkach (lub jeszcze lepiej eksponowanie graficznie) KAŻDEGO elementu planu. Bardzo pomaga **napisanie sobie planu pokazywania Planu Finansowego**!

**Slajd 24-25**

PIERWSZY PLAN FINANSOWY MA BYĆ DLA SŁUCHACZY JAK TORT NA PRZYJĘCIU: KROJONY PO KAWAŁKU, JEDZONY POWOLI, ALE W PEŁNYM PRZEKROJU TEGO, CO ZAWIERA

**Slajd 26-28**

BARDZO POMAGAJĄ SLAJDY, FILMY, POWER POINTY, A NAWET ROZDANE KARTKI   
Z PRZEDSTAWIENIEM PLANU GRAFICZNIE. FLIPCHART, KARTKA Z DŁUGOPISEM TO TROCHĘ GORSZE ROZWIĄZANIA. „USTNIE” PLANU NIE TŁUMACZY SIĘ NIGDY!

Menedżer-profesjonalista inwestuje dziś w laptop. Minimum, to „prezenter” planu w formie drukowanej. Prezentację planu można pokazać przy pomocy rzutnika, czy choćby samego laptopa lub tabletu. Można ją również opowiedzieć pokazując wydrukowane slajdy. Decyzja należy do Was. Oba rozwiązania są dobre, pod warunkiem, że się do tego dobrze przygotujecie. Mniej zalecane jest już   
w obecnych czasach gryzmolenie na flipchartach. Jest to ostateczność. Całkowicie zabronione jest „opowiadanie” o Planie Finansowym bez wsparcia się obrazem! Często zdarza się niestety, że Dystrybutorzy COLWAY **próbują opowiadać** nader nieudolnie prezentację Planu, który raz – dwa razy zaledwie słyszeli i to pokazany nie najlepiej. Efekty są raczej zniechęcające słuchaczy.

**Slajd 29**

Znakomicie lepsze wyniki uzyskasz, gdy pokazujesz Plan W ROZMOWIE a nie w formie wykładu perswazyjnego.

Jest to zasada absolutnie obowiązująca zawsze wtedy, gdy ofertę firmy COLWAY prezentujecie   
w rozmowie indywidualnej lub w szczupłym gronie słuchaczy. Tylko i wyłącznie duże audytorium zwalnia prezentera planu COLWAY z posługiwania się dialogiem! Z zadawania maksymalnej ilości pytań kontrolujących przyswajanie treści przez odbiorców. Zrezygnowanie z tego podczas prezentacji kameralnej na rzecz wykładu-monologu jest największym z błędów. To utrata szansy na zdobycie wiedzy o tym, co naprawdę interesuje osoby rekrutowane, jakich korzyści one oczekują. To także zerwanie procesu komunikacji, bez którego dojście do porozumienia jest bardzo trudne.

**Slajd 30-31**

Plan ROZMOWY o Planie

Prezentacja  
Pomoce graficzne (w ostateczności kartka i długopis)  
Pytania i dialog

Bardzo dobrze jest, kiedy dopracujemy standardy, wzorce, schematy, które zawierają najważniejsze informacje w sposób poukładany. Takie rzeczy są bowiem **duplikowalne**. Prezentacje planu z głowy   
– nie za bardzo… Dlatego absolutnie obowiązkowe stają się pomoce graficzne w formie gotowych slajdów. Ale dlatego również każdy Menedżer prezentujący Plan powinien oprócz tych pomocy mieć zawsze plan tego, co zamierza na tle pokazywanych obrazów sam powiedzieć!

Pytania i dialog są niezbędne dla badania stopnia zrozumienia prezentacji, ale są także po to, byście   
w każdej sytuacji, gdy jest to możliwe: **Badali potrzeby** i oczekiwania odbiorcy prezentacji!

**Slajd 32**

Zapamiętajcie to sobie dokładnie:

Opracuj standardy, wzorce, schematy, sedna informacji o Planie – w sposób poukładany. Tylko takie rzeczy są **duplikowalne**. Prezentacje Planu z głowy – nie są…

**Slajd 33**

Tak samo zapamiętajcie, że:

PREZENTACJE PLANU FINANSOWEGO OPOWIADANE PRZEZ OSOBY, KTÓRE ICH NIE ZROZUMIAŁY  
– PRZYNOSZĄ TYLKO SZKODY

**Slajd 34**

CZY WPROWADZAJĄCY TELEPATYCZNIE WIE, JAKICH KORZYŚCI OCZEKUJE ROZMÓWCA?

Otóż bardzo niedobrze jest, gdy „sponsor wie lepiej”, co jest dobre dla potencjalnego adepta.

**Slajd 35-36**

Dlatego właśnie tak ważne jest byście: **badali potrzeby** i oczekiwania odbiorcy! Co jest dla niego ważne? Czy bardziej:

- rabat na produkty  
- możliwość dorobienia sobie  
- zawodowe zajęcie się biznesem COLWAY

Tylko bowiem zbadanie potrzeb da Wam szanse mówienia do słuchacza(y) **jedynym skutecznym językiem**. Językiem jego (ich) korzyści. Uświadomione potrzeby = korzyści.

Język korzyści słuchacza = akceptacja osoby prezentującego i przekazywanych przez niego treści.

**Slajd 37**

To potencjalny współpracownik wie ile na ten moment chce zarabiać! Ty – jeżeli bardzo dobrze go nie znasz – nie możesz tego wiedzieć! Wiele osób stracono dla network marketingu ponieważ osobie chcącej po prostu dorobić sobie 500 zł, o których nie wie małżonek lub chcącej mieć tylko tani dostęp do produktów – uparcie stawiano przed oczy wizje biznesowe. I na odwrót: ktoś będący na życiowym zakręcie i potrzebujący alternatywy dla zarabiania konkretnych pieniędzy wysłuchuje po raz kolejny   
o rabatach i marży możliwej do zyskania na 2-5 produktach.

Jaki jest jedyny sposób, aby się nie mylić w ocenie potrzeb słuchaczy? Jaki jest jedyny sposób, by się dowiedzieć ILE zarabiać chce dodatkowo miesięcznie, na ten moment nasz potencjalny współpracownik? /odpowiedź: **pytać!**/

**Slajd 38**

Dlatego pytaj! Pytaj zamiast monologować, bo tylko w taki sposób dowiesz się „na co” właściwie możesz zrekrutować tę konkretna osobę do COLWAY. A kiedy się wreszcie dopytasz, wówczas **dopasuj** swoją propozycję do oczekiwań rozmówcy. Dopiero, kiedy już z grubsza **wiecie** czego od spotkania z Wami oczekuje przyszły partner – możecie **dostosować swoją dalszą prezentacje do jego potrzeb**. Możecie w sposób właściwy przesunąć akcenty.

Jeżeli chcecie naprawdę tych ludzi zrekrutować, to w tym momencie należy im pokazać **co konkretnie muszą zrobić**, aby uzyskać oczekiwane korzyści. Co muszą zrobić by zarobić tyle, a tyle…

Dopiero potem można (a nawet należy) wspomnieć o dodatkowych możliwościach.

**Slajd 39**

Większość prezentacji oferty firmowej i Planu Finansowego COLWAY jest przegadana. W pośpiechu i ogromnej chęci przekazania „wszystkiego” mówimy bez żadnej przerwy i bez żadnej kontroli nad tym, czy nasz komunikat w ogóle dociera, a co dopiero – czy został zrozumiany.

Jest tylko jeden sposób, uniknąć pułapki „zabicia wiedzą” słuchacza i w konsekwencji go stracić:

Trzeba silnie się kontrolując – ograniczać ilość informacji na pierwszym spotkaniu. Pytać, pytać po każdej porcji informacji, sprawdzając w ten sposób: czy już aby nie dość na dzisiaj…

**Slajd 40**

Jest to złota reguła. Ograniczyć się w swoim przekazie zawsze do maksymalnie pięciu i nie więcej najważniejszych informacji, jakie słuchacz zapamiętać powinien na temat, który referujemy. Przygotowując plan prezentowania Planu powinniście WYSELEKCJONOWAĆ najważniejsze informacje. Z czym w głowie ma wyjść ze spotkania potencjalny współpracownik. **Maksymalnie pięciu** informacji – oznacza, że i to będzie trudne, by zapamiętał on nawet pięć rzeczy. Dlatego dobrze jest zakładać, że zapamięta on tylko trzy. I w taki sposób podajemy wiedzę o COLWAY – nie po kolei, historycznie… niekoniecznie w sposób uporządkowany. Lecz według reguły: trzy rzeczy najważniejsze, pięć rzeczy ważnych na każdy temat. Nie więcej. Na więcej przyjdzie czas, gdy go już zrekrutujecie, gdy sam będzie pytał.

**Slajd 41**

To bardzo proste i skutecznie ograniczające kwiecistość naszych wywodów. Wyobraźcie sobie, że sami rozglądacie się za dodatkowym zajęciem zarobkowym. Co chcielibyście usłyszeć przede wszystkim na rozmowie kwalifikacyjnej do takiej dodatkowej pracy po godzinach?  
Prawdopodobnie przede wszystkim: co mielibyście konkretnie robić oraz na jaką za to możecie liczyć zapłatę. Nie otrzymawszy odpowiedzi na te konkretne pytania nikt nie podejmie rozmowy o pracy. Prawda? Więc tak dokładnie i o tym właśnie poinformowany ma być przez Was każdorazowo kandydat na Dystrybutora.

**Slajd 42-43**

Na etapie układania sobie przez każdego z Was tekstu **swojej** prezentacji i selekcjonowania elementów **najważniejszych** oraz **ważnych**, aby je właśnie akcentować i je powtarzać   
w podsumowaniu – doskonale jest sporządzić sobie taką tabelę i **trzymać się jej**!

**Slajd 44**

Większość naszych rozmów rekrutacyjnych (choć nie wszystkie) wypływa z rozmowy o Produktach.  
Jeżeli taki właśnie schemat realizujecie, jeżeli chcecie powoli przesuwać w kierunku rekrutacji dotychczasowego Klienta, to zgodnie z zasadą stopniowania – pierwszą informacją, jaką doradzamy do przekazania mu – jest umiarkowana propozycja rabatowa i deklaracja członkowska.

**Slajd 45**

Jednym z pytań, które może nurtować osobę rekrutowaną z pozycji dotychczasowego Klienta  
(choćby go nie zadawała) jest właśnie to: ile produktów wystarczy polecić sąsiadkom, by swój mieć za darmo? Należy koniecznie odpowiadać na to pytanie.

**Slajd 46**

Plansza pokazuje w jaki sposób **stopniowo** wciąga się rozmówcę poprzez właściwe pytanie   
w rozmowę o czymś więcej, niż tylko zakupy z rabatem dla niego samego… Jest to w istocie pytanie sondujące, czy ta osoba nadaje się i czy chce zawrzeć od razu Umowę Dystrybucyjną.

**Slajd 47**

Pomaga w sposób obrazowy, szczególnie na prezentacjach zbiorowych pokazać, że dystrybucja   
w COLWAY nie polega na akwizycji, a po prostu na polecaniu produktów w gronie osób znajomych.  
To przecież jednak jeszcze nie jest istota network marketingu. To orędownictwo konsumenckie,   
a przy okazji sposób na dorobienie sobie już jakichś zauważalnych pieniędzy. Biznes COLWAY dobrze się przedstawia na przykładach (odniesieniach) do biznesu tradycyjnego.

**Slajd 48-50**

Jednakże na tym etapie można już obudzić w rozmówcy wyobraźnię w przedmiocie siły Systemu, jaki potrafi wykorzystywać fenomen tego, że stanowimy społeczeństwo, że każdy z nas ma znajomych   
i przyjaciół. Tu jest miejsce na pytania o liczbę tych znajomych i na uświadomienie rozmówcy, że ta liczba stanowi kapitał, który może we współpracy z COLWAY przynieść mu niemałe profity… I tak można zaprosić słuchaczy na część następną, w której dopiero proponowany schemat omawia tematy dla zainteresowanych Biznesem COLWAY. Dla przyszłych Menedżerów.

**Slajd 51-52**

Dobra prezentacja oferty COLWAY i jej Planu Finansowego powinna opuszczać zwroty z języka biochemii, kosmetologii i networkingu, bo one o wiele więcej zaszkodzą w rozmowie z laikiem, niż pomogą.

Absolutnie nie powinny jeszcze wykładać planu marketingowego (przynajmniej części dotyczącej prowizji menedżerskich) osoby które wprawdzie „potrafią go wytłumaczyć”, ale same go jeszcze nie rozumieją…

Nie wolno obiecywać ani złotych gór, ani zarobków błyskawicznych i łatwych. Dobra prezentacja zawsze pokazuje: CO KONKRETNIE, W JAKIM REALNYM CZASIE I ZA ILE.  
W Colway nigdy nie stosujemy manipulacji właściwej niektórym MLM-om. Nie hipnotyzujemy perspektywami, nie opowiadamy o milionach. Mówimy o biznesie pełną prawdę.  
Znacznym błędem jest nie rozpoznanie oczekiwań odbiorcy i proponowanie „wszystkiego na raz”, czyli rabatów, zarobków uzupełniających budżet i za moment wielkiego biznesu. Wszystko w oparciu o te same produkty.

W praktyce nie wychodzą prezentacje ani prowadzone spontanicznie, improwizowane, ani nie zaplanowane uprzednio z agendą, w ścisłej dyscyplinie, krok po kroku. W oparciu o skrypt z Colway lub własny. Nie udają się również rekrutacyjnie prezentacje, w których nie ma przez cały okres pokazywania części biznesowej czytelnego, ścisłego związku pomiędzy pracą do wykonania   
a profitami z niej. Tego należy się bezwzględnie trzymać: „jeżeli zrobisz to i to – zarobisz tyle i tyle”.  
Należy pokazywać to powoli i etapami. Nigdy nie mieszać wątków. Funkcji dystrybutorskich   
z menedżerskimi.

CZĘŚĆ II

# PREZENTACJA OFERTY COLWAY

**Slajd 2**

Jest planszą, którą proponujemy wyświetlać na prezentacjach zbiorowych, na początku, kiedy czekamy jeszcze na spóźnialskich. Jako „rozbiegówkę”.

**Slajd 3**

W części II przedstawiamy propozycję gotowej prezentacji oferty firmy COLWAY. Część ta zaczyna się od informacji o kolagenie jako białku młodości, a kończy na możliwościach zarobkowych jeszcze tylko w charakterze Dystrybutora. Jest to także nieco nowe ujęcie prezentacji zbiorowych, które w latach 2004-2010 najczęściej dzieliły się na część „produktową” i po przerwie „biznesową”. Obecny podział wydaje się skuteczniejszy rekrutacyjnie.

Co może dać Ci COLWAY? Odpowiedź zawrze się w prezentacji.

**Slajd 4**

Obecnie zapanowały już dobre zwyczaje zachodnie, które nakazują poinformować uczestników spotkania – co będzie się działo, o czym będzie mowa, jakie poruszane będą tematy. Kiedy już będziecie mieli w jednym palcu swoją własną prezentację opartą o ten schemat, a więc kiedy będziecie już wiedzieć ile realnie czasu ona trwa – w dobrym tonie jest również na wstępie powiedzieć, że spotkanie potrwa wraz z przerwą np. maksymalnie   
1 godz. 40 minut + ewentualnie nieco czasu dla odpowiedzi na pytania osób zainteresowanych szczegółami… Planszę tę nazywamy agendą prezentacji.

**Slajdy 5-10**

**Uwaga!** Nie wszystkie z tych slajdów musicie pokazać lub omawiać na swojej prezentacji!

Każdy Menedżer COLWAY ma inny poziom wiedzy biochemicznej na temat kolagenu, inne jego cechy lubi akcentować i w różnych aspektach opowieści o kolagenie czuje się dobrze. Dlatego komentarz mówiony do tej planszy każdy powinien sobie napisać sam. Slajdy mają na celu podpowiedzenie Wam kwestii, które poruszone być powinny. Takich jak:

– rola i znaczenie białek kolagenowych w organizmie, z akcentem na role kolagenu w skórze,  
– jak powstaje i jak wymienia się w ustroju kolagen,  
– ewolucja kolagenu, jako sposób wytłumaczenia jak „nasz” może być transepidermalny,  
– cos o historii polskiego kolagenu, o doniosłości wynalazku i unikalności tego co mamy.

**Slajdy 11-12**

Te plansze pozwolą Wam przejść płynnie poprzez jeszcze…

**Slajd 13**

…utrwalający u słuchaczy rolę kolagenu w procesie starzenia się skóry, do **wstępnego** na razie zasygnalizowania możliwości odpowiedzi z nami na postawione pytanie: Czy można temu zapobiec? Lub – warto dodać – czy można to opóźnić?

**Slajdy 14-18**

Pokazują JAK działa nasz kolagen. Jest to zasygnalizowanie możliwości rozwiązania problemu. Na tych slajdach omówić należy szczególność i unikalność polskiego kolagenu ze skór rybich.. Na tym etapie jeszcze bez szczegółów   
i nawet nazwy handlowej kolagenu – o samym tylko jego działaniu i o cechach wyróżniających.

**Slajd 19-20**

Jak najkrócej, ale i jak najtreściwiej. Firmę przedstawić należy z jej cech najważniejszych   
i szczególnych, ale nikogo historie żadnych firm nigdy specjalnie na etapie zapoznawczym nie obchodziły. Więc : **kto, kiedy, co i jak**. Na tym koniec – bo historie o cudzych firmach, to nie jest język korzyści słuchaczy. Dlatego właśnie krótką opowieść o COLWAY kończymy zręcznie pierwszą, tak przemyconą informacją **jakie korzyści** z przystąpienia do COLWAY miałby odbiorca prezentacji.

**Slajd 21**

Będziecie mówili słuchaczom, że polska firma COLWAY posiadła efektywnie dwa fantastyczne przepisy. Dwie recepty. Na piękno i zdrowie oraz na sukces. I że Wy dzielicie się tymi przepisami z ciekawymi ludźmi… Najpierw przepis na piękno i zdrowie

**Slajdy 22-29**

Każdy z Was w inny sposób mówi o produktach COLWAY. Wielu znacznie lepiej, niż twórcy prezentacji. Dlatego teksty do tych plansz znowu każdy powinien napisać sobie sam. Osobno traktować będą o tym i uczyć tego szkolenia **produktowe**. Ważne jest jednak, aby przy prezentacji oferty firmy COLWAY o produktach mówić w sposób zwięzły, rzeczowy i zawsze pamiętać, by był to język korzyści słuchaczy – czyli opowieść o tym, co **IM** zrobić mogą produkty COLWAY!

**Slajd 30**

Zawsze powiedzieć trzeba coś o cenach naszych produktów. Akcentując, że są to ceny katalogowe, ale mogą one być mniejsze. Cen tych suplementów nie trzeba specjalnie bronić. Można jednak tu wspomnieć o wydajności i efektywności produktów.

**Slajd 31**

Ta plansza otwiera nowy temat, dlatego po poprzednim należy postawić wyraźną kropkę, ewentualnie poprosić wcześniej o pytania, wątpliwości. Przy prezentacji indywidualnej lub   
w szczupłym gronie – pytania w tym momencie – jest to wymóg bezwzględny!

Przepis na Sukces z COLWAY.

Rozróżniamy **trzy grupy osób, o różnych motywacjach do wysłuchiwania Waszych prezentacji.** Trzy różne rodzaje oczekiwań: taniej nabywać produkty i nic więcej, dorobić sobie parę groszy w sposób mało zaangażowany w dystrybucji, wreszcie robić z COLWAY   
i Wami Biznes. Nie wolno mówić o tych trzech rzeczach jednocześnie, ani ich mieszać. Należy je wyraźnie rozgraniczyć i omawiać po kolei. Na kameralnych prezentacjach bezwzględnie należy wysondować CO interesuje odbiorców i niemal tylko na tym się przez następne kilkanaście minut skupić.

**Slajd 32**

Trzymajcie się konsekwentnie języka **korzyści** słuchaczy. Ci, którzy zainteresowani są wyłącznie rabatami, zapewne czują niechęć do wszelkiego sprzedawania. Mają więc usłyszeć, że nic nie będą nikomu sprzedawać! Dla nich jest specjalny druk zatytułowany: Deklaracja Członkowska-Rabatowa. Pokazujcie także korzyści, jakich spodziewać się może potencjalny kandydat na dystrybutora i wreszcie ten, który szuka swojego miejsca w biznesie. Tych ostatnich prosimy o odrobinę cierpliwości, ale nie zawracamy im ani chwili głowy okazjami tańszego zakupu dla siebie…

**Slajd 33**

Schodki kariery Dystrybutora Colway pozwolą Wam pokazać odbiorcom prezentacji czytelnie i dokładnie korzyści z zajęcia się handlem produktami COLWAY. Należy na tle tej planszy używać bardzo precyzyjnego i jak najprostszego języka.

**Slajd 34**

Zauważcie, że cechy Planu COLWAY eksponujemy konsekwentnie językiem korzyści odbiorcy, Stąd taki tytuł planszy. I w taki właśnie sposób należy te rzeczy własnymi słowami prezentować.

**Slajd 35**

Zasady organizacyjne dystrybucji COLWAY pokazujemy również jako korzyść, w postaci ułatwienia, którymi dla początkujących rzeczywiście one są!

**Slajd 36**

Pokazując marze handlowe na jednym, jedynym tylko (i bynajmniej nie najdroższym) produkcie COLWAY – nie zaszkodzi pokazać zalet tych cen, które w znacznej części trafiają do kieszeni Dystrybutora, jak również porównać zarobek na jednym produkcie z ceną pracy   
w Polsce, z tzw. dniówkami…

**Slajdy 37-41**

Te plansze należy bezwzględnie omawiać **w dialogu**, maksymalnie dużo pytając. Nawet wówczas, gdy jest to prezentacja zbiorowa z bardzo liczna frekwencją. Istotą przekazu jest tu pokazanie CO konkretnie trzeba zrobić w COLWAY, aby zarabiać dodatkowe X złotych miesięcznie. Należy również pokazać siłę tych dodatkowych pieniędzy w budżecie. Np. za 500 zł zarabiane ekstra można nabyć szybko najlepszy telewizor, raz do roku pojechać na daleką egzotyczną wycieczkę, lub spłacać ratę za mały samochód. Ale już za dodatkowo zarabiane 2 tys. zł miesięcznie – można spłacać ratę za dom lub posiadane mieszkanie luksusowo urządzać. Pokazujcie korzyści, pokazujcie motywatory i pokazujcie możliwości.

**Slajd 42**

Ta plansza kończy w nowej konwencji prezentacyjnej część II. Jest po niej miejsce na przerwę i sprawy organizacyjne. Zanim jednak ta przerwa nastąpi powinniście obudzić wyobraźnię słuchaczy. Powiedzieć im, że do tej pory mowa była o ich korzyściach konsumenckich   
i ewentualnie możliwościach „dorobienia” sobie. Natomiast o prawdziwych pieniądzach,   
o biznesie, o tym drugim przepisie COLWAY – na Sukces – będzie natychmiast po przerwie.

CZĘŚĆ III

# PREZENTACJA PLANU FINANSOWEGO COLWAY – PROWIZJE

**Slajd 2**

Czy biznesu COLWAY trudno się nauczyć? Czy Plan Finansowy COLWAY można przyswoić stosunkowo szybko i łatwo? Czy ta wiedza jest w prosty sposób duplikowalna? Oto pytania kluczowe dla sukcesu w biznesie MLM, który wówczas się rozwija, kiedy ma miejsce **duplikacja**. Ta zaś jest możliwa tylko wtedy, gdy schematy zachowań wymagających powtórzeń – są łatwe. Pokażecie to za pomocą dwóch prostych plansz. Poprzedzając je pytaniem: „kto z państwa potrafi narysować ptaszka? Nie jakiegoś trudnego, np. w locie, lecz prostego, stojącego na ziemi ptaszka, ale za to w sposób schematyczny, którym prawie identycznie narysuje takiego ptaszka później 1000 innych osób?”

**Slajd 3**

Oto nasze elementy, które posłużą do narysowania ptaszka. Podobnie jak w biznesie COLWAY – nie ma tych elementów zbyt wiele i nie są specjalnie skomplikowane. Każdy z ich pomocą może łatwo narysować ptaszka i równie łatwo przekazać wiedzę o metodzie dalej  
– następnym.

**Slajd 4**

Nakładamy oto jedną z owalnych jajowatych figur na drugą w pozycji ukośnej, pozyskując   
w ten sposób korpus ptaszka razem ze skrzydłem. Dokładamy figurę okrągłą i już mamy główkę, a po przyłożeniu figury ukośnej – także ogonek. Następnie z gotowych elementów: dzióbek, nóżki i oczko – i oto mamy ptaszka, którego łatwo nauczymy rysować następnych, aby oni nauczyli tego kolejnych. Jeżeli posługujemy się prostymi i duplikowalnymi metodami, standardami jakie przyjmują po kolei wszyscy – wówczas ten biznes dobrze i szybko się rozwija. Kiedy zbytecznie komplikujemy sobie sprawy i każdy robi „po swojemu, bo wie lepiej” – wówczas struktura obrotowa w COLWAY także powstaje wolniej.

**Slajd 5**

Pokazuje co uczynić musi w pierwszej kolejności każdy, kto chce „zabawę w biznes”, jaką jest dystrybucja produktów COLWAY zamienić w prawdziwy Biznes, jakim jest budowa Sieci Konsumenckiej i dochodowej struktury wielopoziomowego marketingu sieciowego.

Plansza pokazuje obrazowo, co jest czynnością warunkującą jakiekolwiek następny krok.  
Należy więc wyselekcjonować z grupy klientów i osobistych znajomych kilka osób   
i wprowadzić je do COLWAY poprzez zawarcie Umowy.

**Slajd 6**

Jest to dopiero wstęp do Biznesu Colway. Wstęp i jednocześnie warunek, który może pozwolić zamienić „dorabianie” w zarabianie. Wprowadzenie kilku osób, które również zrozumiały potencjał marketingowy produktów COLWAY i orędownictwa konsumenckiego tych produktów. To egzamin do biznesu i łatwy sposób na zostanie Menedżerem COLWAY.   
Tak omawiajcie tę planszę.

**Slajd 7**

Plansza ta pokazuje krok następny. Cały czas trzymając się zasady stopniowania i mówienia  
CO należy konkretnie zrobić, aby mieć korzyści…. Należy nauczyć swoją drużynę   
i jednocześnie pierwszą generację przyszłej struktury obrotowej – by powtórzyli to same proste działanie. By każdy z nich również zrekrutował do COLWAY kilka osób i przyprowadził je po wiedzę, materiały i produkty **do Was**.

Jeżeli to się stanie – zaczyna się Biznes MLM. Biznes COLWAY. **Wasz** już także biznes.

**Slajdy 8-17**

Te plansze pokazują definicje elementów biznesu COLWAY. Ponieważ już same słowa są slangowe i niezrozumiałe dla osoby pierwszy raz stykającej się z marketingiem sieciowym   
– należy **definiować** te elementy „naszego ptaszka” – Biznesu COLWAY w sposób jak najprostszy, jak najbardziej czytelny, obrazowo, powoli i **sprawdzając pytaniami** stopień zrozumienia serwowanych informacji.

Każdy z Was ma to robić własnymi słowami. W sposób dla niego najłatwiejszy w komunikowaniu się z odbiorcami. Dlatego nie ma sensu podawanie tu zupełnego „gotowca”, takiego do wkuwania na pamięć.

Jest to najnudniejsza i najtrudniejsza część prezentacji Planu Finansowego. Od jej sukcesu zależy jednak właśnie powodzenie całego spotkania. Jeżeli odbiorcy zrozumieją definicje   
i zrozumieją CO konkretnie mieliby zrobić, aby… wówczas prezentacja ma szansę być udana   
i zakończyć się dobrze rokującą rekrutacją. Jeżeli odbiorcy definicji nie zrozumieją i nie zrozumieją związku tych nieco bełkotliwych dla nich określeń **z ich korzyściami** finansowymi – to raczej wykręcą się pod jakimś pretekstem od decyzji i raczej ich stracicie. Co gorsza, jeżeli będzie to spotkanie zbiorowe, to stracicie poprzez nieskuteczne wyjaśnienie definicji   
– ludzi, których „na Was” przyprowadzili Wasi współpracownicy, w nadziei na to, że to Ty wykonasz za nich robotę informacyjno-rekrutacyjną.

Jest to duża odpowiedzialność, dlatego do części „definicyjnej” prezentacji należy przygotować się najlepiej. Pamiętając, że słowa dla Was dawno znane, są dla innych zupełnie obce. I pamiętając o zadawaniu pytań!

**Slajd 18**

Po dobrnięciu do tego miejsca zazwyczaj słuchacze mają już pierwsze objawy zmęczenia gdyż przymuszani są do koncentracji. Dlatego tłumaczenie naprawdę zawiłych definicji nominacji incydentalnej i obrotu historycznego – może być ponad możliwości ich recepcji wiedzy. Dlatego ta plansza ma także charakter nieobowiązkowej. Często będziecie ją po prostu omijać.

**Slajd 19-26**

Nasze sondaże dowodzą, że zaledwie kilka procent osób, którym tłumaczono zasady wynagradzania prowizyjnego za obroty w strukturze – pojmowały to dotąd za pierwszym razem. Nowa konwencja prezentacji ma te wyniki poprawić. Pamiętajcie, że pokazując prowizje i warunki ich odbierania posługujecie się definicjami, które dopiero co przed chwilą wyjaśnialiście! Tu właśnie jest niebezpieczeństwo nie dotarcia z komunikatem.

**Uwaga!** Porządkujemy przy tej okazji język definicji w COLWAY: od tej pory „linią” nazywać macie tylko **pionowy** ciąg w strukturze. Linia rekrutacji, linia rekomendacji. Natomiast **poziome** linie nazywamy zawsze „generacją” lub „poziomem” właśnie. Likwiduje to wiele nieporozumień.

**Slajdy 27-28**

Te plansze nie są obowiązkowe. Możecie je zatem „przeskakiwać”. Pomyślane zostały jako ilustracja do ewentualnego powtarzania, utrwalania przekazu o prowizjach systemowych. Również jako pokazanie tego samego schematu w innej formie graficznej. Może dla niektórych bardziej przyswajalnej.

**Slajd 29**

Nadprowizje nie są korzyścią słuchacza dopiero rekrutowanego. Można o nich krótko napomknąć, ale nic się też nie stanie, jeśli ominiecie te planszę. Będzie zawsze coś   
w zanadrzu na kolejne spotkania.

**Slajdy 30-31**

Na tle tych dwóch plansz prezenter już finalizuje. Nakłania odbiorców do akcesu w nasze szeregi. Plansze podpowiadają wyróżniki COLWAY przede wszystkim na tle innych marketingów sieciowych. Pamiętajcie jednak znowu, że dla osób pierwszy raz stykających się z MLM jest to czarna magia, a przy tym wiedza raczej nie potrzebna. Z niewątpliwie silnych argumentów za wybraniem COLWAY – dla osób o pewnej świadomości marketingowej   
– korzystajcie zatem wybiórczo, w zależności od rodzaju audytorium i na miarę czasu, jaki Wam jeszcze w tym momencie pozostał.

**Slajdy 32-33**

Dobra i skuteczna prezentacja powinna mieć efektowne zakończenie. Oto jedna z propozycji.  
Każdy z Was powinien mieć – efektowne, własne zakończenie. Nie ma na nie „gotowców”.

Powtórzmy raz jeszcze: slajdy i skrypt pobieracie w formie edytowalnej. Pozwala to czynić   
w nich zmiany i dodatki. Także usuwać niektóre plansze. Kto tego nie potrafi, a czuje taką potrzebę – niech poprosi pierwszego z brzegu młodego człowieka z rodziny lub sąsiedztwa. Prawdopodobnie zrobi to chętnie i szybko. Nie zalecamy jednak zmian zbyt rewolucyjnych. Jeżeli ma funkcjonować w całej naszej Organizacji wspólny język pokazywania Planu, jeżeli mamy wypracować jednakowe i duplikowalne – wówczas zmian tych powinno być jak najmniej. Bo to jednak mają być wzorce.