



Martin
Stehno

- 1 V naší struktuře vidím za první 2 měsíce velký zájem. Svou roli určitě hraje i velké promo a fakt, že se jedná o novinku. Z LR-partnerů jej zkouší snad každý a snaží se mít díky Mind Master své první zákazníky, což se celkem dobře daří.
- 2 Nejčastěji jsou to podnikatelé a pracovníě vytižení lidé, studenti.
- 3 Při běžné konverzaci i cíleně. Říkáme jim, že existuje produkt, který eliminuje projevy stresu. Je to dost individuální.
- 4 Používáme hlavně brožuru, leták a vlastní zkušenosti + zkušenosti ostatních partnerů.



Šárka
Fryčová

- 1 Mind Master je na našem trhu zatím stále novinkou, proto s ním ještě nemáme tolik zkušeností, ačkoliv se zatím prodává dobře.
- 2 Největší zájem pozoruji u mladých klientů, tedy cca 25 let a více.
- 3 Domnívám se, že nejlepší je osobní kontakt. Lidé nejvíce reagují na účinky proti únavě, výborná je i cena produktu.
- 4 Používáme letáky a především vlastní zkušenost.



Petr
Kasabov

- 1 Prodává se velmi podobně jako Aloe Vera gely, tedy dobře.
- 2 Jsou to nejčastěji lidé ve věku 25 až 45 let, tedy ti v dnešní době nejvytiženější.
- 3 Zatím pracuji především se stálou klientelou. Jde-li o nového klienta, zajímám se: „Jak se vyrovnáváte se svým stresem?“ Vlastní zkušenost zatím nemám, jsem díky LR v pohodě :-). U svých zákazníků sleduji první pozitivní reakce, a to i u klienta s roztroušenou sklerózou.
- 4 Používám brožuru a letáky. Brožura napsaná lékařem má samozřejmě pozitivní dopad. To je od LR výborný krok.



Soňa
Špinerová

- 1 Prodává sa veľmi dobre.
- 2 Najlepšie sa osvedčil v podnikateľskom prostredie.
- 3 Uprednostňujem osobný rozhovor, ideálne otázku „Ako sa máte?“ Podnikatelia sa automaticky vyjadria k nedostatku času, rýchlemu tempu apod.
- 4 Používam leták + ochutnávku a ukážku produktu.



Alžbeta
Kiššová

- 1 Výborne u nových zákazníkov. Spätná väzba, tj. vracanie sa zákazníka po spotrebovaní, chce svoj čas, tak to bolo aj pri AVG.
- 2 Záujem je vo všetkých vekových kategóriách, hlavne študujúci, podnikatelia a potom vek cca 38 a viac.
- 3 U známeho nie je problém pozvania na kávu na sprezentovanie a uvedenie nového produktu. U cudzieho sa snažím spriatelíť a vytvoriť vzťah. Vo všeobecnosti zisťujem jeho potreby, čo robí, z akého prostredia pochádza.
- 4 Čo je najvhodnejšie v danej situácii. Mám všetky a to isté učím svojich partnerov. Určite video zaberá najúčinnnejšie.



Mgr. Dana
Paličková

- 1 O tento produkt je velký zájem.
- 2 Zájem o Mind Master mají především zaměstnané ženy, podnikatelé a studenti.
- 3 Často se jedná o konzultaci zdravého životního stylu. Vyrovnání se se stresem je otázka, která klienty velmi zajímá.
- 4 Využívám vlastní zkušenost, LR Magazin, video, leták i brožuru.



Eleonora
Lukičová

- 1 Predáva sa ľahšie než ostatné produkty z rady doplnkov výživy.
- 2 Najväčší záujem som zaznamenala u zákazníkov v strednom veku pracujúcich v oblasti obchodu, pracujúcich s ľuďmi a u riadiacich pracovníkoch.
- 3 Pri stretnutí konštatujem, aký nápor je v živote na človeka vyvíjaný a Mind Master doporučím ako nástroj na jeho zvládnutie.
- 4 V prvom rade vlastná skúsenosť. Pre človeka, ktorý má pochybnosti, mám brožúry a letáky.