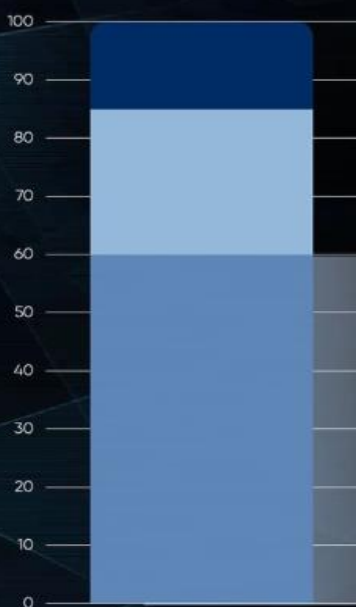


15%
Customer Sales
Bonus

25%
Active user pool

60%
Profit to be shared
into pools

Product profit after
Company cost



Existing Pools for Residual
and C1 Rewards



Zbytek zisku bude rozdělen jako na obrázku.

15% jako prodejní provize

25% do fondu aktivních uživatelů

60% na stávající fondy pro reziduální a C1 odměny

System úspěchu v Crowd1

27. PROSINCE 2020

Team CSM

Napsal: © MINERCSM

ZPRACOVÁNO Z WEBINÁŘŮ A DOSTUPNÝCH
MATERIÁLŮ NA INTERNETU

Web: <https://teamcsm.cz> Email: info@teamcsm.cz



Jak začít budovat své podnikání v Crowd1 ?

Rady a návody, jak být dlouhodobě úspěšný v Crowd1, jak rozvinout svou síť a začít práci s novými členy.

Pokud chcete vybudovat solidní podnikání s pravidelným příjmem, je důležité se pro to rozhodnout a neustoupit z cesty. Hodně lidí skončí po prvním neúspěchu nebo nezdaru. Tato cesta není pro každého. Říká se, že ze 100 lidí je úspěšných pouze 5 %. Toto číslo vychází ze statistiky. Po počátečním nadšení většina lidí ochladne a přestane o produkt jevit zájem. Očekávají rychlé výsledky a odměnu bez práce, proto záleží na tom, jaké informace jsou jim předávány.

Musíte si uvědomit, kdo je pro vás v multi level marketinku (MLM) ve fázi startu tou nejdůležitější osobou.

„Tou nejdůležitější osobou je náš nový člověk, nový partner, kterého do firmy přivedeme“

Nový člen v síti

Jsme obklopeni obchodními partnery, dalšími důležitými lidmi, známe lídry, máme svoje známé, ale tohle nejsou v tuto chvíli pro nás ty nejdůležitější osoby. Ten nejdůležitější je pro nás náš nový člen. Novým myslíme toho, kdo právě začal.

Vžijte se do jeho pocitů. Přivedete ho do firmy, o které toho moc neví, je mu vše neznámé a pokud se mu nevěnujete, brzy získá pocit, že jste ho nechali na holičkách. A na projekt zanevře. Proto je nutno s daným člověkem dále pracovat. Ne za týden, za dva týdny, ale okamžitě.

Pro každou práci potřebujete nástroje. Každé povolání potřebuje nějaký nástroj a vy ho potřebujete také. Váš nástroj je plán práce a seznam kroků, které musíte s nováčkem udělat.

Seznam bodů, které je nutno vykonat

- 1. Odpovědět na všechny otázky*
- 2. Zeptat se na jeho „PROČ?“*
- 3. Seznam 20 jmen na oslovení*
- 4. Vytvořit společně první pozvání*
- 5. Vytvořit týdenní plán*
- 6. Vytvořit 4-týdenní plán (měsíční)*
- 7. Pozvánka na všechny workshopy*
- 8. Pozvánka na všechny webináře*
- 9. Společně absolvovat workshopy*
- 10. Udělat prezentaci jeden na jednoho*
- 11. Projít všechny platformy sociálních médií*



Ad 1) Odpovědi na všechny otázky

Pokud nováčkovi neodpovíte na všechny otázky, bude logicky hledat odpovědi jinde. Většinou je bude hledat na internetu a zde nejsou všechny informace správné. Většina otázek se neustále opakuje, proto je dobré si tvořit seznam odpovědí na tyto otázky a potom vás nic nezaskočí.

Na začátku jsou nejdůležitější odpovědi:

- Jak firma vydělává ?
- Kde se berou ve firmě peníze ?
- Jak firma funguje ?
- Jak se může zaregistrovat
- Jak může zaplatit ?
- Možnosti příjmů
- Ujistit ho o své podpoře a pomoci při startu

1) Odpovědi na nejčastěji kladené otázky jsou v příloze č. 1, seznam si můžete dále doplňovat.

Stává se často, že po počátečním rozhodnutí vstoupit do Crowd1 nováček ztroskotá na tom jak zaplatit. Je to pro něho největší problém. Vy s ním projdete prezentaci, mu se projekt Crowd1 zalíbí a řekne vám, že jakmile přijde domů, tak udělá registraci a zde ztroskotá. Po cestě domů spoustu věcí zapomene, možná ještě zvládne otevřít registrační formulář a vyplnit potřebné údaje, ale jak na něho vyskočí možnosti plateb, tak se ztratí. Platby bitcoinem nejsou samozřejmostí, pro něho složité, převod peněz na účet nějakou dobu trvá, pro něho ještě větší problém. Zavře počítač a je konec. Proto je dobré mít v zásobě GIFT kódy nebo možnost zaplatit bitcoinem a proces registrace provést ihned a na platbě za registraci se dohodnout mezi sebou.

Vytvořte prostředí na otázky z marketinkového plánu. Nedělejte tu chybu, že se budete snažit vysvětlovat vše, ze začátku je důležité vysvětlit bonus za rychlou registraci. Na začátku není důležité vysvětlovat např. princip Matching bonusu, protože víte, že tomu musí předcházet to, že musí mít sponzorované 4 osoby a ty osoby musí začít pracovat, aby vznikla nějaká druhá úroveň.

Nováček musí vědět, co je pro něho důležité:

- bonus za rychlost Fear of loss
- jak zaregistrovat 4 osoby, aby splnil Fear of Loss
- že je vhodné první 3 lidi registrovat do silné nohy a čtvrtého do slabší nohy, aby se využil neoptimálnější poměr párování 1:3
- školit se a vzdělávat

Nováček bude nejspokojenější, když zjistí, že systém funguje a vložené peníze se mu vrátily.

Dalším úkolem je vysvětlit obchodní model firmy, jak fungujeme a jak se generují peníze. Jsme prostředníci mezi průmyslem a zákazníkem. Tento obchod vždy existoval. Např. byli lidé, kteří těžili zlato, lidé, kteří ho odkupovali a lidé, kteří ze zlata dělali produkty. Kdo nese největší riziko ? Ten, kdo zlato těží nebo ten, kdo ho vlastní ?

Další příklad je s platformou Booking.com – nevlastní hotely, ale zprostředkovává pronájem pokojů. Nenese rizika hotelu, že nenaplní kapacity a nebude mít tržby. Když hotel nepronajme pokoje, Bookingu je to zcela jedno. Problém má hotel, protože nemá využitou kapacitu, Booking dostává peníze za provizi tehdy, když se zprostředkuje obchod. Neboli když lidé, kteří si prostřednictvím Bookingu zarezervují pokoje a poté v nich přespí, zaplatí za ubytování. Nemá co ztratit.

Je dobré najít regionální platformy zprostředkovatelů, příkladů je mnoho. Můžete uvést např. Spotify – prodává hudbu, ale nevlastní hudební studia, Netflix – prodává filmy, ale nenatáčí ve filmových studiích, UBER – nevlastní taxíky, ale zprostředkovává dopravu, Alibaba – nevyrábí produkty, ale zprostředkovává prodej, nebo Amazon, Ebay, ... a podobných příkladů najdete jistě mnoho i ve svém okolí.

Proto znovu opakuji. Není nutné říkat všechno a naráz, protože informací je opravdu hodně. I vám trvalo nějaký čas, než jste všechno pochopili.

Důležité je vytvořit v nováčkovi povědomí, že pokud bude mít jakékoli další otázky, budou mu zodpovězeny a že ve vás najde podporu.

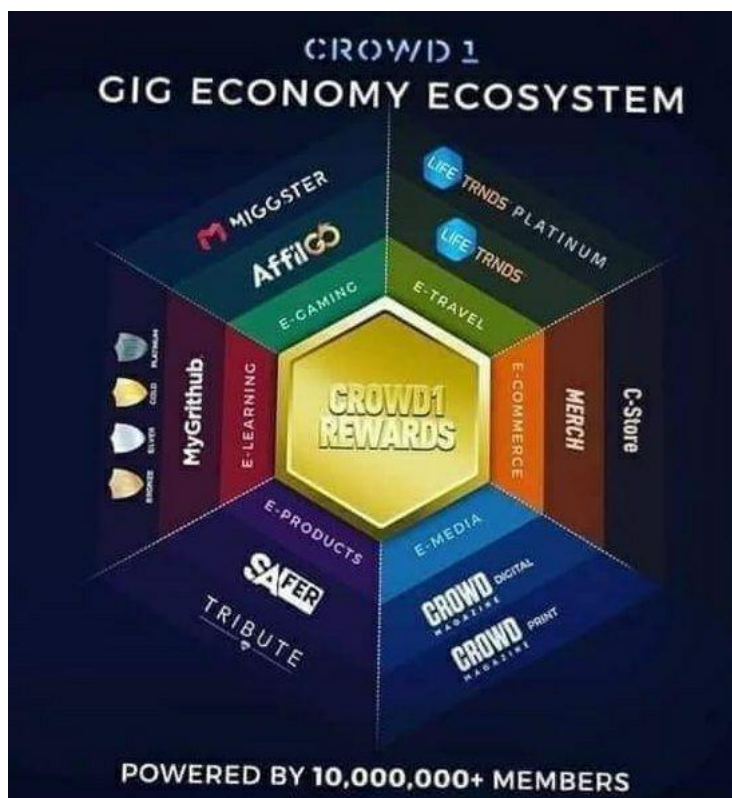
Na tyto věci potřebujete svůj týdenní plán. Týdenní plán pro sebe a pro vaše další lidi.

Týdenní plán si ujasníte s nováčkem a naznačíte mu, co s ním budete postupně probírat a co budete společně v nejbližším období dělat. Jen tak ho nezahltíte informacemi a neztratíte jeho důvěru. Není nutno vysvětlovat ihned všechny bonusy a výhody, protože to stejně nepochopí. Pokud nováčkovi nepředložíte plán, nebude vám věřit a ztratíte jeho důvěru. Nebude mít jistotu, že mu pomůžete a všechno vysvětlíte, podvědomě bude chápat, že nemáte žádný cíl. A bez cíle nelze dosáhnout žádného úspěchu.

Do plánu můžete značkovat, kdy a který den budete probírat další části Crowd1. Přizpůsobíte ho svému programu a jeho času. Procházením týdenního plánu nováčka podvědomě učíte stylu vlastní práce, který později bude duplikovat. Duplikace je v Crowd1 to nejdůležitější. Nevybudujete síť, pokud nebudete mít následovníky. Plán je důležitý jak pro nováčka, tak zejména pro vás. Pokud mu neukážete plán, nebude vám věřit, že to myslíte vážně.

Pro vás je důležité, mít plán.

2) Návrh týdenního plánu je uveden v příloze č. 2, ale každý si ho může vytvořit podle sebe.



Ad 2) Odpověď na jeho PROČ?

Je důležité vědět, proč tento obchod děláme a proč by ho náš nový člen měl dělat. Když lidé nevědí, proč to dělají, nikdy ze sebe nevydají všechno. Stejně je to s vámi. Musíte vědět, co je tím vaším **PROČ**?

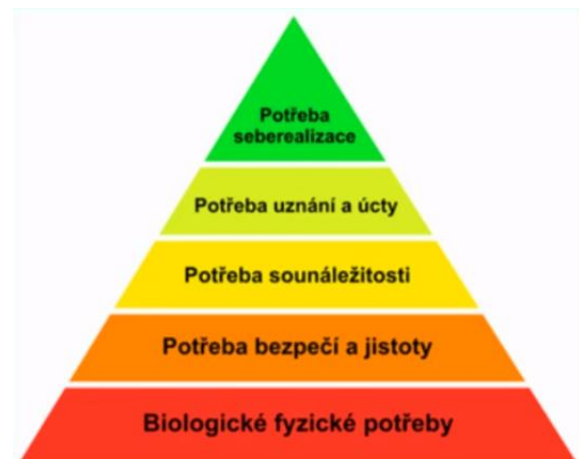
Napsali jste si to? Udělali jste si plán?

A to stejné musíte udělat s nováčkem, zjistit, jaké má cíle. Uvedu příklad ze života. Někdo moc kouří, někdo více pije a někdo má nadváhu. Když půjdete k lékaři a on vám řekne, „Musíte zhubnout, nepijte alkohol, přestaňte kouřit, ... není to zdravé“. Co uděláte vy? Odejdete a pomyslíte si svoje. „No jó, to se mu to mluví, kecá samé hlouposti“ a neuděláte se sebou nic.

Co se ale stane, když vám ten samý lékař sdělí: „Pokud nepřestanete kouřit, do dvou měsíců bude po vás.“ Co uděláte pak? Začneme to brát vážně, protože pochopíte to **PROČ** a teprve když víme **PROČ**, tak můžeme brát věci vážně.

Proto se nováčka zeptejte na:

- Rodinu
- Zdali chce lepší dovolenou?
- Zdraví, jak se mu daří?
- Chce lepší vzdělání pro děti
- Stresy v práci, finanční stresy
- Jaký dům?
- Jaké auto?
- Jeho sny?



Slyšeli jste někdy o Maslowově pyramidě potřeb?

Každý chce být úspěšný. Zbohatnutí je o myšlení, ne o bankovním účtu. Vaše zvyky spolu souvisejí. Vaše touha po změně musí být větší, než touha zůstat být stejný.

Je důležité tyto body projít s novým členem ihned, ne za dva týdny, protože za tu dobu naprosto vychladne a řekne vám, že už nemá zájem. Potom s tím nebudete moci dělat téměř nic.

Pokud tyto otázky s nováčkem projdete, tak získáte odpovědi na jeho **PROČ by to měl dělat**, následně s ním vytvořte seznam prvních 20 lidí, které oslovíte.

*Síťový marketing?
to je pyramida!*



JAKÝ TYP PŘÍJMU JE VÁM MILEJŠÍ?

AKTIVNÍ PŘÍJEM – myšlení zaměstnance

*"Musím pracovat každý den,
abych dostal zapláceno."*



PASIVNÍ PŘÍJEM – myšlení majitele podniku

*"Za práci, kterou jsem jednou vykonal,
dostávám opakovaně zapláceno."*

Ad 3) Seznam 20 lidí (nebo lépe ještě více)

Když vám nový člověk nebude plně důvěřovat a nebude důvěřovat tomu, co děláte, tak nikdy na seznam osob k oslovení nenapiše osoby, které má doopravdy rád, ale napíše na seznam lidi, které rád nemá.

Proto je nezbytně důležité, aby jste se během rozhovoru zeptali, kdo z jeho kamarádů má smartphone, kdo by chtěl s telefonem vydělávat peníze a podobně. On vám už předem během rozhovoru ty jména naznačil, většinou se jedná o dobré přátele a známé. Tato jména si musíte během rozhovoru zapamatovat, protože když s ním budete sestavovat seznam lidí a pokud se tyto jména neobjeví na jeho seznamu k oslovení, tak jste udělali během předchozích rozhovorů nějakou chybu.

Ptejte se na :

- přátele
- známé
- obchodní partnery
- známosti z dovolených

Jmen na začátku nemusí být hodně. Stačí 10-15 jmen, to je na počátku dostačující. Seznam budete postupně během workshopů rozšiřovat.

3) Návrh seznamu kontaktů k oslovení je uveden v příloze č. 4



Ad 4) Vytvoření společného prvního pozvání

První pozvání je nutno trénovat. Vzpomeňte si na své pocity, když jste museli vzít telefon a zatelefonovat svým známým. Že vám z toho bylo špatně, cítili jste nejistotu a chvění v hlase, telefon jste v podstatě ani nechtěli vzít do ruky a nechtěli jste své známé vůbec oslovit.

Stejně pocity má i nováček.

Jak se ze sportovce stane mistr světa? Co si myslíte?

Že se jen dostaví na mistrovství a vyhraje? Nebo že týdny, měsíce a roky nepřetržitě trénuje?

Ukažte nováčkovi, jak pozvání má vypadat. Vezměte jeho telefon, nechte si vytočit číslo jeho nejbližších lidí a řekněte:

„Ahoj, tady je ..., zrovna tady sedím s tvým (vaším) kamarádem a pro něho je důležité, abych ti (vám) předal tyto informace, tak to nyní dělám.“

Vymyslete jakýkoli scénář oslovení, který je pro vás vhodný a jak umíte pozvání udělat. Ukažte nováčkovi, jak by to mělo asi vypadat.

Každé pozvání, které je delší než 1 minutu, zpravidla není úspěšné.

Pokud mluvíte do telefonu, jako by jste dělali prezentaci, tak je to špatně. Po telefonátech je nutno udělat shrnutí pozvánek a udělat společně analýzu s nováčkem. Nikdy mu nevyčítejte, že něco udělal špatně, vždy ho pochvalte, že byl skvělý, ale příště to ještě vylepšíte.

Když pozvání uděláte správně, máte po prvním sezení se svým nováčkem další 4-5 lidí, se kterými můžete začít dále pracovat. Můžete jim následně udělat prezentaci a můžete následně představit Crowd1.

Jaký je výsledný efekt? Nový člověk už nebude mít další otázky, protože uvidí, jak to funguje, nebude ho zajímat, co je Matching bonus nebo jiný bonus, nebo jak ovládat systém, protože uvidí na živo, že to funguje. Proto lze přistoupit k dalšímu kroku.

Ad 5) Vytvoření týdenního plánu

Nyní je čas na tvorbu marketingového plánu. Vezměte si svůj diář, nebo předem připravený marketinkový plán a zapisujte datумы a časy, kdy budete s nováčkem procházet jednotlivé věci, aby rozuměl tomu, co má dělat. Zapište si všechna důležitá data. Budete je potřebovat k plánování.

Musíte v průběhu následujících dní umět odpovědět na jakékoli dotazy aby nováček Crowdu porozuměl. Proto musíte mít i svůj plán práce. Ale když ráno vstanete, rozhlížíte se a přemýšlíte, co vlastně budete dneska dělat, tak jak chcete, aby dělal váš nováček?

Jak chcete dělat marketingový plán, když sami žádný nemáte?

Pokud budeme používat naše nástroje pro práci tak tento obchod funguje.

Máme tyto možnosti:

- webináře
- workshopy
- pevnou pracovní dobu 8 hodin

Pozvěte nováčka na webináře, pozvěte ho na workshopy, zjistěte si informace o jeho pracovní době a o volném čase. Naplánujte týdenní plán na dobu, kdy má volno. Musíte skloubit jeho práci s volným časem a jeho potřebami.

Pokud nevíte, kdy má váš nováček čas, jak s ním chcete plánovat workshop? Proto je nutné společně vytvořit týdenní plán a následně i měsíční plán.

4) Návrh týdenního plánu je uveden v příloze č. 2, ale každý si ho může vytvořit podle sebe.

Ad 6) Vytvoření 4-týdenního (měsíčního) plánu

Napište, kdy budete absolvovat workshopy, webináře, prezentace, školení.

Nováček by si měl napsat do svého plánu, kdy je v práci, kdy se bude moci účastnit jednotlivých workshopů, webinářů a dalších aktivit.

Zeptejte se nováčka na jeho vlastní cíle:

- kolik lidí chce oslovit
- kolik schůzek chce absolvovat
- kolik rozhovorů předpokládá udělat
- kolik času chce rozhovory strávit
- kolik času chce Crowd1 věnovat

Pokud neuděláte plán pro své lidi vy, plán udělá Netflix, sportovní přenosy v televizi nebo jeho šéf.

Musíte plánovat. Pokud sami neplánujete, jste potom jen vedeni někým jiným.

Do plánu zařadte i to, že po schůzce, prezentaci nebo webináři tomu člověku zavoláte a zeptáte se, co mu nebylo jasné. Věnujte mu 10-15 minut, protože je nemožné, aby na prezentaci pochopil všechno a mnozí lidé se potřebují ještě doptat a dovysvětlit některé věci.

5) *Návrh měsíčního plánu je uveden v příloze č. 3, ale každý si ho může vytvořit podle sebe.*

Ad 7) Pozvání na všechny workshopy

Je nutno dělat následující workshopy:

- Otázky a odpovědi

Zeptejte se, jaké otázky měli jejich přátelé a přátelé jejich přátel. Lidé se stydí na prezentaci zeptat, proto je nutné, aby jste tyto dotazy zjistili a mohli na ně následně odpovědět. Většinou jsou typ dotazů stejné nebo hodně podobné. Proto je dobré mít seznam nejčastějších dotazů a odpovědí, časem ho budete znát zpaměti.

- Marketinkový plán

Proč to děláme a jak to děláme. Budujeme důvěru.

- Obchodní model

Na tomto workshopu vysvětlíte, jakým způsobem různé firmy fungují, viz příklady UBER, AIRbnb, Booking.com, Spotify, apod.

- Seznam jmen

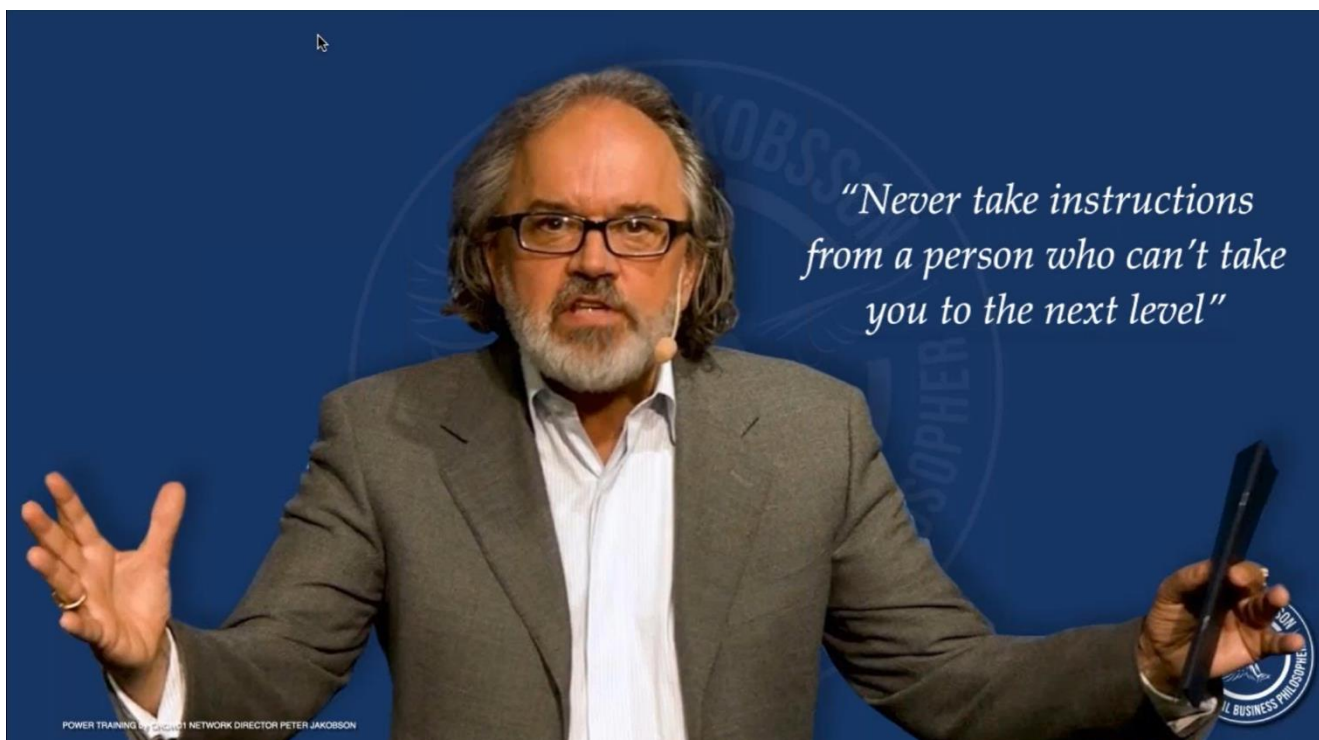
Seznam jmen je jeho peněženka. Pokud v ní máte několik bankovek, pak ty peníze rychle vydáte. Když zbude poslední bankovka, 10 x přemýšlíte, za co ji utratíte. Stejně je to se seznamem. Každý, kdo se na seznamu objeví, má hodnotu minimálně 100 €. Když má na seznamu 100 lidí, tak jim bez obav volá, protože vidí, že má dost jmen na oslovení. Když mu ale zůstanou 3- 4 jména, pak má strach, co se stane, když odmítnou. Proto je nutné udělat první pozvání a ukázat, jak by měl vypadat prodejní rozhovor.

Na workshopu by mělo být maximálně 5-6 osob. Workshop je od toho, aby se společně pracovalo, ne aby se společně poslouchalo.

Nechte nové lidi workshopy vést, aby získali praxi a mohli začít duplikovat.

Můžete být nejlepší prodejci na zemi, ale pokud vaši lidé nebudou schopni duplikace, za nějakou dobu nebudete mít nikoho, s kým by jste mohli pracovat.

Ad 8) Pozvání na všechny webináře



Zvěte lidi na webináře. Každý by měl absolvovat alespoň 20 webinářů. Jsou i na záznamech na internetu. Na každém webináři zazní něco nového nebo zazní něco, co jinde nebylo řečeno. Na webinářích jsou prezentovány novinky. Pokud na nich nebudeme my, tak na nich nebudou ani naši lidé. Po webináři by měly následovat schůzky. Ukažte, jak by měly vypadat správné prodejní rozhovory.

Trénujte s lidmi, co by měli dělat po webinářích. Po webináři je nutno s lidmi probrat prezentovanou tematiku na workshopu.

Udělejte seznam plusových bodů. Musíte mít odpovědi, když se vás někdo zeptá, co je na tomto obchodu dobré. Dva až šest bodů nestačí. Mělo by jich být 50-60.

Vytvořte nebo realizujte následující webinář, kde proberete:

- Stanovení cílů
- Jaké cíle máme?
- Co chceme?
- Kam směřujeme?
- Čeho chceme dosáhnout?

Čím reálnější cíle budou, tím více se budou realizovat.

Je důležité, aby účast na webinářích rostla, aby v lidech byl pocit, že jsou mezi silnými partnery a jsou součástí společnosti. Hodně lidí na webinářích nevěnuje probírané problematice dostatečnou pozornost, hrají si s mobilem, někde něco čtou nebo je upoutá něco jiného. Potom mají myšlenky někde úplně jinde a ne na webináři. Proto je nutno znovu projít prezentaci.

Ad 9) Společné workshopy

Projděte řešení námitek

- Nehodím se na to
- Není to pyramida?
- Není to letadlo?
- Vůbec tomu nerozumím
- Mám strach, že neuspěju
- Mám strach, že nikoho neseženu

Jak reagovat na námitky

Někdy stačí jednoduchá odpověď ANO/NE, nemusíte vysvětlovat hodiny.

Ad 10) Schůzky jeden na jednoho

Pokud se budete spoléhat jen na webináře a že lidi na ně pozvete, tak se často stává, že z 10 pozvaných tam jsou 2-3. Pokud si domluvíte osobní schůzku jeden na jednoho a procházíte prezentaci z očí do očí, tak je z toho mnohem více prodejů a lepší výsledky.



Ukázat a napodobit

Když budete jenom mluvit a člověku to fyzicky neukážete, nikdy to nebude dělat. Rozhovor jeden na jednoho přináší mnohem lepší výsledky. Je to nejrychlejší cesta, jak se lidé učí a jeden den, ve kterém absolvujeme 5 schůzek přinese více, než 20 osob na webináři.

Ad 11) Sociální sítě



Většina lidí je na sociálních sítích na nějaké platformě.

Co se stane, když každý z těchto lidí dá na svou zeď nějaký příspěvek? Co když každý má jen 10 přátel? V listopadu 2020 nás bylo 20 milionů členů. Když každý člen dá na sociální síť nějaký příspěvek o Crowd nebo nějakou hru nebo aplikaci, tak to v reálu vidí 200 milionů lidí. Opravdu si myslíte, že z těch 200 milionů lidí nikdo nezareaguje a nic si nestáhne?

Proto je propagace naší firmy důležitá. Společně jsme součástí sdílené ekonomiky a poroste nám zisk.

Pokud se někdo zeptá, proč by měl být na sociální platformě, tak tento obchod nepochopil.

Pokud získáte znalosti, předejte je.



Není to PYRAMIDA ?

Ne, pyramida to není. Víš co je to pyramida? Pyramida je, když lidé v přízemí pracují nejvíce a mají nejméně peněz. Pyramidě se nikdy nestane, aby osoba pod vámi, měla více peněz než vy.

Pyramidové schéma (též pyramidová hra nebo letadlo) je obchodní model, v němž je výdělek závislý na přivedení dalších účastníků do schématu. Každý nový účastník musí za vstup do schématu zaplatit poplatek a za to dostává právo inkasovat tento poplatek (nebo jeho část) od dalších účastníků, které sám získá. Část vybraného poplatku si obvykle nechává pro sebe a část odevzdává tomu, kdo jej získal (nebo naopak organizátor hry vybírá poplatek a část proplatí za referenci). Pyramidové schéma nenabízí žádný dodatečný kvalitní produkt ani službu. V praxi takový model nefunguje (vydělají na něm jen jeho organizátoři a ti z účastníků, kteří vstoupili na začátku), neboť počet potřebných účastníků exponenciálně narůstá. V mnoha zemích je tento obchodní model nelegální.

Crowd1 není pyramidou, protože je založen na MLM marketingu.

Multi-level marketing (MLM), je také známý jako síťový prodej či síťový marketing, označuje marketingovou strategii určenou pro prodej produktů či služeb. Účastníci takového schématu se přímo podílí na distribuci produktu či služby, výměnou za to mají nárok na provizi z prodeje, který pomohou zprostředkovat. Prodejci, zapojení do takové firmy, mají dále možnost získávat další prodejce a mít tak nárok na podíl z provizí takto získaných prodejců.

Není to letadlo?

Ne, není. Letadlo je systém, kde neexistuje produkt nebo služba a inkasují se pouze peníze. Peníze se vybírají od těch, kteří přijdou noví a takto se financuje celý systém, který je dlouhodobě neudržitelný a časem zkrachuje.

Nemám peníze...

To, že nemáte peníze je důvod něco v životě změnit. Pokud chcete pracovat, je zde možnost vydělat peníze. Pokud by jste chtěli začít podnikat, musíte do rozjezdu firmy vložit počáteční vklad. Zde můžete nastartovat vlastní firmu za 99 €.

Nemůže to zkrachovat?

Každá firma může zkrachovat. Vzhledem k tomu, jaká je síla ve vedení, které má za sebou výsledky z působení v jiných firmách, pracujeme s profesionály. Nic nevlastníme, zprostředkováváme prodej pro jiné subjekty. Forma prodeje formou sdílení je nová oblast, kde nemáme vytvořenou silnou konkurenci. Náš model je ojedinělý a jsme první na světě. Vysoká členská základna podporuje stabilitu firmy. Působíme v odvětví, které se prudce rozvíjí.

Mám strach, že neuspěju

To lze pochopit. Většina lidí se obává neznámého a nerada podstupuje riziko neúspěchu. Je to nová práce, kterou se musí každý naučit. Není na tom nic těžkého, podáme mu pomocnou ruku. Společně pozveme a společně představíme firmu a její produkty. Podpoříme se navzájem a budeme budovat tým lidí, kteří si budou pomáhat. Máme zájem vydělat peníze a jeho úspěch je i úspěchem nás všech.

Mám strach, že nikoho neseženu

Nikoho nesháníme. Pomáháme lidem měnit jejich život, stát se nezávislými a svobodnými. Společně projdeme jeho seznam kontaktů a vytvoříme společná pozvání. Podpoříme ho v začátcích. Nebude na to sám.

Týden - dny

Pondělí

Číslo	Jméno
1	Jméno 1
2	Jméno 2
3	Jméno 3
4	Jméno 4
5	Jméno 5
6	Jméno 6
7	Jméno 7
8	Jméno 8
9	Jméno 9
10	Jméno 10

Středa

Číslo	Jméno
1	Jméno 1
2	Jméno 2
3	Jméno 3
4	Jméno 4
5	Jméno 5
6	Jméno 6
7	Jméno 7
8	Jméno 8
9	Jméno 9
10	Jméno 10

Pátek

Číslo	Jméno
1	Jméno 1
2	Jméno 2
3	Jméno 3
4	Jméno 4
5	Jméno 5
6	Jméno 6
7	Jméno 7
8	Jméno 8
9	Jméno 9
10	Jméno 10

Čas

8:00
9:00
10:00
11:00
12:00
13:00
14:00
15:00
16:00
17:00

Čas

8:00
9:00
10:00
11:00
12:00
13:00
14:00
15:00
16:00
17:00

Čas

8:00
9:00
10:00
11:00
12:00
13:00
14:00
15:00
16:00
17:00

Úterý

Jméno	Číslo
Jméno 1	1
Jméno 2	2
Jméno 3	3
Jméno 4	4
Jméno 5	5
Jméno 6	6
Jméno 7	7
Jméno 8	8
Jméno 9	9
Jméno 10	10

Čtvrtek

Jméno	Číslo
Jméno 1	1
Jméno 2	2
Jméno 3	3
Jméno 4	4
Jméno 5	5
Jméno 6	6
Jméno 7	7
Jméno 8	8
Jméno 9	9
Jméno 10	10

Sobota/neděle

Jméno	Číslo
Jméno 1	1
Jméno 2	2
Jméno 3	3
Jméno 4	4
Jméno 5	5
Jméno 6	6
Jméno 7	7
Jméno 8	8
Jméno 9	9
Jméno 10	10

Měsíční plánovací kalendář

Měsíc Rok Kalendář

Pondělí		Úterý		Středa		Čtvrtek		Pátek		Sobota		Neděle	

SEZNAM KONTAKTŮ

Název	Jméno	Adresa	Telefon	Email	Oslovení	Schůzka	Registrace	Balíček	Poznámky