

COMMENT EVITER LES OBJECTIONS DANS LE MARKETING DE RESEAU

Avez-vous l'impression que vos prospects ne vous comprennent pas ? Êtes-vous frustrés par leurs objections ? Vous demandez si ce n'est pas vous qui provoquez cette situation ? Comprendre le but réel de votre activité de marketing de réseau ou de MLM Vous pensez que vous êtes dans le bien-être ? ou encore dans le voyage, dans la finance... ? Et bien non, vous êtes tout simplement un fournisseur de solution ! Il faut bien comprendre que vos prospects ne se lèvent pas un beau matin en se disant «Tiens, j'irai bien rejoindre une petite opportunité de MLM aujourd'hui» (ou encore : tiens j'irai bien créer mon activité à domicile, ou encore je changerai bien de fournisseur internet tout en avalant quelques compléments alimentaires !). Non, un prospect ou un consommateur est une personne qui a un problème et qui cherche une solution, c'est tout, c'est simple, rien d'autre. Il peut avoir un problème pour régler ses factures en fin de mois, un problème de surpoids, un problème de manque d'énergie, un problème lié à son activité... Les problèmes sont aussi variés que les prospects et surtout ils leurs sont propres. Alors maintenant, vous comprenez mieux quel est votre rôle et l'objet social de votre activité, ou encore le domaine dans lequel vous évoluez ? Oui, il faut trouver leur problème et leur proposer une solution au travers de votre opportunité ou de votre produit. Voilà pourquoi vous n'êtes pas dans le domaine du bien-être, du voyage, des finances..., mais dans le domaine du fournisseur de solutions. Trouver le problème (le vrai, pas celui auquel vous pensez) Une fois que vous aurez assimilé ce concept, votre discours va automatiquement changer, car maintenant vous allez devoir trouver le véritable problème de votre prospect. Pas celui auquel vous pensez et pour lequel vous vous dites «j'ai dans votre tête, alors m'écoutez que la personne est en train de vous parler, c'est évident, c'est mon produit qu'il lui faut, et ça va lui faire ci, ça, l'autre, et vous ne l'écoutez plus car vous dites «j'ai en train de réfléchir à ce que vous allez lui dire, s'il va faire une pause pour reprendre sa respiration, voir m'écoutez, vous lui couperez la parole, de peur d'oublier ce que vous avez pensé. C'est vrai non ? Donc pour l'aider, il faut trouver le problème, et pour trouver le problème il va falloir apprendre à écouter, encore et encore (2 oreilles et une bouche : pour écouter au moins deux fois plus que l'on ne parle). Apprendre à écouter Il ne suffit pas d'entendre. Il faut écouter. Du verbe latin auscultare (de la vient galement le mot ausculter, c'est à dire l'écouteur non ?) qui signifie au sens premier «porter attention à...». Ce verbe se situe non seulement au niveau de la perception, mais aussi, et peut-être surtout, dans le registre de la cognition, c'est à dire -dire d'une activité mentale qui permet de comprendre. Il faut donc apprendre à écouter et ne pas uniquement entendre. Pour cela il faut : poser des questions simples, écouter (encore et toujours), s'assurer du feedback pour être certain d'être sur la longueur d'ondes, en reformulant, si besoin est, la question et la façon dont vous comprenez le problème. Vos questions doivent aider votre prospect à découvrir et parler de la différence entre ce qu'il ressent ou qu'il subit (bref, son problème) et ce qu'il voudrait, sans que vous ayez besoin de le deviner ou de le deviner. Au fur et à mesure du dialogue, vous verrez si vos produits, ou votre opportunité, vont pouvoir régler les problèmes de votre prospect. Tout en l'aidant à les identifier, et à parler de la façon dont il voudrait régler ses problèmes, vous allez découvrir sans aucun doute, les sources d'objections et de rejet, car la façon dont vous pensez et communiquez, détermine la façon dont une personne vous répond. Les personnes en général ne testent qu'on leur dise ce qu'elles doivent faire (m'écoutez si elles vous le demandent) ou que l'on essaie de les persuader. Elles doivent traverser un cheminement de compréhension et d'apprentissage par elles-mêmes pour passer à l'action de leur plein gré. La Loi Naturelle du Donner-Recevoir Souriez et l'on vous rendra votre sourire, par contre, mettez de la pression sur les gens en les persuadant que votre produit ou opportunité est le meilleur, et vous recevrez (au choix, ou au pire le cumul des trois) : Rejet, Objection, Aggression passive (les personnes vous diront quelque chose et ne le feront pas après). En résumé... Pour proposer confortablement votre solution et donc éviter les objections, vous devez : Résumer les besoins de votre prospect, en utilisant ses propres commentaires et mots-clés pour être certain de bien avoir compris le problème, Demander un retour, de façon à créer une interaction et par là même construire une relation, de la confiance et de la crédibilité, Assortir (faire coller) votre solution à leurs problèmes, c'est à dire l'offrir ; vous jouez avec leur corde sensible et émotionnelle, et c'est cette corde qui déclenche l'achat ou l'adhésion. Le tout évidemment avec finesse et sincérité ; et, bien sûr, si vous ne pouvez pas leur procurer une solution, vous le leur dites bien clairement et vous les aidez à trouver une autre, et à transcrire ce que vous leur proposez. Croyez moi, la prochaine fois qu'ils auront un autre problème, ils penseront à vous, et cette fois là, vous aurez peut-être leur solution. N'oubliez pas, Votre Savoir Est Un Pouvoir. Bien Cordialement.

About the Author

Armelle BARTHALOT est l'auteur et le créateur du [blog du mlm](#). Elle est passionnée par le marketing de réseau et s'intéresse particulièrement aux méthodes qui permettent de développer l'activité de MLM et

ligne". Elle s'inspire pour cela des méthodes américaines qui sont en train de révolutionner l'approche traditionnelle du marketing relationnel.

Vous y apprendrez notamment > tester vos compétences d'alpha leader ou > comprendre pourquoi 90% de vos prospects n'achèteront pas vos produits ! Et si vous maîtrisez l'anglais, vous aurez gratuitement accès > une plateforme de formation d'un des meilleurs systèmes de marketing américain : [My Lead System Pro \(MLSP\)](#).

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept, droits de revente](#)