LifeWave **Success Library**

TÉLÉCONFÉRENCE À TROIS

La téléconférence à trois est depuis longtemps l'un des outils préférés des spécialistes du marketing de réseau au moment de convertir des clients potentiels en distributeurs. Tout le monde certes n'utilise pas cette technique. Cependant, si vous n'avez pas encore essayé la téléconférence à trois dans le cadre de votre plan de développement commercial, vous devriez certainement en apprendre le plus possible à ce sujet, afin de pouvoir l'utiliser efficacement au moment de l'essayer.

Qu'est-ce que la téléconférence à trois ?

Une téléconférence à trois, c'est quand vous, en tant que membre, invitez votre parrain ou un autre leader à rejoindre la conférence téléphonique que vous organisez avec un prospect afin que ce dernier puisse se faire une meilleure idée de l'opportunité ou des produits LifeWave, en savoir plus sur l'entreprise en général et obtenir des réponses à toutes ses questions éventuelles.

Objectif des téléconférences à trois

Le but des téléconférences à trois est de concrétiser une opportunité et de convertir un prospect en nouveau membre. Les téléconférences à trois permettent aux nouveaux membres de tirer parti des connaissances de leur parrain et d'informer leurs prospects des perspectives commerciales.

Quand utiliser les téléconférences à trois ?

Les téléconférences à trois sont un excellent moyen de présenter l'activité LifeWave à un prospect. Après qu'il a manifesté un intérêt initial pour en apprendre davantage sur LifeWave et posé de bonnes questions, ces appels représentent une occasion en or de partager les connaissances de votre parrain et d'aider à convertir un prospect en client. Avant une téléconférence à trois, il est prudent de s'assurer que le prospect a bien reçu des informations, ou a entendu parler de l'entreprise ou des produits, qu'il a peut-être regardé une vidéo sur un produit LifeWave ou l'opportunité commerciale, et qu'il connaît donc les bases de LifeWave.

Il est primordial que vous mettiez en valeur le troisième interlocuteur lors de l'appel. Informez votre prospect des réalisations de ce leader ou parrain chez LifeWave, et soulignez pourquoi converser avec lui sera une occasion à ne pas manquer.

L'importance des téléconférences à trois

Validation : Les téléconférences à trois fournissent une validation de LifeWave par une tierce partie et permettent aux prospects de connaître les nombreuses possibilités proposées, tout en écoutant d'autres histoires de réussite et en obtenant des réponses à leurs questions.

Approfondissement des connaissances : Ces appels s'avèrent inestimables pour les nouveaux distributeurs car ils leur permettent de se lancer rapidement tout en apprenant à parler de LifeWave. Vous pouvez tirer parti de l'expérience et des connaissances de votre parrain/leader pendant que vous perfectionnez vos techniques de développement des affaires.

Expérience enrichissante : C'est aussi un moyen pratique pour les nouveaux membres d'apprendre. Après tout, au fur et à mesure qu'un membre développe son équipe, il devra passer de tels appels avec les membres de son équipe en tant que parrain. Ce faisant il contribue à aider les membres à développer leur talent en communication, leurs compétences et leurs connaissances de base. Écouter votre parrain et prendre note de ce qui fonctionne est une expérience d'apprentissage inestimable.

En plus, les prospects se diront certainement : « Bonne nouvelle, moi aussi je peux aussi appeler cette personne pour qu'elle m'aide, si je me lance dans ce business. »

Connaissance de votre prospect : Votre objectif est que le prospect décide de rejoindre votre équipe. Ces appels sont un excellent moyen de mieux faire connaissance et d'apprendre pourquoi il est intéressé par l'entreprise en premier lieu. Ses questions vous en diront long sur son intérêt. Connaître votre équipe et établir une confiance solide entre vous est primordial pour le succès de votre entreprise.

Communication franche et ouverte : Les téléconférences à trois ouvrent également la voie de la communication avec votre prospect. Si ce dernier a besoin de temps pour prendre sa décision, il sait qu'il peut vous contacter sans hésitation. S'il décide de se joindre à votre équipe immédiatement, il peut se sentir rassuré de savoir qu'il rejoint une équipe qui le soutiendra.

Comment passer à une téléconférence à trois

Après avoir évalué votre prospect, vous voudrez l'inviter à une téléconférence à trois.

Dites-lui :

> « Je suis ravi que LifeWave vous intéresse. J'ai un peu de temps mercredi pour un appel. Quelle heure vous convient le mieux : 13 heures ou 15 heures ? »

En lui posant la question de cette façon, il lui sera plus facile d'accepter l'invitation que de répondre par oui ou par non.

Voici un exemple de la façon dont vous devriez inviter un prospect à l'appel :

Distributeur LifeWave : « Je suis ravi que vous ayez été intrigué par LifeWave après avoir regardé la vidéo sur le X39TM. J'ai un peu de temps mercredi pour un appel. Quelle heure vous convient le mieux : 13 heures ou 15 heures ? »

Prospect : « 13 heures, parfait. »

Distributeur LifeWave : « Excellent ! J'ai quelqu'un en tête que j'aimerais vous présenter selon ses disponibilités. Cela fait X mois/années que cette personne a rejoint l'entreprise (le moment est venu de la mettre en valeur) et a une connaissance approfondie des produits et des perspectives commerciales. Laissez-moi voir si elle peut se joindre à nous ce jour-là… juste une minute… pour vous donner une meilleure idée de ce qu'est LifeWave. Elle pourra expliquer les choses mieux que moi à ce stade. «

Présenter votre parrain lors d'une conférence à trois

Il convient à ce stade, de mettre votre leader en valeur. Passez un peu de temps avec votre sponsor ou votre leader. Prenez le temps d'apprendre à les présenter afin de maximiser l'impact.

Après avoir organisé l'appel avec votre prospect, soulignez le peu de temps dont dispose votre parrain par exemple.

> « Nous avons la chance que mon sponsor [insérer le nom] puisse se joindre à nous lors de notre prochain appel. Je doutais de ses disponibilités, car son équipe l'occupe beaucoup, mais en organisant notre appel entre deux de ses réunions, il prendra quelques minutes pour répondre à vos questions afin de voir si LifeWave vous convient. »

Si votre sponsor occupe un certain rang au sein de LifeWave, n'oubliez pas de le mentionner. Faites savoir au prospect qu'une personne importante prend le temps de lui parler malgré son agenda bien chargé.

Conclure la transaction

L'objectif d'une téléconférence à trois est d'impliquer le prospect dans l'entreprise aujourd'hui.

Demandez au client potentiel :

> « Comment voulez-vous commencer aujourd'hui, au niveau Gold ou Diamond ? »

Votre sponsor sera là pour vous aider à conclure la transaction et à inscrire un nouveau membre.

Si quelqu'un éprouve des difficultés financières, vous pouvez toujours dire :

> « Si vous n'avez pas les moyens de nous rejoindre au niveau Gold aujourd'hui, vous pouvez vous inscrire comme Starter . Cela ne vous coûtera que 25 $, ce qui signifie que vous pouvez d'ores et déjà entrer dans l'entreprise et commencer à gagner de l'argent en cette période de forte croissance. Je ne voudrais pas que vous manquiez cette occasion. »

Fixez-vous comme objectif de terminer l'appel en concluant la transaction.

N'oubliez pas le suivi

Après avoir parlé à un prospect, peu importe sa réponse, envoyez toujours un e-mail ou un SMS de remerciement pour son temps, ainsi que des liens vers votre site aux couleurs de notre marque ou vers une autre vidéo/présentation.

En fin de compte, vous ne vendez pas, vous exposez les prospects à une série de moments d'information pour qu'ils puissent prendre une décision intelligente… comme des milliers de personnes l'ont déjà fait !

Ce qu'il y a de bien avec les téléconférences à trois, c'est que vous n'avez aucune pression, car quelqu'un d'autre s'occupe de la conversation. Vous apprenez tout en écoutant, et même s'il y a une raison pour laquelle l'appel ne se déroule pas comme vous le souhaitez (peut-être que le prospect pose des questions difficiles ou son approche est plutôt négative), vous pouvez toujours continuer à lui parler après et peut-être le faire changer d'avis.

Mais n'oubliez pas : si après l'appel, le prospect ne semble pas intéressé ou enthousiaste, ce n'est pas grave. Si c'est quelqu'un avec qui vous êtes amis, vous le serez toujours ! Il n'est pas nécessaire d'essayer de le convaincre. Nombre de prospects seront très fortement intéressés après un tel appel ! En fin de compte, c'est la qualité qui l'emporte sur la quantité.

LIFEWAVE®