

LES MYTHES :

VOICI CI-DESSOUS, LES MYTHES LES PLUS REPANDUS

AU SUJET DU RECRUTEMENT DE NOUVEAUX AFFILIES:



1) Petites annonces – offres d'emploi.

Imagine un adolescent de 17 ans sans emploi qui lit le journal. Il n'a pas de voiture, il n'a pas d'argent, et il est juste à la recherche d'un petit emploi temporaire pour gagner quelques sous. Le problème avec les annonces de ce genre est que l'on s'adresse à des personnes qui ont un besoin d'argent immédiat.

Elle n'ont pas le temps de construire un réseau de distribution et patienter pour recevoir de l'argent. Elle veulent tout simplement savoir combien tu vas les payer pour un travail bien précis.

Par contre, les personnes qu'il te faut pour construire ton affaire, ont déjà un emploi et désirent monter leur propre affaire à temps partiel. Elle ne lisent donc pas les offres d'emploi.

Alors, à quoi bon placer des annonces dans les journaux ?

2) Petites annonces – Commerces à vendre.

le public cible de cette rubrique est assez restreint. Vous y trouverez avant tout des investisseurs qui disposent d'un capital suffisant pour acheter un commerce où ils n'auront

qu'à installer un gérant pour que sa puisse tourner.

Mais peut-on acheter le marketing de réseau ?

Non, car il s'agit là d'une affaire qui exige que l'on y mette beaucoup d'efforts personnels. Ce n'est donc pas le moyen idéal pour trouver des entrepreneurs qui veulent se lancer dans leur propre affaire.



3) PÔLE EMPLOI

Ces établissements sont fréquentés par deux types de chômeurs.

- a) Ceux qui ne recherchent pas vraiment un travail, mais qui veulent juste toucher les indemnités. Nous ne voulons surtout pas les importuner en leur proposant du travail.
- b) Ceux qui sont réellement à la recherche d'un emploi mais qui n'en trouvent pas. Ceux-là aussi recherchent un emploi qui leur permettra de toucher de l'argent rapidement.

4) Intérim

(Même chose que pour les petites annonces- offres d'emploi)



5) Le porte à porte

Recommandé pour les personnes à tendance masochiste, mais fortement déconseillé aux gens « normaux ». Fais-le toutefois si tu veux absolument te décourager définitivement. Mais ne prends pas le risque de perdre des leaders en les poussant à faire un travail humiliant. Bien sur relativement à l'activité qui nous préoccupe ici.

6) Mailings et Publicité directe.

Et s'il suffisait d'envoyer des lettres dans les boîtes aux lettres pour trouver des nouveaux membres pour notre organisation ?

Réfléchissons un peu à ce que nous faisons avec la pub que nous trouvons dans notre boîte aux lettres tous les jours. Elle part directement à la poubelle. Toutefois écrire des lettres est un excellent moyen de nous occuper et d'améliorer notre style. De plus , cela nous permet de soutenir la POSTE qui en a besoin. **Mais en tant qu'outil de parrainage, son utilité est nulle.**



7) Vente par téléphone.

Jeudi après-midi, 14 heures, tu viens de coucher ton bébé de six mois, et tu as un peu de temps libre pour regarder ta série préférée à la télévision. Le héros est sur le point de dévoiler le nom du méchant. A ce moment précis, la sonnerie du téléphone interrompt brutalement ta détente.

Essaies de t'imaginer quelle serait ta réaction face à un inconnu qui t'apprend qu'il t'appelle tout à fait par hasard pour te proposer de te joindre à son groupe d'affiliés. Nous avons tellement subi ce genre de sollicitations de la part de ces gens qui essayent toujours de nous vendre quelque chose que nous refusons purement et simplement de les écouter. **Il doit bien exister des méthodes plus faciles.**

8) Petites affiches et tracts.

Presque tous les membres d'une affaire de marketing de réseau croient avoir composé l'affiche parfaite à un moment de leur carrière. Le tract qui forcerait son lecteur à l'appeler pour le prier à genoux de le parrainer. Tout fier de son œuvre, le membre de la société de marketing de réseau colle ses affiches sur tous les murs, les distribue à chaque coin de rue et les glisse sous toutes les portes.

Il est vrai que ces tracts pourront intéresser l'un ou l'autre des passants qui auront pris la peine de les lire. Mais le seul véritable bénéfice de l'affilié sera le fait d'avoir pris de l'air et fait un peu d'exercice.

Nous savons tous comment nous réagissons lorsqu'un inconnu nous donne un tract publicitaire.

Est-il possible qu'il s'agisse là d'un bon moyen pour atteindre nos futurs affiliés potentiels ? Si l'annonce magique existait réellement, le monde ne serait plus qu'un gigantesque réseau de distribution.

A moins d'avoir un produit hors du commun comme [DrinkACT](#), cela peut avoir un impact

pendant une période de découverte du produit et dans des lieux ciblés, liés aux fonctions de nos produits ! Nul si vous agissez en distribution boîte aux lettres systématique...



9) Panneaux publicitaires dans les magasins.

Combien d'entrepreneurs sérieux lisent les petites annonces dans les magasins pour trouver l'affaire dans laquelle ils vont se lancer ?

C'est réservé aux grands groupes, ou à la marque elle-même pour imposer son image.

Conclusion

Chacune de ces méthodes a certainement ses mérites. Si tu as du temps à perdre, fais-le, mais ne dévie pas de la méthode que l'on t'enseigne dans cette formation. Le fait qu'une personne isolée ait eu du succès avec l'une ou l'autre de ces méthodes ne signifie pas forcément que tu bénéficies des mêmes circonstances.

Nous allons te donner un exemple. Dans une autre affaire de marketing de réseau que la nôtre, lors d'une réunion, une jeune fille de 18 ans a raconté qu'elle était parvenue à vendre pour 1000 euros de produits et qu'elle avait en plus parrainé plusieurs personnes en faisant du porte à porte dans son voisinage, et tout cela en une semaine.

Les personnes présentes dans le public, se sont dit qu'elles allaient en faire autant et que la chance leur sourirait certainement aussi. Inutile de dire qu'elles ont toutes échoué. Ce que la jeune fille avait oublié de mentionner, c'était que son père était le maire de la petite ville qu'elle habitait. Il possédait en outre la majeure partie des terrains. Par conséquent, les habitants se sont sentis obligés d'aider sa fille.

En d'autres termes, **assures toi bien de disposer de toutes les données avant de te lancer**. Souvent, des circonstances particulières permettent à ces méthodes hautement inefficaces de réussir quand même. Ne les suit pas aveuglement. Appliques la méthode et laisse les amateurs perdre leurs temps avec ces méthodes.

Note : Ces méthodes existent et ont fait leurs preuves et sont des supports de réussites pour nombre de marques et entreprises. Mais vraiment à oublier pour un recrutement efficace en marketing relationnel !