ВМЕСТЕ — МЫ СИЛА!

Механизмы эффективного продвижения продукции.

По материалам бизнес-семинара «АРГО и АПИФАРМ — 10 лет вместе!»

АРГО

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

КОМПАНИЯ «АПИФАРМ» БЛАГОДАРИТ ЛИДЕРОВ АРГО ЗА УЧАСТИЕ В БИЗНЕС-СЕМИНАРЕ «АРГО И АПИФАРМ – 10 ЛЕТ ВМЕСТЕ».

ТОЛЬКО ВМЕСТЕ МЫ – СИЛА!

С уважением, директор «АПИФАРМ»
Игорь Геннадьевич Ковшик

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Ирина Алферова, Директор-Президент, г. Новосибирск

Авторская школа «Давайте полюбим вопросы»

Сложно ли это, если мы завтра, все как один, начнем решительными шагами продвигаться в вопросе профилактики заболеваний и здорового образа жизни? Вроде как и несложно, но давайте поразмышляем. Сами мы приняли решение «Здоровье лучше оплачивать, чем оплакивать», но что делать с нашими соседями, близкими, знакомыми? Как вы думаете, так же легко они воспринимают идею принимать биологически активные добавки? Как убедить их, что болезнь проще предотвратить, чем лечить? Ведь каждый день мы сталкиваемся с тем, что многие люди вообще не уделяют внимание своему здоровью.

Итак, мы выходим на улицу – Новосибирск, центр города. Какой консистенции воздух мы видим? Густой. Мое предложение – вы приходите к своим знакомым и задавайте вопрос: «Видите, какой сегодня густой воздух?» Все понимают, потому что ВИДЯТ воздух своего города. Только представьте, сколько предприятий выбрасывают в него сажу дым и прочие «чудные» компоненты, сколько автомобилей отравляют его своим выхлопом. И ваша задача – ЗАДАТЬ ЭТОТ ВОПРОС. Как известно – глупых вопросов не бывает. С ответами все обстоит гораздо сложнее. Имеет смысл так же спросить: «Каким способом вы предпочитаете нейтрализовать действие такого воздуха? Вы знаете, как влияет экология на ваше здоровье?» Причем, попытку сказать, что человек не верит в нашу продукцию, нужно пресекать на корню: «Я поняла, что вы не верите в БАД, но как вы сами нейтрализуете действие этого

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

воздуха?» И не важно, что человек отвечает, потому что в голове у него останется главный вывод – воздух «густой», с этим надо что-то делать. И, возможно, со временем он все-таки станет вашим клиентом, вашим потребителем.

Весна. Все органические и другие отходы, накопившиеся за зиму, всплывают в реке. Потом вода проходит очистные сооружения, добавляется хлорка, производится механическая очистка, и в итоге наши города по качеству воды – одни из самых неблагополучных. И мы опять получаем ГУСТУЮ воду. Спросите своего знакомого: «А ты пьешь густую воду или кристальную?» Скорее всего он спросит: «Как густую?» А вы расскажите ему, что мы с вами на самом деле пьем. Такой водой фиалки поливать нельзя, любая хозяйка вам скажет, что для своих цветов воду она как минимум отстаивает. А про себя забывает… Итак, не спорим с человеком, насколько хорош наш фильтр для воды. Просто задаем вопрос.

Очень хорошо, что человек задумался, ушел с этой мыслью, потом еще дома поразмышлял. Для этого надо, чтобы ваших слов было не так много.

В Китае есть поговорка: «Едим все, что шевелится». У нас практически такая же ситуация, что мы только не едим. Кто из вас не слышал про продуктовый геноцид? Какой из телеканалов не включишь – везде идут передачи про некачественные, опасные для жизни продукты. И надо задать вопрос своим близким: «А как ты нейтрализуешь воздействие этих вредных продуктов?» Задаем вопрос и больше ничего не говорим. Даже, если человек начинает возражать вам, не торопитесь вступать в спор, послушайте его доводы.

Многие связывают свое здоровье с уровнем медицины. А уровень нашей медицины мы видим каждый день, потому что общаемся в основном не с талантливыми профессорами и докторами наук, а как придется … Какая медицина – такие и диагнозы. И поэтому люди часто говорят: «А что поделать?» и ставят на своей судьбе крест. «Русский крест» – это ситуация, когда на протяжении многих лет смертность превосходит рождаемость. Задайте человеку вопрос: «Вы чувствуете себя здоровым? Вы хотите быть здоровым? То питание, те продукты, которые вы употребляете, каково их воздействие?»

42 % русских мужчин думают, что водка – хорошее лекарство. Простыл? Чем лечится? Водкой. Вы посмотрите, какой замечательный плакат про продукт «Алкостоп». Например, проснулся муж после банкета и читает: «Алкостоп» позволяет снять похмельный синдром». Достаточно взять один плакат, и это уже будет работать на вас. А еще лучше, конечно, поставить рядом разведенный напиток «Алкостоп», и в следующий раз, возможно, он уже сам будет у вас его просить и друзьям своим порекомендует.

95 % людей в статью своих расходов вообще не закладывают расходы на здоровье. Как же понять этих людей? Почему в условиях такой агрессивной среды они умудряются уйти от того, чтобы подписать соглашение, походить по семинарам, послушать? Где еще профессора, доктора и кандидаты медицинских наук им будут рассказывать о том, как правильно предотвратить то или иное заболевание? Один из мыслителей современности Эрих Фромм говорил: «Люди предпочитают

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

сделать вид, что проблемы нет, поскольку она уже настолько сложна, что им проще сделать вид, что ничего не происходит». Но незнание законов, как известно, не освобождает от ответственности. Мы знаем, что сбитые биоритмы восстановить очень сложно. Нужны помощники – продукты для здоровья. Их надо вовремя принять, иметь их с собой всегда, иначе восстановление становится недостаточно эффективным. Т. е. мы с вами впереди планеты всей, мы знаем о необходимости продуктов для здоровья и не только. На наших семинарах мы получаем информацию необычайной важности!!

Предложение, от которого невозможно отказаться, – это соглашение с Компанией, право брать продукцию по оптовой цене и узнавать о своем здоровье, консультироваться у высококлассных специалистов, а не формально, у первого попавшегося врача, за 15 минут.

Если встает вопрос о каких-то расходах на здоровье, откуда взять деньги? Вариант «из тумбочки» не подходит, чтобы их взять, нужно их туда положить. И поэтому на наших школах мы часто говорим, что нет ничего страшнее, чем маленькая зарплата. Именно она позволяет человеку вводить себя в заблуждение: «И так хорошо. Не жили богато и нечего начинать…» Человек с большой зарплатой соображает лучше, возможности появляются другие, какие-то предложения. А маленькая зарплата – «доедаем, доживаем, донашиваем».

В это время налоговая инспекция Новосибирской области отмечает, что огромное количество миллионеров появляется у нас в Новосибирске. Причем, цифры, которые называются, это не один миллион, верхняя граница – до 500 000 миллионов долларов. В Красноярске число миллионеров выросло на 80 процентов. В Омске обнаружились уже 3 миллиардера и тысяча миллионеров. А в Москве устали брать данные. Что происходит?

Как бывает в жизни, здоровье у человека есть, а никакого материального богатства. Бывают другие люди – финансовое благополучие и никакого здоровья. Следующая категория – ни здоровья, ни денег. Финансовое благополучие и здоровье человек может приобрести в Компании, обязан это сделать. В Компании АРГО вынужденно становишься богатым, может быть, ты и не хотел, вынужденно занимаешься здоровьем, хотя так много дел дома.

«Не существует ни одного в мире предложения, которое интересно всем. Не существует в мире ни одного маркетингового предложения, которое не интересно никому!» (маркетинговая мудрость). Сейчас у вас может возникнуть иллюзия: а кому я могу про это рассказать? И я еще раз хочу обратить ваше внимание на формулу, предложенную Директором-Президентом из Улан-Удэ Вячеславом Марковым, – «Приведи к наставнику сто человек, сказавших «нет», и пусть ваш наставник отработает эти сто «нет» – это полезно для вас всех, и для наставников в том числе. При таких условиях не состояться невозможно.

Чем замечателен наш бизнес? Продвижение продукта, создание товарооборота, развитие и поддержание бизнеса. Мы приходим в структуру, у нас есть диетолог, диагност, мы максимально добиваемся оздоровления участников. Получаем

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

полное представление о своем здоровье, занимаемся быстрой и эффективной его коррекцией. Мы приглашаем психолога, потому что очень многие проблемы заложены в нас самих. Скажите, кто чаще всего саботирует ваш бизнес? Правильно, вы сами. Вас нужно спасать. Поэтому в программе уместны и диетолог, и психолог, и врачи, и диагносты, и бизнес-тренеры... И я уверена, что при таком профессиональном отношении к делу поднимется любая структура.

Есть замечательные люди – это наши производители, которые поднимают отечественную экономику, очень приятно, что и наш вклад там есть. Мы с вами те, кто помогают росту отечественной экономики, отечественной науки. Задайте вопрос своему знакомому скептику: «Ты по каким дням будешь поднимать отечественную науку? Потому что надо еще отечественное производство поднять!» А мы с вами это делаем каждый день.

Бывает ли у вас чувство, что вам хорошо и комфортно быть одному? Но можете ли вы находиться один больше месяца? «Лишите меня всего, оставьте мне моих людей», – сказал Генри Форд. Люди, которые вас окружают, с которыми вам удалось построить эффективные, доверительные, партнерские отношения очень часто становятся нам настолько близкими, что мы уже не представляем свою жизнь без них. А бывает у вас чувство гордости на мероприятиях Компании от того, что вы знаете большую часть людей, присутствующих там? Возникает ли у вас чувство гордости, что на празднике Компании – для вас все самое лучшее, самое красивое, самое замечательное, идет прекрасный информативный диалог, вы узнаете много нового и интересного. Крылья вырастают! И только у тех, кто остался дома, на диване, «доедать, доживать, донашивать», видимо, крылья не вырастут.

Часто на наших школах приводят такой пример, я позволю его себе повторить. Все мы «огурцы свежие», но когда мы попадаем в банку с «рассолом», мы приобретаем его вкус. Мы имеем все, чтобы влиять на качество и продолжительность своей жизни. Этот «рассол» – атмосфера нашей Компании, атмосфера наших мероприятий.

Когда приходит пенсия, мы испытываем страх остаться без социально значимой деятельности, без привычного круга людей, остаться без нагрузки, на которую мы с вами ворчим, но, оставшись без которой, очень сложно себя нормально ощущать. Когда закончатся трудовые будни, будем ли мы счастливы и активны? Поэтому принять решение в пользу активного бизнеса нужно сейчас. Большинство наставников готовы вам предложить программы эффективных действий.

Труден ли этот бизнес? Мы уже говорили, что главный человек, саботирующий ваш бизнес, это вы сами. Нужно меняться, нужно терпимее относиться к людям, нужно книжки читать, тренинги посещать, нужно учиться разговаривать с трудными клиентами. Трудный ли бизнес? Трудно ли свои действия сделать более эффективными и продуктивными? Заставить ходить себя на работу ежедневно? «Старая гвардия» не даст соврать, что все без исключения обладатели высоких рейтингов всегда очень много работали. Это классный бизнес! Помните о взаимных чувствах бизнеса по отношению к вам – если вы его обожаете, значит и он вас обожает. Если вы его стесняетесь, то и он вас стесняется.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Мумичага 100 –
эликсир жизненных сил!

Мумичага 100 — уникальный комплекс, в котором соединены биологически активные вещества горноалтайского мумия и чаги сибирской.

- активизирует физиологические процессы;
- повышает защитные силы организма;
- снижает уровень свободных радикалов;
- способствует продлению молодости и достижению активного долголетия.

В составе комплексной терапии применяется при

- заболеваниях и травмах центральной и периферической нервной системы;
- при травмах опорно-двигательного аппарата и в послеоперационном периоде;
- при сниженной моторике и секреторной активности желудочно-кишечного тракта;
- в спортивной медицине.

АПИФАРМ
www.apifarm.ru

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cat=12

Начните действовать так, как говорит вам ваш наставник. Перестаньте изобретать велосипед. Я сейчас активно работаю с новичками, и парадокс – новичок берет все продукты, выставляет дома, у него заказывают. У бывалого (но «кислого») – никто не заказывает, у него не получается. Так не в продукте дело, а в оптимизме. Поэтому сами продукты принимаем, вопросы задаем, отвечать не торопимся, думаем о том, что услышали. Продукт, общение, социальная значимость позволяет удовлетворить любые наши потребности. Что еще нам надо? Мы здоровы, богаты и востребованы в обществе. Компания АРГО дает вам все, что предлагает нам Всемирная организация здравоохранения, описывая наше с вами здоровье: «Здоровье характеризуется состоянием полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствием болезней и физических дефектов». Здоровье – это не только отсутствие физической боли и недомогания. Это – социальная активность, значимость. Наша с вами работа полностью попадает под это определение.

Теорию относительности никто не отменял. У вас был сегодня выбор – остаться дома, кто-то им воспользовался. У вас была возможность прийти на конференцию «Апифарм», и вы воспользовались этой возможностью. Скажите, а кто выиграл в этой ситуации, тот, кто пришел или тот, кто остался дома? Надеюсь, ответ очевиден.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Евгений Иванов, Директор-Президент, г. Барнаул

Сочетаемость продукции АПИФАРМ с другими БАД как возможность эффективного продвижения

Актуальность этой темы в том, что на сегодняшний день комплексное продвижение продукции Компании АРГО – вопрос, над которым мы, лидеры Компании, очень серьезно работаем. Мы, конечно, понимаем, что любой изготовитель заинтересован продвигать именно свой продукт. Но я, как доктор по профессии, привык рассматривать организм человека комплексно, как совокупность десятков разных видов тканей, органов, систем и т. д. Такой же подход у меня и к продвижению продукции.

Недавно мне попалась небольшая статья из электронной газеты «Вести.ru» с заголовком «Россия попала в рейтинг самых «толстых» стран». Не могу обойти эту тему, потому что у россиян на сегодняшний момент вообще нет критики к вопросу избыточного веса. Забота о правильном питании – одна из главнейших проблем человечества. По социологическим опросам 14 % россиян считают, что проблема в питании, практически 90 % – так не считают. Списывают лишний вес на возраст или малоподвижный образ жизни, находят десятки причин, чтобы оправдать себя. А потом спрашивают – что же мы так мало живем? А потому, что к избыточному весу добавляется атеросклероз, грыжа или киста позвоночника, люди перестают нормально передвигаться… Поэтому, спасибо нашей фирме «АПИФАРМ» за то, что в

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

наших программах сегодня есть прекрасно оформленные, получившие признание на научном и практическом уровнях продукты: набор «Рецепт успеха», БАД на основе хитозана – «Каталитин», «Хитолан», сахарозаменитель «Аргосластин», которые предназначены для коррекции жирового и углеводного обмена в организме.

Те, кто стремятся привести свой вес в нормальное состояние, наверняка, приобретут «Рецепт успеха» и начнут им активно пользоваться. Кроме того, в АРГО существует большой перечень и других продуктов, которые помогают решать проблемы, связанные с нормализацией веса. Это «Лактавии», «Нутрикаша», сбитни, батончики «Успех», АМД «Дон», крем «Форма А», «Шугар Бэланс», «ЭМ-курунга». С помощью «Нутрикона» можно прекрасно «обманывать» свой голод. Хороший эффект дают, конечно, коктейли «Грация», «Энергия», БВП «Кедровая сила». «Литовит» предназначен для регуляции минерального гомеостаза у людей с повышенным аппетитом. Для получения дополнительных витаминов – «Кедровое масло». Кроме того, нужны будут и антипаразитарные средства, потому что связь избыточного веса с паразитами давно доказана.

Хочу поделиться своим мнением, какие особенности сегодня я вижу у «Лептинов».

Первая особенность – приоритетная рекомендация. Психологию российского человека можно описать известной поговоркой: «Любой нормальный японец начинает лечить болезнь за 10 лет до ее возникновения, а русский – за 3 дня до смерти». Нам всем близки проблемы симптоматического характера, когда болит голова – мы принимаем «Анальгин», который запрещен в 50 странах мира, при повышенном давлении – принимаем еще какой-то препарат. «Лептины» имеют специфику – работать очень быстро, давать быстрый эффект. При головной боли, если вы под язык положите 1–2 таблетки «Вазолептина», то увидите, как вам через 10–15 минут полегчает, причем без негативных последствий. Можно привести много примеров такой приоритетной рекомендации приема «Лептинов».

Вторая особенность «Лептинов» – минимальные противопоказания. Может быть, конечно, индивидуальная непереносимость, но подобные случаи редки, потому что на сегодняшний день АПИФАРМ изготавливает достойный полезный продукт. Это производство, где, благодаря технологии селективной ступенчатой экстракции, получают качественный продукт с минимальными противопоказаниями.

Третья особенность – широкий спектр применения. Своим врачебным взглядом я оцениваю, что «Лептины» можно порекомендовать большому количеству людей. Лично сам я больше 10 лет вообще ничего не принимаю из лекарств фармакологического происхождения.

Важная особенность – вкусовые качества. Люди любят что-то вкусное. Поэтому «Лептины» не вызывают у пациентов отторжения.

Следующий момент – простота в применении. Таблетки не надо запивать водой, можно положить под язык и рассосать.

Особенность «Лептинов» – их можно использовать как средство выбора. Мы

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

устали от взаимодействия с нашей официальной медициной. Я сам все меньше и меньше стал общаться со своими коллегами, призывать – попробуйте не химические препараты, а что-то другое. Есть мировая статистика. В Японии 100 % населения на протяжении всей жизни применяют нутрицевтики и биологически активные добавки. В этой стране более 40 тысяч людей живут более 100 лет.
Давно говорят о проблеме лекарственной зависимости, о массовом негативном воздействии лекарственных препаратов. Но, с другой стороны, больно и обидно за то, что мы недостаточно интенсивно несем свои знания в массы. Но если мы будем давать информацию людям с большим удовольствием, то мы не только наше окружение сделаем здоровее, мы с вами станем богаче, эмоциональнее, здоровее. Ведь люди, много зарабатывающие, живут ярче, интереснее, у них меньше депрессий, суицидальных состояний. Это целый комплекс серьезных социально-психологических вопросов.
Поэтому давайте использовать продукцию АРГО как возможность альтернативного выбора. И вы буквально через полгода поймете, как можно мягко, корректно использовать продукцию АРГО как средство профилактики и комплексной терапии различных заболеваний. И будете получать от этого удовольствие.

Теперь более конкретно. **«Кардиолептин»** применяется в комплексной терапии заболеваний сердечно-сосудистой системы. Вы можете использовать его как средство выбора. В АРГО есть и другие продукты, помогающие решать эту проблему: «Кардио Саппорт», «Аргозид», «Марикад», «Эргопан», «Коэнзим Q 10», «Омега Ойл», «АнгиОмега Комплекс», «Антиоксидант», «Кедровая сила Боярская», «Скипидарные ванны», «Полимедэл».
Любой из вас может, изучив продукцию более серьезно, подобрать индивидуальную программу, чтобы оздоравливать свое сердце и т. д.

У **«Вазолептина»** достаточно широкий круг применения, он нормализует давление, снижает уровень холестерина, улучшает обменные процессы мозговой ткани и показан в комплексной терапии таких заболеваний, как атеросклероз, расстройства мозгового кровообращения. Пусть человек принимает «Вазолептин» неделю-две. А потом человеку говорите: «Ты попробовал продукт? Понравилось? Теперь давай поборемся с твоей проблемой, применяя полный комплекс продукции, который мы готовы предложить в нашей Компании». А это могут быть: «Брейн Бустер», «Гинкго Билоба Плас», «Готу Кола», «Венорм», «Флавигран», «Кедровая сила Боярская», «Лактавия с Аронией», линия с «Пантогематогеном», бальзам «Хвойный дар» мятный, АМД «Дон», «Аппликатор Ляпко».
Не надо забывать, если мы говорим о комплексном подходе, нельзя ограничиваться каким-то одним продуктом, надо стараться со всех сторон воздействовать на организм.
«Гепатолептин» также имеет много хороших свойств. Нормализует обменные процессы, отток желчи. Если у вашего знакомого проблемы с печенью, можно предложить «Гепатолептина» — эффект будет быстрым. Еще вы можете пред-

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

ложить ему целый ряд продуктов, которые смогут комплексно воздействовать на процесс: «Гепатосол», «Липроксол», «Гепаль», «Холепаль», «Нутрикон», «Литовит», «Детокс», «Ширлайн с лохеином», «Токсидонт-Май», «Ливер Плас».

«Лептоник». Действие хорошее, тонизирующее, повышает умственную и физическую работоспособность. Нужно его использовать как продукт выбора. Надо поставить себя на место вялого человека, который только проснулся, а уже не может что-то сказать или посмотреть на себя в зеркало. «Лептоник» взбодрит, тем более, что его можно сочетать с другой продукцией: продукты с «Пантогематогеном», «Тонизид», «Поликавин», «Йохимбе», сбитни «Багряный», «Пурпурный», напиток чайный «Тонизирующий», «Кедровая сила Спортивная», «Климатон плюс», эфирная композиция «Победитель».

«Лептоседин» – успокаивающее средство, рекомендуемое при бессоннице, повышенной нервной возбудимости. Для комплексного решения этих проблем в Компании АРГО есть «Ментал Комфорт», «Пэшн Флауэр», «Слип Контрол», сбитень «Изумрудный», эфирные масла «Лаванда», «Пачули», «Иланг-Иланг», «Умиротворение», «Литовит», фиточай «Успокоительный», «Климатон», «Аппликатор Ляпко».

«Лептопротект» применяется при первых признаках простуды. При комплексном подходе к решению проблемы можно порекомендовать такую продукцию, как «Флорента», «Эхинацея», «Уна дэ Гато», «Пау-д-Арко», «Молозиво», «Имьюн Саппорт», «Лайф Малти-Фактор», продукты с «Пантогематогеном», «Курунговиты», «Хвойный дар», эфирные масла «Эвкалипт», «Масло чайного дерева», «Лимон», «Иммунный щит», «Кедровая сила-2», «Рейши-Кан», «Литовит».

«Нефролептин» рекомендуется при комплексной терапии острых и хронических инфекций почек и мочевыводящих путей. Для комплексного подхода к вопросу можно порекомендовать такую продукцию АРГО, как «Уролизин», «Простадонт», «Литовит-У», «Нефрин Комплекс».

«Офтальмолептин» применяется для профилактики и комплексной терапии различных заболеваний глаз. В Компании АРГО для комплексного решения можно найти следующие продукты: «Визио Комплекс», «Флавиграны», «Анти-Оксидант», «Лактавия с черникой и аронией», «Кедровое масло с А», Рициниол «Ясный взор».

«Хондролептин» применяется в комплексной терапии заболеваний опорно-двигательного аппарата. Для комплексного подхода к нормализации процессов, связанных с опорно-двигательным аппаратом, в Компании АРГО предлагаются такие продукты, как «Глюкозамин Плас», «Артро Комплекс», «Остео Комплекс», «Эсобел-Арт», «Кальций Биолит», «Кальцепан», крем «Шунгитовый», крем-бальзам «Артро-Хвоя», «Эсобелы», «Полимедэл», АМД «Дон», «Аппликатор Ляпко», «Литовит», «Скипидарные ванны».

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

ЛЕПТИНЫ

Уникальные продукты для вашего здоровья

- экологически чистое сырье
- травы и прополис: полностью натуральный состав
- передовые технологии экстракции
- высокое быстродействие
- текущий производственный контроль
- клинически доказанная эффективность

АПИФАРМ
www.apifarm.ru

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

«Гемолептин» — средство для профилактики и комплексной терапии ряда заболеваний системы крови. В ассортименте Компании АРГО для комплексного подхода к проблеме существует «Литовит-Б», продукты с «Пантогематогеном», «АнтиОмега Комплекс», «ЭМ-Курунга», «Курунговиты», «Экстракт крапивы», «Токсидонт-Май».

«Мумичага 100» – антиоксидантное, иммуноактивное, противовоспалительное средство. Для комплексного подхода к решению проблемы среди продукции АРГО можно выделить: «Антиоксидант», «Витамикс», «Лайф Малти-Фактор», «Литовит», «Ахиллан», «Флорента».

«Алкостоп» – название, которое говорит само за себя. Для комплексного подхода к решению проблемы можно предложить применение «Литовита М», «Пектолакта», «Нутрикона Янтарь», «Токсидонта-Май», «ЭМ-курунги».

Здоровья вам и активного долголетия в Компании АРГО!

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Евгений Каковкин, Директор-Президент, председатель РЛС, г. Новосибирск

Работа в регионе вместе с изготовителем продукции

Тема моего выступления – поездки производителей в регионы, которые я немного видоизменил, хочу поделиться – каким образом.
Мое общение с компанией «АПИФАРМ» началось, когда на выездных мероприятиях Компании АРГО я проникся хорошим личным отношением к прекрасным людям – Игорю Геннадьевичу Ковшику и Игорю Дмитриевичу Ложкину, у нас сложилась вот такая, как говорится в фильме Эмира Кустурицы, великая дружба. В тот момент я присмотрелся к ним и начал понимать, что такие замечательные люди должны выпускать отличные продукты, и сам стал применять «Лептины». Как говорится, жить стало лучше, жить стало веселее.
Ни для кого не секрет, что есть у нас группа энтузиастов, которая несет продукцию в массы не методом прямых продаж, а через структуру. В эту группу вхожу и я, продажами я не занимаюсь. Я понимал, что в своей структуре – в Красноярске, Братске, Иркутске, Ангарске – могу только поделиться своими ощущениями от продукции, а за подробностями лучше обратиться к производителям.

И в 2006 году мы совершили уникальную поездку. Директор-Президент Тамара Руфицкая, я и научный консультант компании «Апифарм», доктор медицинских наук, профессор Анна Вениаминовна Шурлыгина поехали в Приморье – во Владивосток, город Арсеньев. Мы высту-

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

пали втроем. Получилось, что люди послушали и про продукцию, и про бизнес. Это хорошо работало, люди оставляли отзывы, что после подобного рода выступлений, продукция становилась более востребованной.

Вторая моя поездка, уже по Сибирскому региону, состоялась два года назад. Две недели мы ездили с заместителем директора по науке компании «Апифарм», кандидатом медицинских наук Игорем Дмитриевичем Ложкиным. Из этой поездки я вернулся с восстановленными биоритмами и начал еще больше проникаться «Лептинами» и другой продукцией компании. Ездить с производителями – всегда очень полезно. Я привык в машине слушать аудиокниги, благодаря чему получаю неоценимую информацию. Так и в поездке, сам того не замечая, я постоянно слушал лекции о продукции. А потом заметил, что к концу поездки мы с Игорем Ложкиным поменялись местами, он уже начал рассказывать о бизнесе, а я – о продукции компании «Апифарм». Произошло такое взаимное обогащение знаниями.

Используя подобные поездки как метод, я совершил еще ряд путешествий по Сибирскому региону, надеюсь продолжить этот опыт. Могу сказать, что такое общение – не только профессиональное, но и человеческое – обогащает и укрепляет нашу веру в общее благородное дело. Производитель наполняется доверием по отношению к нам, лидерам Компании. Благодаря анализу совместных поездок, мы сделали вывод, что они дают гораздо больше, чем отдельные выезды только лидеров или только производителей.

В Компании АРГО много производителей, много продуктов – более 500 наименований. И чтобы простому консультанту, никак не связанному с медициной, эффективно работать, продвигать товар, каждой фирме-изготовителю нужно составлять новую маркетинговую программу, чтобы помогать продвигать и лидерам, и консультантам свою продукцию. И еще, у меня предложение. Давайте привлекать к нашей работе больше людей разных профессий. В темах наших семинарах звучит – как работать с медицинскими работниками, давайте придумаем новые темы, например, как работать с инженерами-строителями или людьми других рабочих специальностей.

В заключение хочу сказать, что наше профессиональное сотрудничество с компанией «Апифарм» процветает на фоне добрых дружеских отношений. Надеюсь, еще будут совместные поездки по регионам, где мы сможем продемонстрировать уникальную продукцию фирмы, продукцию с большой буквы.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Вячеслав Марков, Директор-Президент, г. Улан-Удэ

Искусство соблазнения

Моя презентация называется «Искусство соблазнения». Прежде всего, этой презентацией я хотел бы соблазнить самого себя. Мне не дадут соврать, 2 000 группового объема мне даются очень легко.

Первый вопрос, которым я озадачился при подготовке выступления: что бы я хотел, чтобы меня соблазнили или заставили? Мне периодически снится, что меня опять забирают в армию или вызывают сдавать экзамен – такое напряжение вызывают эти сны! Но часто снится мне и другое – что меня соблазняют: это может быть поход в ресторан, поездка куда-то…

Я призываю к тому, чтобы мы пытались друг друга соблазнять! Нам с вами приходится встречаться с людьми и рассказывать им либо о бизнесе, либо о продукции. И наша задача – сделать так, чтобы человек соблазнился. Время теории вероятности прошло, теперь пришло время мастерства.

Все, что я вам предлагаю, это стать мастером презентации. Именно тем человеком, который будет презентовать либо продукцию, либо бизнес. Если мы говорим о бизнесе – продукт вторичен, бизнес первичен. Если мы говорим о здоровье – продукт первичен, бизнес вторичен.

Важно определить для себя правильный настрой. Ваш сегодняшний настрой – чему-то поучиться, а мой настрой – заработать денег. Мой рейтинг, который был 6 лет назад (эти годы я был в отпуске), равнялся 118 или 128, сегодня он равен 60. Заметно то падение, которое произошло за 6 лет. Мой настрой – зарабатывать деньги, поэтому я придумал для себя некие инструменты соблазнения.

Как ни странно, первый инструмент, который меня мотивирует и который я вам предлагаю, – это деньги. Мы обычно приходим

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

к человеку и говорим: «Тебе нужен дополнительный заработок?» Сейчас это не слишком работает. А почему? Казалось бы, деньги людям нужны всегда. Давайте этот инструмент немного по-другому повернем, поговорим о том, что можно предложить человеку дополнительный заработок, а можно поговорить с ним о его сегодняшнем финансовом положении: «Ты зарабатываешь 20 тысяч рублей, а представляешь, появятся у тебя дополнительные 3 или 5 тысяч, на что ты их потратишь?» И человек начнет задумываться, на что он может их потратить.

Я говорю как человек, который сам тратит деньги. Это работает, я попробовал и рекомендую вам так делать. Когда человек потратит дополнительные деньги, он задумается, где взять еще, какая существует возможность заработать, а вы ему подскажете, как это сделать. Можете заниматься продвижением продукта, можете – развитием структуры. То ли я буду зарабатывать 8 тысяч рублей, то ли делать товарооборот в 40 тысяч, но плюс я к этому получу хорошие бонусы, потому что там и премия, и очки хорошие. Т. е. вместо 8 мы получаем 88 тысяч. Овладение деньгами всегда работает. А вы можете показать человеку путь, благодаря которому он может это сделать.

Много людей приходит в Компанию АРГО через продукт, т. е. на себе испытывают его полезное оздоравливающее действие и начинают сами заниматься его продвижением.

Хочу привести примеры из личного опыта. Моему отцу под 70 лет. Три года назад он внезапно обратился к врачу, и врач поставил ему диагноз – аритмия, причем давно. Сработал эффект самовнушения, и отец стал хвататься за сердце, начал держать в бардачке машины множество таблеток, с собой постоянно носить. Что делать? Первое, я знаю, что мой отец – не из тех людей, кто постоянно ходит по врачам. Второе – ярко выраженных симптомов болезни у него не наблюдалось. Третье – все мы знаем ряд побочных эффектов от тех продуктов, которые продаются в аптеке.

В один прекрасный момент я заменил все эти химические препараты продуктом компании «АПИФАРМ» – «Кардиолептином». И могу с уверенностью сказать, что это сработало. Единственное, я положил еще ему в бардачок «Лептоседин», потому что мой отец – лихач, довольно быстро и активно водит автомобиль, и хотелось, чтобы этот продукт тоже всегда был у него под рукой, чтобы мог успокоить отца в нужный момент.

Мы с моим хорошим другом очень часто ездим в Китай. Все мы знаем, что китайская кухня – своеобразная, необычная, для нас неадаптированная. На этот случай у меня всегда с собой «Гепатолептин», который благотворно влияет на печень. Я всем рекомендую его. И вообще в дорожной аптечке надо держать наши продукты, которые работают, которые не дают побочных эффектов. Они есть в Компании, и ими надо пользоваться.

Мои друзья занимаются организацией праздников. Любое такое мероприятие требует серьезных физических и моральных затрат, в эти моменты они работают круглосуточно, спят по 2–3 часа, а потом долго не могут войти в нормальный ритм

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

жизни. Однажды они приехали к нам в Информационный центр и спросили, что можно попить успокаивающего. И мои друзья на себе испытали потрясающий эффект «Лептоседина».

Это я говорю об искусстве соблазнения продукцией.

Есть такой важный инструмент как признание, который тоже можно использовать. Хочу сказать о нем более подробно. Нам желательно, чтобы человек, пришедший в этот бизнес, стал частью нашей команды. Признание, как карьерная лестница, личностный рост, поездки с компанией в бонус-туры, как, например, я недавно ездил в круиз по Средиземному морю. Нам предоставили самый лучший лайнер, хорошая была программа. Такие вещи очень сильно мотивируют. В АРГО через полтора года можно стать Директором-Президентом, что может быть проще? Как часто бывает так, что женщина – хорошая мама – дожила до 45 или 50 лет, воспитала детей, теперь ей нужен авторитет, признание в профессиональной деятельности, в социуме. И наше дело это признание ей дать.

Следующий инструмент – тусовка, общение, развитие одного полезного дела, организация интересных мероприятий, на которые люди приходят к вам в офис. В практике новосибирских Директоров-Президентов Александра и Ирины Алферовых есть хороший пример – организация творческой мастерской. Мы же по субботам играем в «мафию». Раздаем приглашения поучаствовать в игре в магазинах, других многолюдных местах. Люди к нам приходят, мы говорим: «Сегодня группа сформирована, если хотите участвовать, то в группу в первую очередь могут попасть люди, которые являются консультантами АРГО. Вы можете сейчас подписаться…» и т. д. Хороший инструмент – приглашение для общения.

Также важный бизнес-инструмент – работа с программой «За сбережение народа». Делать добро, помогать детскому дому. Прошла благотворительная акция – объявили в Новосибирске сбор детских вещей, рассказали, что это делает Компания АРГО. Также для привлечения людей, как инструмент развития нашей структуры, это работает.

Есть четыре картины мира человека – «я плюс, мир плюс», «я минус, мир плюс», «я плюс, мир минус» и «я минус, мир минус».

К какому потребителю вы, в первую очередь, пойдете? Конечно, «я плюс, мир плюс». Мы имеем возможность заработать хорошие деньги, продать качественный продукт – идем к этим людям. И, как правило, получаем отказ. Почему? Приведу пример, у человека есть новая «БМВ», ему предлагают – продай ее и купи «Мерседес», а человеку это просто не надо. К примеру, человек хороший врач, хороший педагог, хорошая мама, муж ее хорошо зарабатывает и в жизни у нее все хорошо, а тут приходит человек со своей продукцией и начинает соблазнять. Получаем отказ и думаем: «Наверное, я не такой», но себя-то мы все равно любим, тогда делаем другой вывод: «Наверное, бизнес неэффективный, Компания АРГО плохая, это дело никому не нужно» и т. д.

Картина мира «я плюс, мир плюс» приносит нам всего 10 % консультантов. Но эти люди очень хорошие потребители, у них на это есть деньги, они доверяют

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

миру, часто приходят в наш бизнес через общение и тусовки. И когда вы приходите к человеку, предлагаете ему самое лучшее и получаете отказ, оказывается, вы попали к человеку, которому не хочется ничего в жизни менять. Пока.

Следующая картина – «я минус, мир плюс». Таких людей 80 %. Мир «в плюсе», а у меня пока что-то не получается, я пока неуспешен в жизни. Это люди, которые временно не нашли себя в профессии, ищущие дополнительный заработок, безработные, пенсионеры. Все что нам нужно – дать этим людям веру в себя, тогда они будут нашей командой.

Следующая картина – «я плюс, мир минус». Я – хороший, а люди все плохие. Кто готов с этой категорией людей работать? Если у такого человека что-то не получается, то кого он будет обвинять? Мир, вас, это вы будете виноваты, что у него не получилось, а он будет хороший. Но эти люди – хорошие потребители, они любят себя, поэтому с ними хорошо работать через покупки. С ними надо работать так, чтобы поменять картину мира и обратить мир тоже в «плюс». При первом контакте с человеком, я пытаюсь определить, кто он в этой жизни, каким образом воспринимает мир, и делать ему соответствующие предложения.

Четвертая картина мира – «я минус, мир минус». Я вообще не рекомендую ей пользоваться, потому что когда человек сам не уверен в себе, не уверен в этом мире, все свое негативное восприятие он обязательно спроецирует на вас.

Маркетинговые исследования – тоже эффективная система, которая работает в схеме соблазнения. С людьми, с которыми вы идете на контакт, можно провести маленькое маркетинговое исследование. Сначала нужно поговорить с ними о расходах – на квартплату, одежду, телефонную связь и т. д., а потом поговорить о доходах. Какой доход у человека? А если у него появился дополнительный доход в 5 или 10 тысяч рублей? На что он его потратит? Или поставить человека перед фактом – сегодня минимальная зарплата на самое необходимое у него есть, но ведь завтра ее может не быть, что делать в таком случае? А ведь подобное часто случается. Есть повод с человеком поговорить.

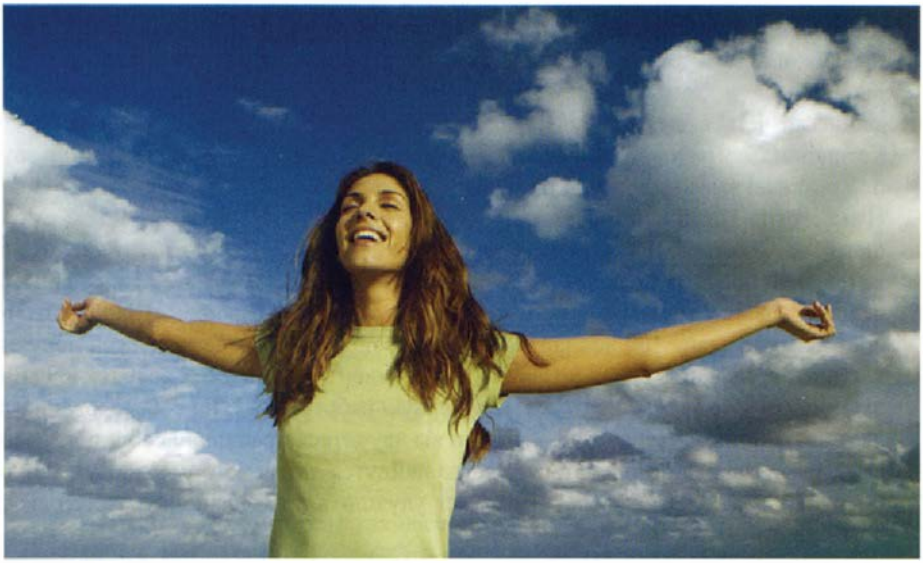
Маркетинговые исследования для тех, кто работает с продуктом. Есть такое правило: «Как увеличить свои объемы в два раза? Надо в два раза начать больше потреблять». То же самое и здесь. Зачем делать чужой бизнес, когда у нас в Компании АРГО есть масса необходимых продуктов – БАД, кремы, косметика и т. д. Оказывается, на продукции можно еще и зарабатывать. При покупке вы получаете скидку в 20 %, плюс за то, что вы покупаете, вам еще и бонус платят. Тоже хороший инструмент работы.

Если мы хотим, чтобы у нас получалось, чтобы мы зарабатывали, нам нужно определить минимальный план, который нужно сделать. Напрашивается пример. На любой работе существует план, если человек работает больше, он должен получить какую-то премию. Если мы хотим выйти на достойный заработок, мы должны соблюдать этот план – 30 презентаций в месяц. И желательно, чтобы презентации были массовые. Чем вы будете соблазнять – продуктом, тусовкой или деньгами – решать вам, ориентируясь на конкретного человека.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

БАД «КАТАЛИТИН» и «ХИТОЛАН»

Универсальные «БИОУБОРЩИКИ» организма на основе хитозана от компании АПИФАРМ



ХИТОЛАН — универсальный сорбент на основе хитозана, получаемого из панциря камчатского краба.

КАТАЛИТИН — помимо хитозана содержит желчегонные компоненты. Предназначен для форсированного выведения холестерина из организма.

10 ПОВОДОВ СДЕЛАТЬ «БИОУБОРКУ ОРГАНИЗМА»

- нарушения липидного обмена
- артериальная гипертония
- сахарный диабет
- заболевания желудочно-кишечного тракта
- аллергические заболевания
- пищевые отравления
- работа на вредных производствах
- проживание в экологически неблагополучных регионах
- повышение общего тонуса организма
- похудение

АПИФАРМ
www.apifarm.ru

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cat=112

Важно в нашей работе создать команду. Тот инструмент, который для этого существует, – определить для себя целевую группу. Я его для себя использую. Это группа людей, с которыми мне комфортно работать. Я знаю тех людей, которые умеют работать с пятью целевыми группами. Если говорить обо мне, то первая моя целевая группа – люди до 25 лет, вторая – от 25 до 45 лет, третья – от 45 и старше. Рекомендую, когда определяетесь, с кем работать, напишите для каждой группы «плюсы» и «минусы», чем хороша группа, а в чем ее слабости. Потом нужно выписать, чем бы вы могли каждую группу соблазнить, какими прелестями нашей Компании. Эту работу можно сделать дома, и далее по итогам работать с той группой, которая вам симпатична и приятна, которую получается соблазнить.

Нужно быть готовыми к отказам. По статистике, из 100 человек 80 вам скажут «нет», 15 – возьмут паузу, подумают, а 5 – скажут «да». Часто бывает так, что человек, получив отказ, решает, что больше не будет заниматься этой работой. Когда человек говорит мне, что у него не получается, я ему говорю: «Принесешь 100 «нет», я тебе плачу 100 долларов. Одно условие, эти 100 «нет» должен получить я, т. е. ты приводишь своих потенциальных клиентов, а я с ними беседую». Работа наставника в том и заключается, что первую работу за вас на собеседовании делает наставник. Я уверяю вас, что если вы научитесь правильно соблазнять человека, у вас все будет получаться. Всегда найдутся люди, которые скажут любому продукту – «да». Эту статистику может улучшить профессионал, мастер своего дела.

Желаю вам соблазнять снова и снова, прежде всего себя, потому что это мотивирует на плодотворную работу, ведь кругом столько разных соблазнов.

В заключение хочу зачитать 10 дел, которые аргонавту необходимо сделать в своей жизни. Первое – залезть в долги всем своим родственникам, соседям и друзьям, чтобы прийти к нам в Компанию. Второе – уволиться с работы. Третье – похудеть на 10 килограммов. Четвертое, пятое, шестое – сфотографироваться с Президентом Компании, с любым производителем. Седьмое – научиться приходить трезвым на презентацию, что очень важно. Восьмое – стать кредитоспособным, отдать все долги родственникам, друзьям и соседям. Девятое – съездить с Компанией в бонус-тур за границу. Десятое – открыть новый город. Соблазнов вам, и побольше!

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Галина Новоселова, Директор-Президент, г. Омск

Продвижение продукции на ИЦ

Тема моего выступления, на первый взгляд, очень простая, но я попытаюсь ее рассмотреть как насущную проблему.

Что такое продвижение? Это продажа. Мы двигаем – значит, мы продаем. Но есть ряд людей в нашей стране, у которых слово «продажа» вызывает какие-то негативные эмоции, хотя исходя из опыта зарубежных стран, это слово давно воспринимается нормально и спокойно. Не секрет, что можно продавать, продвигать товар приятно, с удовольствием, и человек не будет испытывать от факта покупки внутренний дискомфорт.

В нашем Информационном центре, как и во многих других, потребитель, покупатель – это дорогой гость. В идеале это действительно должно быть так. Наш подход – покупатель имеет право не знать ничего, а вот оператор склада не имеет права чего-то не знать. С таким подходом можно достичь хороших успехов, будут расти объемы, будет идти активное продвижение продукта.

Существует знаменитая история о том, как дистрибьютор американской фирмы, производящей дрели и сверла, напутствовал своих коммивояжеров, отправляющихся распространять товар по стране. Он говорил: «Запомните, вы продаете не дрели и не сверла! Вы продаете дырки, которые можно ими сделать!» Иными словами, никто не интересуется инструментами просто так, из любви к железкам. Нет, люди их покупают, исходя из того, как они будут ими пользоваться, исходя из их потребительских качеств.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Если следовать этому подходу, то мы с вами продаем не биологически активные добавки, мы продаем результаты, ощутимую пользу, ценность. Человек не хочет покупать просто какой-то продукт, он хочет через этот продукт получить для себя максимум удовольствия, ощутить какие-то эмоции. Если мы можем ему это предоставить – он с радостью у нас приобретет продукцию. Чтобы продвижение было достаточно легким и приятным, у нас в Информационном центре есть определенные правила.

Человека необходимо обязательно выслушать, понять, кто перед вами, что ему нужно купить. И когда мы в разговоре увидим определенный интерес, тогда мы поймем, что человеку надо. При этом надо предлагать все, что есть по данному вопросу. У Компании АРГО очень широкий спектр продукции, и слово «нет» звучать не должно. «Нет» – самое запретное слово, никогда не произносите его!

Запомните, мы продаем не продукты, мы продаем эмоциональные переживания.

Надо внимательно относиться к тому, как более красиво подать информацию, чтобы люди брали продукт. Мне кажется, надо не продавать, а консультировать, вызывать желание самому купить. Избегать ситуации, когда человек натужно открывает кошелек с эмоцией – «как жаль отдавать деньги, а тут еще продавец как банный лист прилип»… Нужно добиваться такого эффекта, когда человек тратит свои деньги легко, с радостью и не замечает, что он их тратит, просто получает хорошие эмоции. Это всегда срабатывает. Это и есть искусство продажи.

«Лептины» – продукт, который очень легко продается. Я не устаю повторять: мы должны продавать потребность. Что вам надо? Вам нужны не «Мумичага» или «Вазолептин», а хорошее самочувствие, возможность утром встать пораньше, чтобы сердце не болело. У нас все это есть. Мы продаем то, что вам необходимо, а не биологически активные добавки. Надо задавать вопрос: а я сама бы захотела купить препарат, если бы мне его предложили таким образом? Нужно, чтобы покупатель, консультант, неважно с каким стажем, ушел довольным и эмоционально заряженным на покупку.

Продукция «АПИФАРМ» – продукция для всех и каждого. В нашем прайсе 21 наименование. Я разделила продукцию на три группы. Первая группа – средства, которые продают себя сами. Вторая группа – те, которые потребители ищут и, наконец, находят, сами того не ожидая. И третья – условно говоря, «а у вас и это есть»?

Что продает себя легко? То, что в звучащих названиях сразу понятно, например, «Кардиолептин», сразу ясно, что это относится к области сердца. «Гепатолептин», «Лептоседин», «Аргосластин»… Есть названия, которые очень легки для восприятия, рождают нужные ассоциации, и они, конечно, легко продвигаются. Название должно говорить само за себя.

Немного сложнее с такими продуктами в плане продвижения, как «Каталитин» и «Хитолан». Эти слова ни о чем не говорят. Тем не менее, когда в компании не было «Лептинов», эти продукты замечательно продвигались.

Третья группа – «Рецепт успеха». Хорошее название. Из серии «О, у вас и это

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

есть!». Эта та группа товаров, на которые надо затрачивать больше времени, доходчиво объяснять, приводить примеры. И тогда человек сразу начнет испытывать доброе отношение к нам и будет покупать то, что надо ему, и то, что хочется нам. Очень приятно сознавать факт, что наша Компания АРГО – Компания для разных слоев населения, буквально для всех. Большую роль в привлечении потребителя и продвижении продукта играет Информационный центр. Я хочу поделиться формами работы нашего центра.

Мы работаем как Информационный центр около 10 лет. У нас есть любопытный опыт общения с компанией «АПИФАРМ». Года три назад к нам приезжал Игорь Дмитриевич Ложкин. После лекции народ очень заинтересовался предметом разговора, захотел побольше узнать про биоритмы, и мы провели эксперимент. На три дня расписали индивидуальный прием наших консультантов. Мы с Игорем Дмитриевичем приходили на работу в 9 утра и уходили в половине одиннадцатого, все было расписано по часам. Народ с удовольствием шел на такие мероприятия, были очень хорошие отзывы.

Следующий интересный прием работы – ралли по продукту. Ралли – это движение. Чтобы продать продукт, надо о нем рассказать – незатейливо, интересно, просто, использовать слова, понятные в быту. На таком ралли очень многие начинают ощущать новизну продукта.

Популярная форма работы – «у самовара». В офисе у нас большой стол, за ним может уместиться 30–40 человек, по воскресеньям ставили самовар, да и сейчас традиция эта сохраняется. И в течение 3–4-х часов общения и чаепития рассказывали о фирме, о каждом продукте. Люди расслаблялись, и домой все шли через склад. Потому что такое приятное информативное общение в непринужденной обстановке настраивает человека на покупку.

Хороший и эффективный метод продвижения – плакаты, информирующие о продукте. В нашем центре висят все плакаты, которые выпустила фирма «АПИФАРМ». Люди читают, смотрят, интересуются этой доступной и интересной информацией.

Следующая форма – диагностическое обследование. Посчастливилось, что в нашем центре работает доктор Наталья Николаевна Самсонова. Она провела около двух тысяч диагностик. Накануне отъезда в Новосибирск, я ее спросила: «Что Вы, как специалист, можете рассказать о «Лептинах»? Наталья Николаевна отметила, что в «Лептинах» нуждается каждый второй пациент, практически каждому они подходят. Кроме того, они дают быстрый эффект. Хорошо, что у нас есть такой замечательный доктор, который помогает эти продукты продвигать. Важно, чтобы в центре был человек, который может грамотно, профессионально, но простыми словами донести информацию о продукте. Замечу, что все продукты компании «АПИФАРМ» стоят в нашем Информационном центре на видном месте, и люди их быстро разбирают.

Хочу сказать о психологических особенностях продвижения продукта. Рядовой потребитель мыслит стереотипами. Везде действует реклама, нас окружает официальная медицина. У людей существует стереотип в отношении препаратов – пач-

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

ки, упаковки, таблетки, рецептура, печати. В компании «АПИФАРМ» очень серьезно работают над этим вопросом. У них все совпадает – и цветовое решение упаковки, и дизайн, это продукт, который чуть подтолкни – сам «пойдет, покатится».

Три месяца назад мы начали осуществлять еще одну новую форму работы. Мы все хотим быть здоровыми. В понедельник и четверг в течение часа моя группа, моя структура делает «зарядку для хвоста». Это хорошее доброе дело.

Последний момент. Я назвала его словом «позиционирование». Те, кто выходят на рынок, – продавец, покупатель – должны создавать образ. Когда вы доносите до потребителя информацию о фильтре, не надо говорить, что есть трехступенчатая очистка, что фильтр убивает микробов, надо говорить – «вода хрустальная». Вы любите хрустальную воду? У человека в памяти всплывает образ хрусталя – он чистый, искрится, блестит. И на продажу фильтра уходит две минуты.

Мы будем продавать красивое лицо, здоровое сердце, стройную фигуру. Мы будем продавать результат, ценность, то, что человек хочет увидеть в себе. Мы, многочисленный народ АРГО, сделаем все, чтобы ваша замечательная продукция находила своего потребителя. Спасибо вам, компания «АПИФАРМ»!

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Анна Пураева, Директор-Президент, г. Томск

Личный эффект от применения продукции «Апифарм», или как изменить жизнь к лучшему

Тема моего выступления простая и сложная одновременно, потому что откровенная, обнажающая, фигурально говоря, «внутреннее состояние на публике».

Для начала давайте вспомним фундаментальные законы нашего бизнеса. И первый, основной закон – закон личного потребления. Мы понимаем, что пока сами не попробуем определенный продукт на вкус, пока самостоятельно не получим какой-то эффект, результат, мы никогда не сможем с должным вниманием, энергетикой и красотой рассказать об этом продукте, никогда не сможем его продвинуть, никогда не сможем заинтересовать им других людей.

Потребительское общество АРГО предлагает очень широкий и разнообразный ассортимент товаров. При этом большинство наших средств не дают мгновенного визуального результата. Это невидимые внутренние изменения, которые понятны только нам самим, и доказать окружающим людям, что наблюдается положительная динамика, что «было плохо», а «стало хорошо», иногда бывает довольно сложно. Хотя имеются и яркие примеры, ситуации, которые наглядно демонстрируют «работу» продукции, формируя к ней дополнительное уважение и интерес.

Хочу поделиться собственной историей чудесного преображения. Фирма «АПИФАРМ» разработала и выпускает набор для похудения «Рецепт успеха». Скажу честно, мне он помог так кардинально, что я не только поправила свое здоровье, добилась каких-то эстетических результатов, но и полностью изменила весь уклад жизни, все ее составляющие.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

В 40 лет, по утверждению психологов, мы часто переживаем кризис «среднего возраста». В этот временной отрезок чаще всего происходит переоценка наших ценностей и достижений: что имеем и чего успели добиться. Мы пытаемся корректировать планы на будущее и стремимся их активно осуществлять. Мужчины оценивают свои успехи в социуме, где во главе угла – карьерный рост, профессиональная реализация. Для женщин этот непростой период связан с осознанием себя, прежде всего как Женщины. Говорят, что если дама к 40 годам не сделала себя красивой, – значит она просто… дура!

Несмотря на то, что я к этому возрасту смогла состояться как личность, смогла успешно реализовать многие свои начинания и проекты, внутреннего удовлетворения не ощущала. Началась депрессия, эмоциональный спад.

И лишний вес… 70 килограммов при моем невысоком росте – это было очень, очень много. А тут еще региональная конференция на носу. Я сделала рейтинг 100, знала, что нужно будет выходить на сцену, выступать. Хотелось хорошо выглядеть. Но подбирать наряды стало очень сложно. В магазин, как ни зайдешь, что ни померяешь, – все не то! Ощущение было ужасное.

Однажды глянула в зеркало и подумала: «Так жить нельзя!…» Пожаловалась кому-то из близких, что стала сама себе противна. Ответ был прост: «Что ты так переживаешь? Возьми да похудей!» И я призадумалась, а действительно, почему бы не попытаться сбросить несколько килограммчиков? Легко сказать…

Сколько себя помню – столько помню изнуряющую борьбу с этими килограммами. Причем чем старше становишься, тем сложнее в этой войне побеждать. Но, в этот раз я сама себе бросила вызов и поставила четкую задачу: к празднованию 11-летия Компании сбросить 11 килограммов. Сказала своим консультантам: «Я вам наглядно продемонстрирую, как работает продукт «Рецепт успеха». На меня смотрели скептически, дескать, попробуй…

Начала с того, что очень внимательно проштудировала брошюру, входящую в этот набор. Она небольшая, но написана, с одной стороны, простым и доступным языком, а с другой – вся информация излагается грамотно и опирается на современные исследования в этой области. Более удачной квинтэссенции научного и практического опыта я не видела! Это замечательное издание укрепило мой порыв расстаться с лишним весом и помогло внутренне настроиться на результат!

Добиваясь стройной фигуры, я поняла, что процесс развития нашего бизнеса и процесс сбрасывания килограммов очень похожи по ощущениям, по эмоциональному восприятию. Когда мы планируем похудеть или же планируем начать серьезно работать, о чем, как правило, думаем: «Вот сейчас настроюсь, героически сяду на диету; пора, наконец, решительно действовать и сворачивать горы!» Но день проходит – кушать хочется. День проходит в бизнесе – люди на тебя как-то не очень реагируют. Но мы еще крепимся, держимся, подбадриваем себя. Второй день – кушать хочется еще больше, в бизнесе – люди слушают тебя еще меньше… И ты уже начинаешь колебаться, начинаешь рассуждать: «Зачем мне все это надо? Муж меня и так любит, дети тоже; не жили богато – нечего и начинать». Сами себя

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

обманываем, убеждая в том, что можно и без изменений прекрасно обойтись, и с чувством, так скажем, невыполненного долга, все бросаем, решив, что это не для нас, что сейчас нам это не нужно.

Так почему чаще всего люди не выдерживают и сходят с дистанции? И почему кому-то удается добиться успеха, а кому-то нет? Безусловно, первый момент – лень, а второй, как ни странно это звучит, – страх. Люди боятся новых чувств, новых дорог и новых отношений, боятся потерять привычные ощущения, наивно полагая, что это и есть безопасность.

На одном из тренингов я оказалась свидетелем любопытной ситуации. Ведущий семинара бизнес-тренер задал мужчине вопрос: «Что бы Вы очень хотели для себя приобрести?» Последовал ответ: «Хорошую машину. Есть у меня старые «Жигули», но хочется иметь престижную марку, другой цвет». На следующий день он изменил свое мнение: «Я тут подумал, зачем мне дорогая машина? Родная «копейка» стоит на улице, никто на нее не покушается. А для нового автомобиля нужен гараж, хорошая сигнализация, да и в такой одежде как я в нее сяду? Зачем мне что-то менять? И так все хорошо, а главное спокойно!» Мы боимся новых переживаний. Мы просто боимся всего нового!

Несомненно, что дополнительный доход или нормализация веса значительно изменят весь ваш стиль жизни. При этом бесконечные проблемы и заботы не исчезнут, но откроются новые ресурсы для их решения, появится новый потенциал. Увидев перспективу, я в рекордные сроки обрела идеальные параметры и ощутила себя абсолютно другим человеком, который кардинально изменился не только внешне, но и внутренне! Стала больше зарабатывать, поменяла полностью свой гардероб, машину, квартиру и, честно говоря, даже мужа.

У каждого из нас есть возможность выбрать желаемый образ жизни. Выбор – это не привилегия избранных, это право каждого человека. Но выбор – это еще и большая ответственность, и если вы снимаете с себя эту ответственность, то рассчитывать на удачу в достижении цели вам уже не придется. Остаток жизни вы проведете в ожидании чего-то или кого-то, кто сделает данный выбор за вас... Остановитесь и немного подумайте о том, что каждый из нас наделен способностью делать правильный выбор. Для принятия верных решений у нас есть воля, и ничто в мире не должно заставить нас выбирать уныние, отчаяние, несчастье – в настоящем или в будущем. Постоянно отдавая предпочтение позитивному мышлению, мы исключаем возможность думать и поступать во вред себе. Для этого у нас достаточно сил и решительности, и, раз начав, вы уже не сможете остановиться...

Хочется привести в пример некоторые впечатляющие факты из биографии известного политика, девизом которого были слова: «Никогда, никогда, никогда не сдавайтесь!» Он потерпел неудачу в бизнесе в 21 год, провалился на выборах в Палату представителей Конгресса США в 22 года, потерпел еще один провал в бизнесе в 24 года, пережил смерть любимой женщины в 26 лет, нервный срыв – в 27 лет, проиграл выборы в Палату представителей в 34 года и в 36 лет, проиграл

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

выборы в Сенат в 45 лет, проиграл выборы на пост Президента США в 47 лет; проиграл выборы в Сенат в 49 лет… И… все-таки был избран Президентом США в 52 года. Имя этого человека – Авраам Линкольн. Представьте, сколько он претерпел в своей жизни неудач, чтобы в 52 года наконец-то прославиться! Как думаете, помог ему в жизни его девиз?

В любом возрасте можно все изменить к лучшему! Я это сделала в 40. Кто-то может захотеть перемен и в 50, и в 60, и в 70 лет. И не думайте, что если у вас нет лишнего веса, вам не к чему стремиться. Решительные шаги можно делать во всех направлениях. И чем больше усилий мы для этого прилагаем, тем больше у нас оснований для самоуважения. Ставьте перед собой цели – серьезные, весомые, значимые. Достигайте их! Я обещаю – вы получите огромное удовольствие от этого процесса. И помните, что дорога в тысячу миль начинается с первого шага!

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

«РЕЦЕПТ УСПЕХА» —

похудение путем укрепления здоровья

«РЕЦЕПТ УСПЕХА» — комплекс продуктов для снижения избыточной массы тела.

КАТАЛИТИН И ХИТОЛАН

- препятствуют всасыванию жиров, холестерина и желчных кислот в желудочно-кишечном тракте;
- активно выводят холестерин из организма;
- снижают уровень сахара в крови.

ЛЕПТОНИК

- активизирует обмен веществ;
- при интенсивном расщеплении жиров устраняет отравление организма продуктами их неполного распада.

АРГОСЛАСТИН

- ограничивает прием сахара с пищей;
- усиливает действие Каталитина и Хитолана.

АПИФАРМ
www.apifarm.ru

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cat=12

Елена Сладкова, Директор-Президент, г. Томск

С «Лептинами» жить и работать легко! Личный опыт врача-нутрициолога

В 2005 году я работала дерматологом в Центральной районной больнице г Томска. И мне представилась возможность участвовать в исследованиях «Экологически обусловленная патология». Я занималась патологиями нейродермитов, могла набрать пациентов и понять, как действует тот или иной препарат. Тогда я познакомилась с продуктом компании «АПИФАРМ» – «Лептоседином». В тот момент мое отношение к биологически активным добавкам было абсолютно нейтральным. Надо было самой все рассчитать, попробовать, оценить результат. Я на практике заметила удивительное воздействие «Лептоседина» – снятие зуда, характерного и стабильного симптома для нейродермита. Эффект был настолько ошеломительный, что я сама начала пробовать этот лептин. Действительно, основной закон нашего бизнеса – «Попробуй сам!». Так началось мое сотрудничество с «АПИФАРМ».

Потом мы с нашей командой собрались, обсудили, как работать с людьми, которые имеют избыточную массу тела. В НИИ лимфологии г. Новосибирска мы прошли курсы по оздоровительной медицине и, учитывая полученную там информацию, мы начали работать самостоятельно. А через некоторое время появился набор «Рецепт успеха». Настолько было приятно, что нам на помощь пришел этот продукт! Мы получали удивительные результаты, пациенты не просто нормализовали свой вес, а стали хорошо себя чувствовать, не изматывая организм диетами.

Мы сами были участниками эксперимента, работали над собой. Я похудела на 15 килограммов, хотя такой цели перед собой не ставила. И держу этот вес уже 3 года. Жить – легко, дышать – легко, нет одышки,

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

проблем с печенью и другими органами, и все это – «Лептины». Наш клуб « Грация» работает и сейчас.

Я очень люблю «Лептины», как и всю продукцию компании «АПИФАРМ». Эта продукция очень вкусная. Кроме того, продукция имеет легкую практичную упаковку. Последние два года я занимаюсь активно бизнесом, меня интересует товарооборот и вообще результаты моего труда. Когда мы выезжаем в регионы, на предприятия, в организации, то предлагаем с собой брать «Лептины», т.к. они в компактной упаковке могут уместиться даже в дамской сумочке. С «Лептинами» легко!

Я бы выделила несколько категорий потребителей, которым всегда можно и нужно предлагать продукцию компании «АПИФАРМ».

Первая категория – люди, которые практически никогда не занимались своим здоровьем, т. е. они не знают, для чего нужны БАД и профилактика. Таким клиентам я всегда в первую очередь предлагаю что-то из «Лептинов». Этим людям всегда проще принять какой-то привычный по форме продукт. Они не любят и настороженно относятся к растворам, коктейлям, им легче принять что-то привычное, например, в виде таблетки.

Вторая категория – люди, которые очень негативно относятся к БАД. Когда показываешь продукцию в блистере, объясняешь, что это парафармацевтики, им уже как-то спокойно можно предлагать данную продукцию.

Третья категория – абсолютно здоровые люди, точнее – считающие себя таковыми. Если начать разбираться предметно и внимательно подойти к здоровью таких людей – можно и у них найти проблемы, например, можно предложить – давайте обратим внимание на печень или на сосуды. В такой ситуации предложить «Лептины» – это всегда выход.

Четвертая категория – люди, которые любят пчелиную, медовую продукцию, например, предлагаемую компаниями-конкурентами. Я часто сталкиваюсь с людьми, задающими вопрос: «У вас много разных предложений, а почему нет пчелиной продукции?» Отвечаю: «Есть». Они очень удивляются, с интересом ее просматривают. И соглашаются употреблять наши «Лептины» наравне со своими медовыми продуктами.

Пятая категория – люди занятые, постоянно работающие, особенно на руководящих должностях, чей образ жизни – бесконечные планерки, командировки. Вот эта продукция очень удобна для поддержания здоровья, ее можно положить в карман пиджака и поехать заниматься своими важными делами. «Лептины» очень удобны в применении. Для их употребления не нужно воды, можно просто положить таблетку под язык и рассосать.

Я активно занимаюсь бизнесом, много езжу по регионам, предлагаю такой набор менеджера. Для командировок всегда беру 4 вида «Лептинов». «Лептоник» с утра помогает взбодриться после утомительных переездов, после его употребления ты полон сил, энергии и можешь плодотворно работать дальше. «Вазолептин» актуален, когда сутки начинаются с головной боли, спазмов сосудов, недомогания.

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

Важно, что его можно принимать каждые два часа. «Хитолан» нужен на выезде, когда невозможно правильно питаться, он способствует нормализации процессов в желудочно-кишечном тракте и спасает нас от пищевых отравлений. «Лептоседин» необходим в конце трудного рабочего дня, когда при всем желании невозможно уснуть, когда в голове прокручивается весь рабочий день, а нужно полноценно отдохнуть, чтобы завтра опять потрудиться.

Для достижения положительного результата «Лептины» не обязательно применять систематически, целым курсом, а можно разово – снять симптом, улучшить свое состояние, и жить и работать дальше.

В своем выступлении мне хотелось поделиться больше личным человеческим опытом, нежели врачебным. Наши клиенты – это не тяжелобольные люди, ведь они идут оздоравливаться совершенно в другую систему.

К нам приходят здоровые люди, с ними мы и общаемся, с ними мы и работаем. Мы обучаем их сохранять здоровье и улучшать качество жизни. Мы не лечим, а сохраняем самое ценное, что дано нам природой – Капитал Здоровья. И в этом нелегком труде нам опять помогает сама Природа – «Лептины» от фирмы «Апифарм».

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

СОДЕРЖАНИЕ

Ирина Алферова, Директор-Президент, г. Новосибирск
Авторская школа «Давайте полюбим вопросы» *1*

Евгений Иванов, Директор-Президент, г. Барнаул
Сочетаемость продукции АПИФАРМ с другими БАД как возможность эффективного продвижения *7*

Евгений Каковкин, Директор-Президент, председатель РЛС, г. Новосибирск
Работа в регионе вместе с изготовителем продукции *13*

Вячеслав Марков, Директор-Президент, г. Улан-Удэ
Искусство соблазнения *15*

Галина Новоселова, Директор-Президент, г. Омск
Продвижение продукции на ИЦ *21*

Анна Пураева, Директор-Президент, г. Томск
Личный эффект от применения продукции «Апифарм», или как изменить жизнь к лучшему *25*

Елена Сладкова, Директор-Президент, г. Томск
С «Лептинами» жить и работать легко! Личный опыт врача-нутрициолога *30*

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12

код 9184

www.apifarm.ru

Консультант Компании АРГО

www.rpo.ru

Продукция Апифарм в каталоге: www.argo-shop.com.ua/catalog_total.php?id_cot=12