

2011年版本

iKASH 201
与总裁有约
A Date with CEO



范文瑁博士

全美世界

创办人兼集团总裁

Dr. Dora Hoan

Founder & Group CEO of Best World



人生之逆境十之八九

人生道路多曲折

逆境时
挫折时
我该怎么办？



Our life is full of challenges.

How can we overcome?

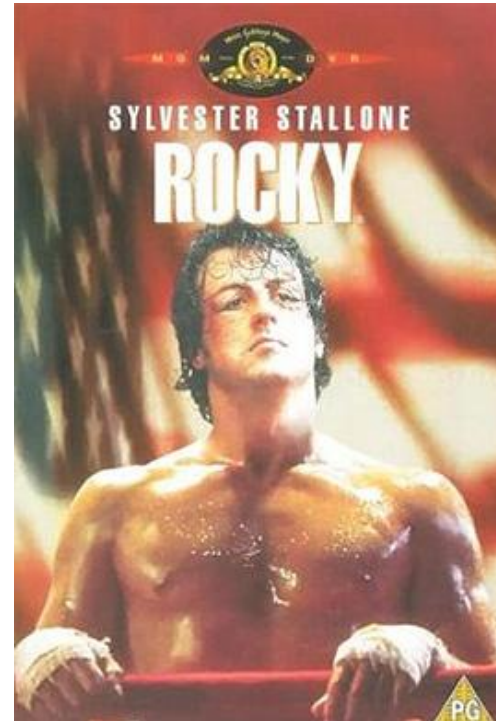
无论多少次挫折
不被击倒
继续奋斗
注定成功

史泰龙的故事

The legend of Sylvester Stallone

Overcome the odds

Strive for success!



结果 Vs **失败**
 Outcome Failure

挫折,
 Difficulty

成绩不理想,
 Below expectation

打击
 Set back

= 不满意的结果 Unsatisfactory Outcome

~~=~~ 失败 Failure

停止尝试, 放弃 = 失败

When you stop trying and give up, you fail!

烦恼
恐惧
担忧
悲观

都是想像!!!
失去力量向前

只有成功是坚持去做出来的!

Agony, fear, worry, and Pessimism are all in your mind, make you lose the will to move forward.

Acting with perseverance will make things happen.

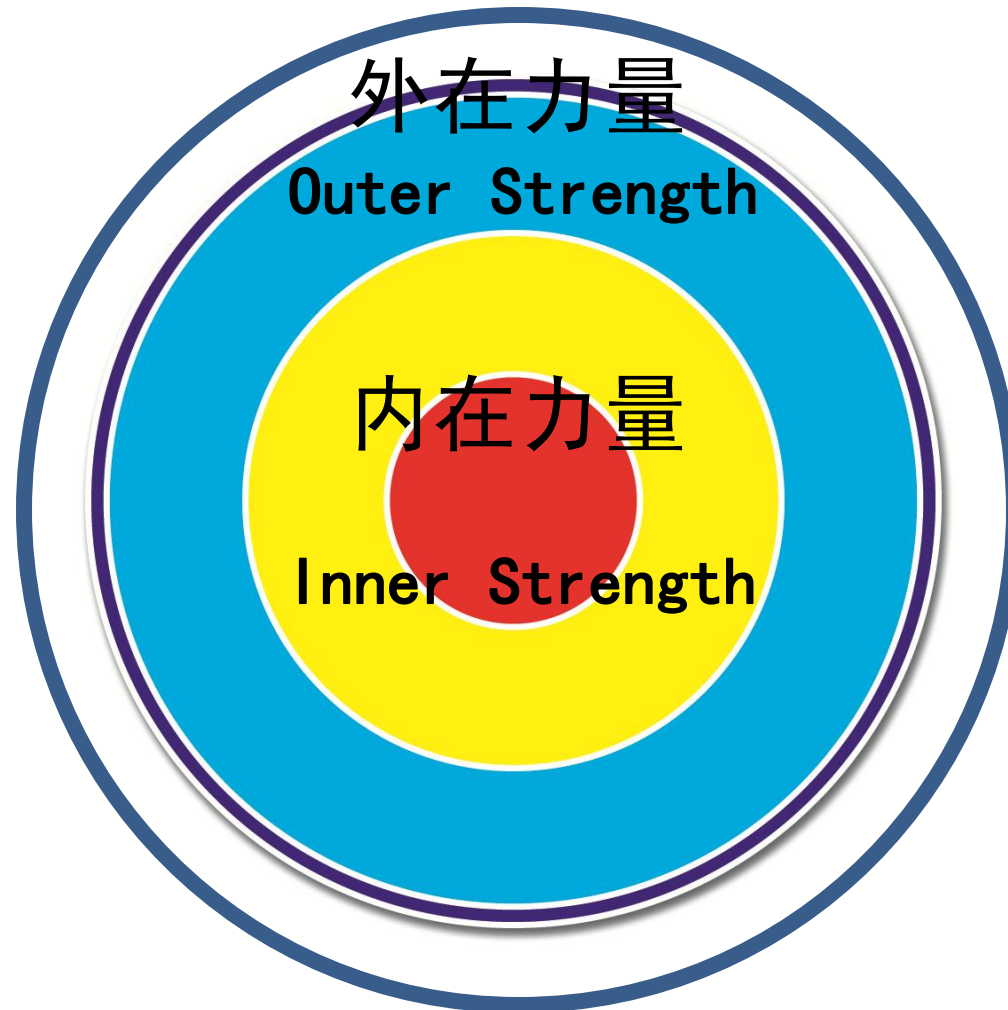
逆境不再 强者永在

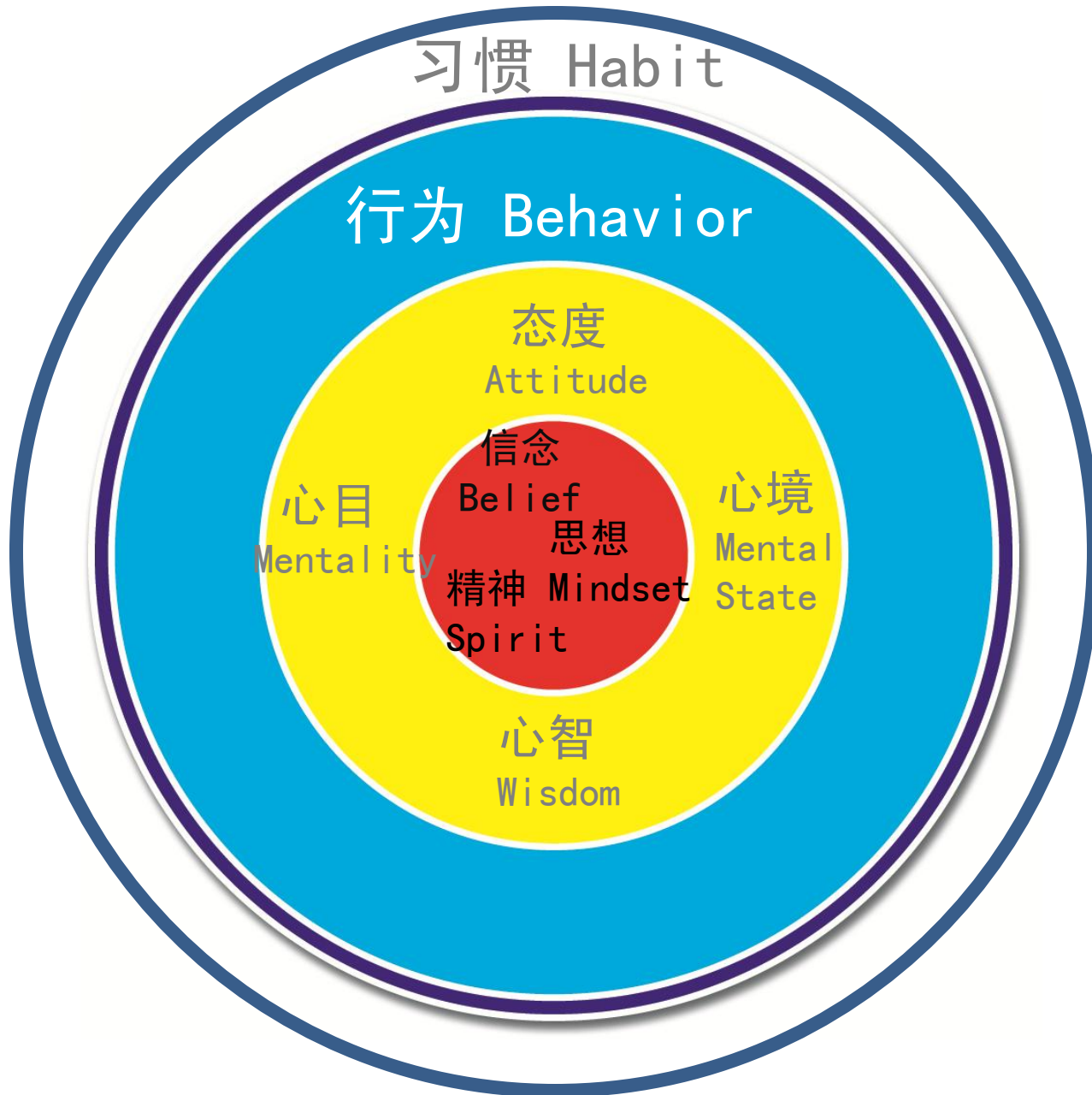
Tough time never last
But tough people do



创造成功的十大力量

The Strength to Journey the path of Success





习惯 Habit

行为 Behavior

态度

Attitude

信念

Belief

思想

Mindset

精神

Spirit

心智

Wisdom

心目

Mentality

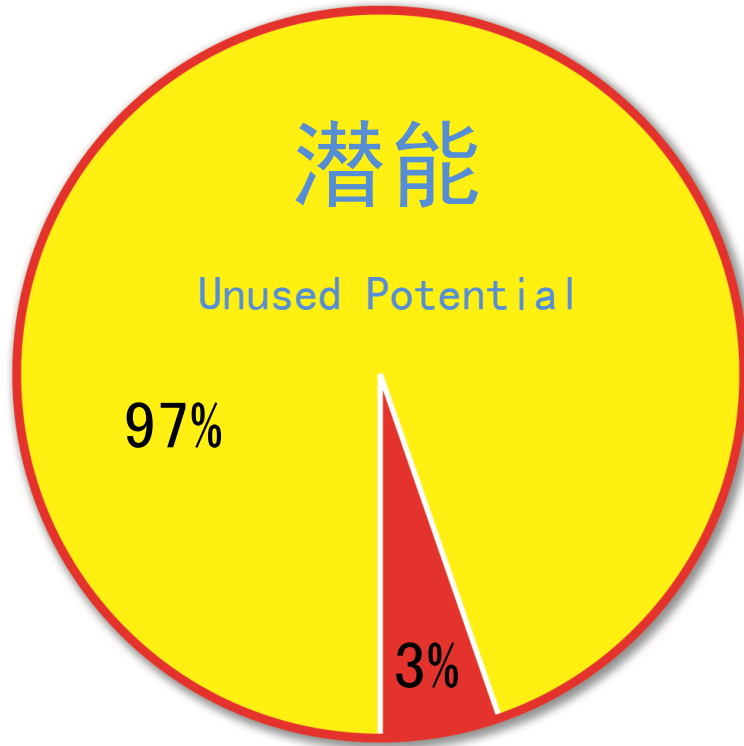
心境

Mental

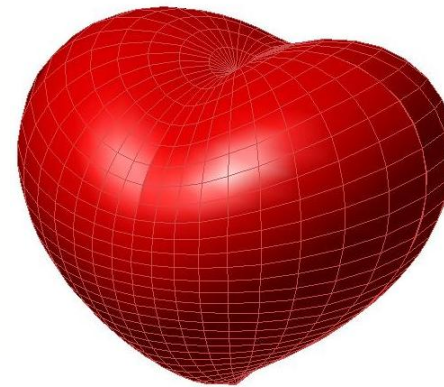
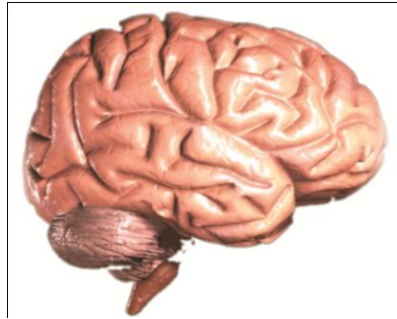
State

内在力量如何激发出来？

How to develop your Inner Potential?



脑
Brain



心
Heart

内在力量 Inner Strength

梦想:

Dream

成功的原动力

The Motivation for Success

信念:

Belief

成功推动力的供应站

Source of Success

信心:

Confident

成功能力的展现

Demonstrated Ability for Success

热情:

Passion

成功的能量

The Energy of Success

意志:

Will Power

成功的关键

The Key to Success

外在力量 Outer strength

目标

Goal Setting

: 启动成功的步骤

Step by step to success

行动

Action

: 实践成功的旅程

Execute the way to success

学习

Learning

: 加速成功的润滑油

Accelerate the speed of success

系统

System

: 维持成功的引擎

Duplication as engine for success

习惯

Habit

: 成功的助力

Power up Success

成功只是一些好习惯的组合

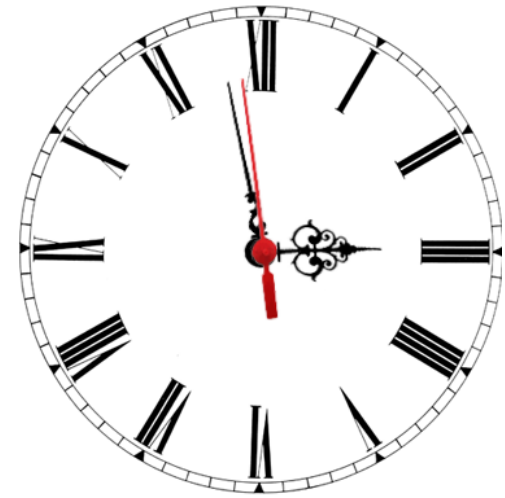
Success is a combination of all good habits

习：重复作

惯：惯性，自然会去做

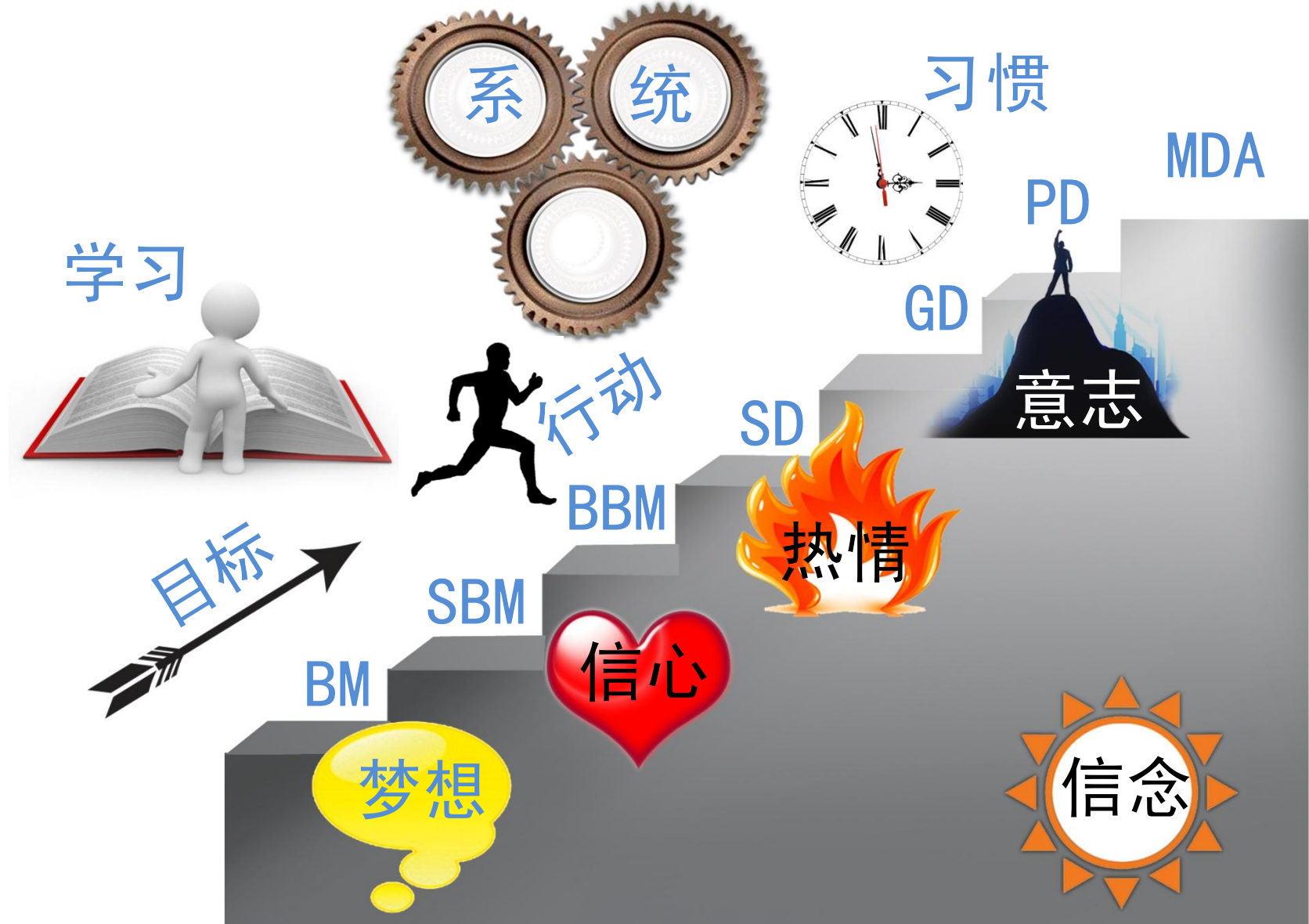
好习惯是成功的**助力**，
坏习惯是成功的**阻力**。

Good Habit Powers you up.
Bad Habit pulls you down.



走向成功的十大力量

The *Strength* to Journey the path of Success



ENP企业网络制度



活出生命
的姿采

建立财务自由
活出生命的姿采

Achieve Financial
Freedom and
Life at its Best



直接收入 Active Income

1. 零售佣金/BM直接花红
Retail Profit/BM Direct Bonus
2. BA/BM回扣
BA/BM Rebate
3. 国度超级销售分红
Country Super Sales Sharing
4. 国度奖励基金
Country Yearly Incentive

不在职收入 Passive Income

5. SBM领导奖金
SBM Leadership Bonus
6. BBM 体系奖金
BBM Group Bonus
7. SD体系奖金
SD Group Bonus
8. SD领导奖金
SD Leadership Bonus
9. GD奖金
GD Bonus
10. PD奖金
PD Bonus

UBV2530



每月直接收入

Monthly Direct Income



基本生活费

Basic Expenses

GBV632



不在职收入

Passive Income

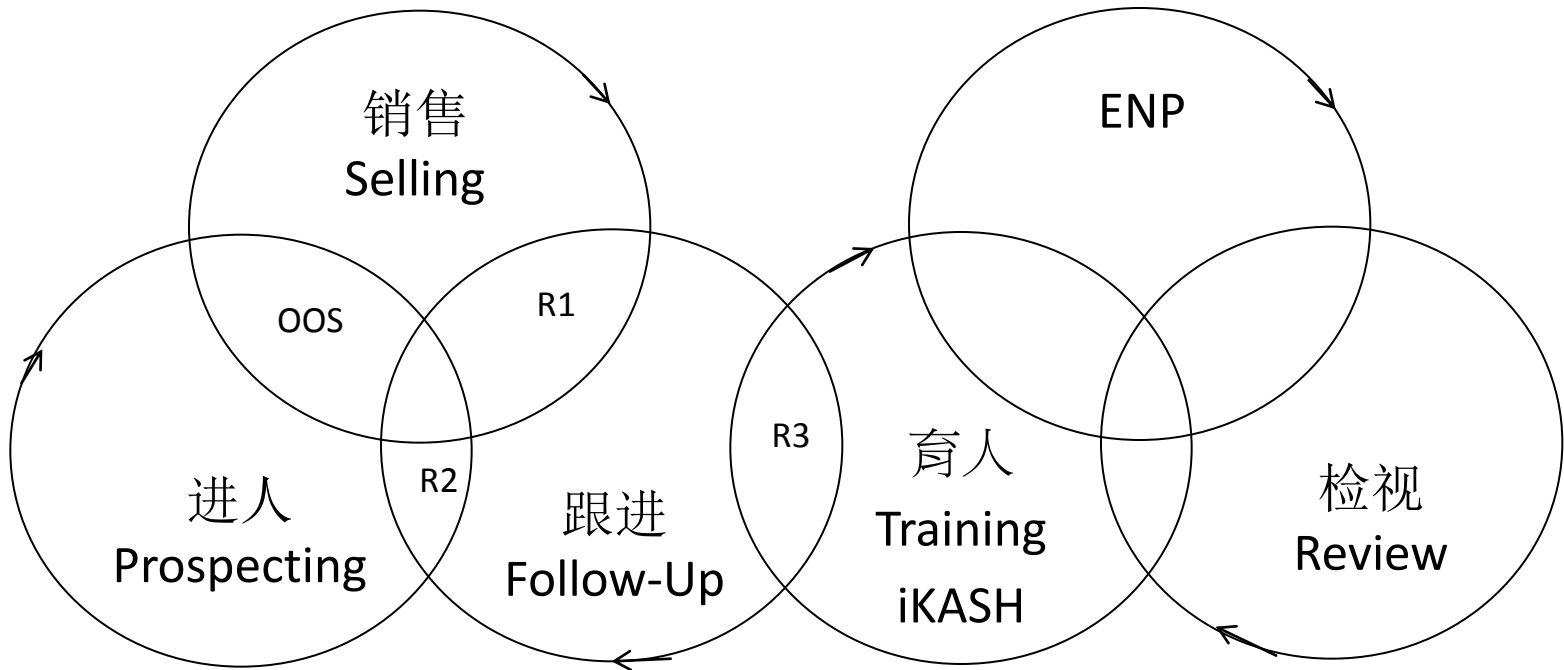


非凡生活

**Extraordinary
Living**

直接收入
Active Income

不在职收入
Passive Income



UBV2530

GBV632

进人 Sponsoring

1. 列名单 Prospect List
2. 分类 Qualifying
3. 邀约 Contacting

销售 Selling

4. 展示说明 Presentation
5. 应对拒绝 Rejection Handling
6. 成交 Closing

跟进 Follow-Up

7. 147跟进习惯 147 Follow-Up Habit
8. 跟进3R 3R of Follow-Up

- ✓ 循环销售：产品爱用者 Repeat Sale: Satisfied Customers
- ✓ 推荐销售：分享者 Referral Sale: Sharer
- ✓ 点将：经营者 Recruit Business Builder



BWL是一个分享的事业

BWL Business is a Business of Sharing

分享两个信息 Sharing of 2 Messages:

- 分享自己用产品的心得与快乐。
- Sharing of own experience and enjoyment in using products.
- 分享“消费资本”的经营概念。
- Sharing of “Consumption Capital” business concept.



“消费资本”

“Consumption Capital”

零售品牌 VS BWL品牌

Retail Brand VS BWL Brand

1. 零售品牌：每一个层次都赚钱，**只有你在花钱而不赚钱。**
Retail Brand: Every level is earning money. **Only you don't earn money.**
2. BWL品牌：每一个层次包括你都可以消费又赚钱，同时也可以教别人赚钱。
BWL Brand: Every level, including you are earning money, and guide other to earn as well.
3. BWL ——> ENP企业网络模式
BWL ——> ENP (Enterprise Network Programme)



“消费资本”

“Consumption Capital”

1. 脸上的铂金 Platinum on Face
2. 身上的黄金 Gold on Body

- 一个人消费在护肤品 One's consume on skincare products : \$200 → \$500
 - 一个人消费在保健品 One's consuming on healthcare products : \$100 → \$300
-
- \$300 → \$800

为什么不把消费变成资本?

Why not make your consumption into capital?



“消费资本” “Consumption Capital”

消费 → 资本 → 事业

Consumption → Capital → Business

- 建立美丽、健康、自信 → 个人品牌形象。
- Establish beauty, healthy, self-confidence → Personal Image.
- 建立使用产品的信心与心得 → 分享
- Establish confidence and products endorsement → Sharing
- 建立网络管道 → 事业
- Establish network channel → Business



UBV2530

2: 每周进**2**个人

Sponsor 2 downlines per week

5: 每月完成**5,000**UBV

Achieve 5,000UBV per month

30: 维持**30**个产品爱用者

Maintain 30 satisfied product customers



BM回扣:

BM Rebate

$$5000\text{UBV} \times 35\% = \$1750 \quad (\$500)$$

超级销售分红 : \$450

Super Sales Sharing

年度奖励基金 : \$100

Yearly Incentive

=\$2300 (\$1800)



GBV632

6: 第一代: 6个强棒

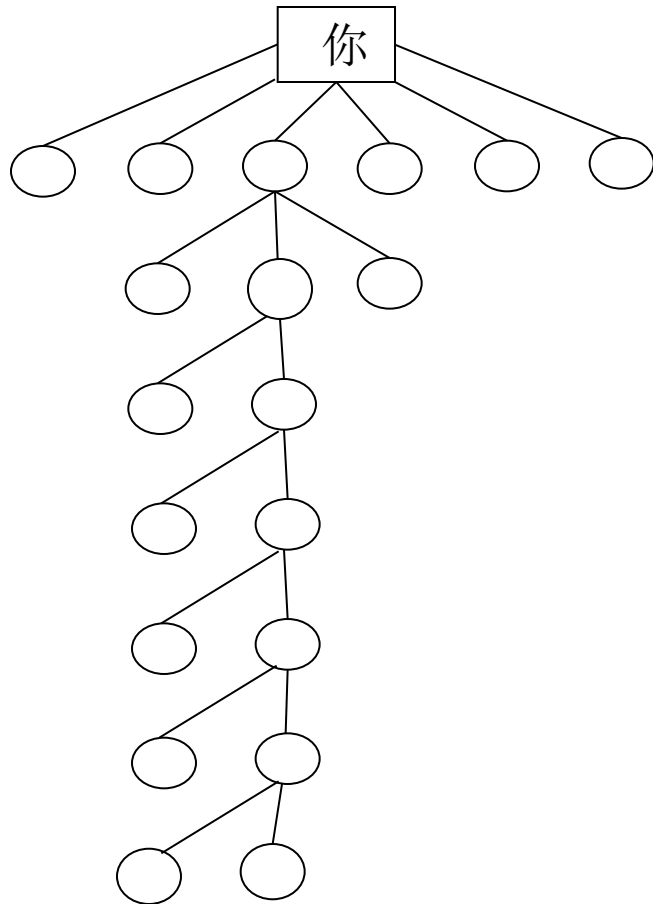
1st Level: 6 Strong Lines

3: 第二代: 3足鼎立

2nd Level: $3 \times 6 = 18$ BMs

2: 第三代以下: 代代倍增

3rd Level and Beyond: Double up Growth



1 st	6	}	24 x 750 x 5% = S\$900 @ _____
2 nd	18		
3 rd	36	}	1116 x 750 x 3% = S\$25,110
4 th	72		
5 th	144		
6 th	288		
7 th	576		

总和: S\$ 26,010.00

Total





2011年事业规划

姓名: _____ 位阶: _____

指导上线: _____ 日期: _____

2011年晋升目标: BBM SD GD PD

其他: _____

2011年业绩目标 (填写BV数额)

	2010年	2011年目标	增长率	每个月目标
PBV				
UBV				
BBM BGBV				
SD BGBV				
GD BGBV				
GBV				

达标自我奖励品: _____

组织分析 (填写人数)

代数	BA (PBV)			BM (UBV)		SBM (UBV)		BBM (BGBV)		SD	GD	PD	总数
	活跃	不活跃	新人	750以下	750以上	750以下	750以上	3000以下	3000以上				
第一代													
第二代													
第三代													
第四代													
第五代													
第六代													
第七代													
其他													
总数													

* 活跃BA / 顾客: 每三个月内都有回购, 年购量超过1200BV

* 不活跃BA / 顾客: 年购量少于500BV

* 新人: 加入少于3个月



行动计划:

UBV 2530

完成日期: _____

	2530策略	目前情况	差额
2	每周推荐2个人		
5	每个月完成5000UBV		
30	小组维持30位产品爱用者		

潜在顾客名单

1.	9.	17.	25.
2.	10.	18.	26.
3.	11.	19.	27.
4.	12.	20.	28.
5.	13.	21.	29.
6.	14.	22.	30.
7.	15.	23.	31.
8.	16.	24.	32.

潜在BM人选名单

人选姓名	原因	行动日期
1.		
2.		
3.		
4.		



行动计划:

6强18将

完成日期: _____

	6强18将目标	目前情况	差额
6强	第一代: 6条强棒 (BBM及以上)		
18将	第二代3足鼎立6强棒 (UBV750以上)		

GBV 632

完成日期: _____

- 6: 第一代: 6条强棒基础稳
- 3: 第二代: 3足鼎立挺6强
- 2: 第三代: 代代倍增代代传

潜在SD人选: _____

潜在GD人选: _____

潜在PD人选: _____

6个月带线人选: 1. _____
2. _____

6个月指导的下线人选: 1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

6个月工作重点: _____



