



STEP FORWARD

(Avancer)

VOS PROCHAIN 90 JOURS



STEP FORWARD

table des matières

Introduction	2
À Propos de Step FORWARD	
Vos Coachs Step FORWARD	3
La Matrice de Compensation Aloette	6
Votre Portail FLIGHT	
Commande de Party: Placer les Commandes de Clients et celle des Bénéfices de l'Hôtesse	7
Suivre et Réclamer vos Défis d'Influenceurs	8
Suivre vos Concours Annuels; Jetsetters et Bijoux	9
Connaissances, Ventes & Opportunité	
Qu'est-ce que le Clean Beauty	11
Collections Aloette; Un Coup d'Oeil approfondi à nos Gammes	12
Vendre les Ensembles Valeur	13
Consultation Virtuelle	14
Introduire l'Opportunité	18
Comment Réserver des party	20
Maîtriser le Langage en Ventes; Surmonter les objections	22
Le Mindset de la Vente Social	25



STEP FORWARD

table des matières

Médias Sociaux & Création de Contenu

Introduction à la Stratégie du Contenu Social; les 3 P	27
Demystifier l'Entonnoir Social	30
Naviguer Votre Présence Social	36
Introduction à Instagram	39
Créer du Contenu pour les Médias Sociaux	50



Comment ça Marches

Il existe 3 types de connaissances que vous allez acquérir grâce à cette série de formations vidéo et de guides.

1

Processus - Comment utiliser les outils commerciaux fournis pour exploiter votre entreprise.

2

Produit- Découvrir tous les différents produits et programmes Aloette pour les clients et les conseillères.

3

Partager- que vous fassiez la fête virtuellement ou que vous partagiez socialement - nous vous apprendrons toutes les façons de partager Aloette.

STEP FORWARD (AVANCER)

VOTRE AVENTURE, VOTRE RYTHME

À vos marques, prêts, lancez-vous !
Vous connaissez votre portail FLIGHT, vous avez des connaissances de base sur les produits et vous vous connectez à notre communauté. Il est temps d'AVANCER!

Au fur et à mesure que vous avancez dans Step FORWARD, vous en apprendrez davantage sur votre portail FLIGHT. Vous gagnerez en confiance en recommandant des forfaits de maquillage et de soins de la peau et en partageant votre entreprise sur les réseaux sociaux !

<p>MINDY</p>	<p>MINDY BOYD Directrice des ventes, Amérique du Nord</p> <p>Mindy a plus de 18 ans d'expérience dans la constitution et la direction d'équipes au sein d'Aloette, commençant en tant que conseillère en beauté au début des années 2000. En tant que Directrice des ventes chez Aloette, sa vision est d'ouvrir la voie au succès pour tous ceux qui s'associent à la marque.</p>	
<p>BRENDA</p>	<p>BRENDA STER, #EMPOWER SOCIAL Stratège et coach en marketing social</p> <p>Brenda aide les vendeurs sociaux du monde entier à trouver leur voix en ligne et à réussir sur le marché moderne d'aujourd'hui.</p>	
<p>CRYSTAL</p>	<p>CRYSTAL MCNEER Esthéticienne Leader</p> <p>Crystal a 20 ans d'expérience à la tête d'une équipe au sein d'Aloette et en tant qu'esthéticienne agréée et éducatrice en soins de la peau. Chez elle en Virginie, Crystal est maman, épouse et photographe passionnée.</p>	
<p>JACKIE</p>	<p>JACKIE BAILEY Leader DTC Aloette et Support au Conseillères Aloette</p> <p>Jackie est un leader DTC Aloette en Caroline du Nord ainsi que notre lien d'assistance aux services aux conseillères. Elle a plus de 27 ans d'expérience chez Aloette. Jackie est maman de jumelles, et quand elle a du temps libre, elle aime passer du temps à faire du shopping avec ses filles et voyager avec son mari, Shane.</p>	
<p>BROOKE</p>	<p>BROOKE NORLIN Leader DTC Leader</p> <p>Brooke a été dans la vente directe pendant presque toute sa vie d'adulte et elle est ravie d'avoir atterri à la maison avec Aloette. Elle vit sa meilleure vie en équilibrant ses rôles préférés d'épouse, de maman et en faisant tout ce qui concerne les réseaux sociaux !</p>	
<p>EMILY</p>	<p>EMILY GRIFFIN Responsable Marketing Sénior, Aloette</p> <p>Emily est la directrice principale du marketing chez Aloette Cosmétiques. Dans son rôle, Emily crée et gère notre plan marketing, s'associe à l'équipe de relations publiques pour créer des campagnes sociales, et bien plus encore !</p>	

Votre prochaine étape.

Nous sommes très reconnaissants et ravis que vous ayez choisi de vous associer à Aloette. C'est la deuxième étape de votre aventure Aloette - vous AVANCER.

Sautez dans Step FORWARD. Mettez vos nouvelles compétences à profit en planifiant des consultations virtuelles sur les soins de la peau et commencez à créer votre communauté en ligne.

Au fur et à mesure que vous avancez dans Step FORWARD, vous en apprendrez davantage sur votre portail FLIGHT. Vous gagnerez en confiance en recommandant des forfaits de maquillage et de soins de la peau et en partageant votre entreprise sur les réseaux sociaux !

STEP FORWARD

LES ÉTAPES VERS LE SUCCÈS D'ALOETTE EST UNE AVENTURE EN 5 PARTIES. CHAQUE ÉTAPE EST NOTÉE PAR UNE FEUILLE DIFFÉRENTE DE LA PLANTE D'ALOE.





ALOETTE®

Share the Beauty

DÉMARRER	
CONSEILLÈRE ALOETTE	CONSEILLÈRE ADMINISTRATIVE ALOETTE
Remplir la demande/l'entente	Parrainer deux conseillères sur la bonne voie** ou 6 000 \$ en ventes
Commission de 25 %	Commission de 35 %*

CONDITIONS
 * Les augmentations de 30 et 35 % prennent effet lors de la réalisation de 400 \$ en ventes personnelles d'une nouvelle recrue. Le passage au niveau de directrice prend effet le mois de l'admissibilité.
 Le mois d'admissibilité est défini pour Recrue administrative sur le terrain, Administration sur le terrain et les niveaux supérieurs lorsque toutes les personnes parrainées réalisent les objectifs pour chaque niveau.
 ** Les consultantes parrainées personnelles doivent être sur la bonne voie. **Une conseillère Aloette sur la bonne voie présente 400 \$ en ventes personnelles au cours de ses six premiers mois.

GESTION		De 4 000 à 5 999 \$	De 6 000 à 11 999 \$	De 12 000 à 17 999 \$	De 18 000 à 23 999 \$	De 24 000 à 31 999 \$	De 32 000 à 39 999 \$	De 40 000 à 47 999 \$	48 000 \$ ou plus	Ventes mensuelles
RECRUE ADMINISTRATIVE SUR LE TERRAIN***	Parrainer 3 conseillères et obtenir 4 000\$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1 000 \$ ou plus en ventes personnelles)	3 %								
DIRECTRICE SUR LE TERRAIN	Parrainer 5 conseillères et obtenir 6 000\$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1 000 \$ ou plus en ventes personnelles)		6 %	7 %	8 %	9 %	10 %	11 %	12 %	Commission
DIRECTRICE ADMINISTRATIVE	Une gestionnaire en aval (1^{re} génération) Parrainer 5 conseillères et obtenir 6 000 \$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1,00 \$ ou plus en ventes personnelles)		7 % (3,5 %)	8 % (4 %)	9 % (4,5 %)	10 % (5 %)	11 % (5,5 %)	12 % (6 %)	13 % (6,5 %)	En aval
VICE-PRÉSIDENTE ADMINISTRATIVE	Deux gestionnaires en aval (1^{re} génération) Parrainer 5 conseillères et obtenir 6 000 \$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1,00 \$ ou plus en ventes personnelles)		8 % (4 %)	9 % (4,5 %)	10 % (5 %)	11 % (5,5 %)	12 % (6 %)	13 % (6,5 %)	14 % (7 %)	En aval
VICE-PRÉSIDENTE ADMINISTRATIVE	Trois gestionnaires en aval (1^{re} génération) Parrainer 5 conseillères et obtenir 6 000 \$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1 \$ ou plus en ventes personnelles)		9 % (4,5 %)	10 % (5 %)	11 % (5,5 %)	12 % (6 %)	13 % (6,5 %)	14 % (7 %)	15 % (7,5 %)	En aval
VICE-PRÉSIDENTE ADMINISTRATIVE	Quatre gestionnaires en aval (1^{re} génération) Parrainer 5 conseillères et obtenir 6 000 \$ en ventes de la part de l'équipe personnelle (1,00 \$ ou plus en ventes personnelles)		10 % (5 %)	11 % (5,5 %)	12 % (6 %)	13 % (6,5 %)	14 % (7 %)	15 % (7,5 %)	16 % (8 %)	En aval

RÈGLES DE GESTION
 **Au niveau Administrations sur le terrain et plus élevés, les expéditions de l'équipe personnelle et les expéditions de l'équipe en aval doivent satisfaire les critères minimums pour les remplacements.
 ***Si une conseillère est démissionnaire, le gestionnaire peut se requiesciter en fonction des lignes directrices établies.
 **Requalification et report de réaffectation dans les 3 mois.
 **Le paiement de la répartition des activités de gestion à tous les niveaux.
CONSERVATION D'UN STATUT ACTIF
 Une conseillère conserve un statut actif en réalisant 200 \$ ou plus en ventes personnelles chaque trimestre. Si les ventes sont en deca de 200 \$ pour le trimestre, la conseillère est considérée inactive, et son statut de commission retourne à 25 % pour les commandes (présentations, hors présentation et personnelles).



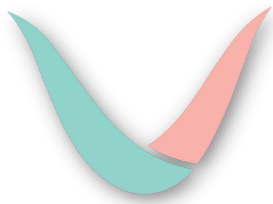
STEP FORWARD

Commande de Party

Placer les Commande de Clients et des Bénéfices de l'Hôtesse

- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----
- -----





STEP FORWARD

Suivre et Réclamer vos Défis d'Influenceur

Pour suivre vos récompenses d'influenceurs, cliquez sur le tableau de bord Incentives dans votre portail FLIGHT. Cela affichera la progression de toutes les récompenses d'influence actuelles.

01

Cliquez sur PROFILE puis Mon Sky Wallet

02

Voyez vos Coupon Disponible, et copier le code du Cadeau d'Influenceur que vous aimeriez réclamer.

03

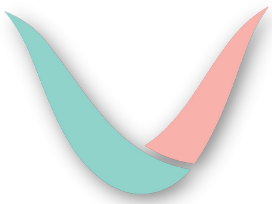
Sélectionnez AJOUTER UNE NOUVELLE COMMANDE PERSONNELLE, sous COMMANDE, puis recherchez le cadeau dans la section CADEAUX DÉFIS INFLUENCEUR

04

Ajoutez l'item au panier puis collez le code coupon à l'endroit requis. Cliquez Appliquer.

Note: Vous pouvez ajouter plusieurs Cadeaux de Défis d'Influenceur à votre commande.





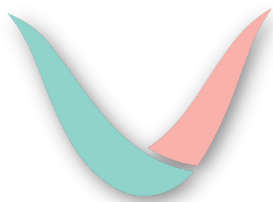
STEP FORWARD

Suivi des Concours Annuels

Jetsetter (Voyage)

- 01** Cliquez sur Rapports
- 02** Sélectionnez Rapport de Voyage JetSet
- 03** Changez *Order Posted Begin Date* pour 1er Février dernier.
- 04** Changez *Order Posted End Date* pour aujourd'hui.
- 05** Cliquez sur *Apply Filter*





STEP FORWARD

Suivi des Concours Annuels

Bijoux

Personnelle

01

Sur votre Écran d'Accueil, cliquez sur Voir sous TABLEAU DES VENTES

02

Il se peut que vous ayez à défiler vers le bas pour voir le tableau.

D'Équipe

01

Cliquez sur Commission

02

Sélectionnez Visualiser les Commissions en Détail

03

Changer Qualification Actuelle pour *Monthly Compensation*

04

Sélectionnez le Mois dans *Run*

05

Prendre note du Volume de Ventes du Groupe et de Génération dans votre Agenda ou dans un document Tableur (style Excel)

Recrutement

01

Cliquez sur Équipe

02

Sélectionnez Centre d'Équipe

03

Cocher la case Groupe par Niveau

04

Cliquez *Search*

05

Double-cliquez sur Date d'Entrée pour que la flèche pointe vers le bas.

06

Rechercher les Recrues qui se sont joint depuis Mai.

07

La colonne ACCUM-SV vous dit le total de leur vente depuis qu'elle se sont joint.

Note:

- GEN-SV est votre montant de ventes d'Équipe Personnelle
- GROUP-SV est votre total de Dynastie (Ventes de Vous + Vos Détachées)





STEP FORWARD

Qu'est-ce que le Clean Beauty

Définir le Clean Beauty et ce que cela signifie chez Aloette

Que signifie CLEAN BEAUTY?

- **CLEAN:** Des produits sans toxines avec des ingrédients collectés auprès des meilleures sources, cultivés et fabriqués dans des environnements durables.
- **NATUREL:** Fabriqué à partir d'ingrédients naturels avec des ressources naturelles. Peut contenir un pourcentage d'ingrédients d'origine végétale.
- **VERT:** Des produits conçus pour être moins nocifs ou plus sensibles à l'environnement.
- **BIOLOGIQUE :** contenant peu ou pas de contaminants. Les ingrédients sont cultivés, récoltés et fabriqués sans herbicides, pesticides, hormones de croissance, etc.
- **VEGAN/ VÉGÉTALIEN :** Produits fabriqués sans ingrédients d'origine animale ou d'origine animale.
- **SANS CRUAUTÉ :** Un produit et ses ingrédients n'ont pas été testés sur les animaux. Caractérisé par un logo de lapin ou de lapin sautant

CLEAN chez Aloette

ALOEGANIC®

Nos produits exclusifs à l'aloë vera Aloeganic® sont formulés avec de l'aloès contenant 15 à 20 % d'acémannane. L'acémannane est le principal ingrédient actif de l'aloë vera et se trouve dans la peau de la véritable feuille d'aloë vera. Nous utilisons une forme d'encapsulation innovante dans nos produits, de sorte que l'aloès pénètre profondément dans la peau.

- Aloeganic® est certifié biologique
- Aloeganic® est sans OGM
- Aloeganic® provient des États-Unis
- sans PFAS



Tous les produits Aloette sont :

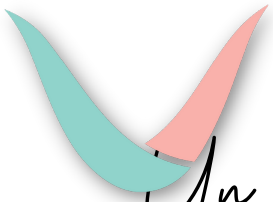
- Sans cruauté
- sans PFAS
- Sans lauryl sulfate de sodium
- Sans hydroquinone
- Sans donneurs de formaldéhyde

Presque tous les produits sont :

- Sans gluten
- Sans paraben
- Végétalien

Il y a une poignée d'exceptions. Référez-vous à la dernière liste Vegan/GF.



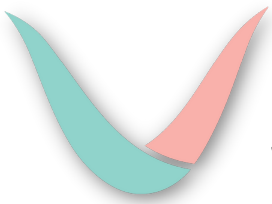


STEP FORWARD

Un Coup d'Œil approfondie à nos Gammes

Prenez un catalogue et un stylo pour suivre avec Crystal car elle partage quelques points clés sur plusieurs de nos produits. Imprimez cette feuille si vous avez besoin d'un espace pour prendre des notes !





STEP FORWARD

Vendre les Ensembles Valeur

Votre objectif dans la vente n'est pas de devenir une personne qui réussit, mais plutôt une personne de valeur. Et c'est ce qui mène au succès ! - Crystal McNeer

A series of horizontal dashed lines for writing notes.



STEP FORWARD

L'Art de la Consultation Virtuelle

Pourquoi réserver des Consultations Virtuelles?

Les consultations virtuelles sont le nec plus ultra du travail à domicile ou en déplacement !

Les 4 grandes étapes d'une consultation virtuelle:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Les Bases de l'Analyse de Peau

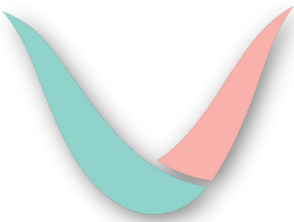
Les 6 principaux types de peau:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____



Il est impératif de personnaliser un régime de soins de la peau qui est conçu pour ses besoins individuels. - Crystal McNeer





6 types de types de peau

Tous les types de peau ont besoin d'un nettoyage, d'une exfoliation et d'une hydratation appropriés, mais il est impératif de personnaliser un programme de soins de la peau conçu pour ses besoins individuels.



01. Peau Normale



02. Peau Mixte



03. Peau Grasse



04. Peau Sèche



05. Peau Sensible



06. Peau ethnique

Ingrédients clés et ce qu'ils font :



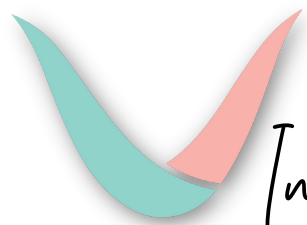
Conditions et Problèmes cutanés :

Vous ne pouvez pas diagnostiquer les problèmes de peau. Au lieu de cela, apprenez à reconnaître et à recommander en fonction des types de peau et des résultats recherchés par les clients et vous devriez toujours référer de consulter un médecin en premier. Les affections et maladies de la peau peuvent être causées par des facteurs internes tels que le stress, le mode de vie, notre attitude, la nutrition, la déshydratation, la carence en vitamines, le manque de sommeil, le manque d'exercice, le tabagisme, l'alcool, les médicaments, les drogues, la caféine, les radicaux libres dans notre corps, hormones et la ménopause. Ils peuvent également être causés par des facteurs externes tels que les dommages causés par le soleil, la lumière bleue, l'exposition environnementale, les allergènes, les polluants, l'humidité, un mauvais entretien à la maison et une mauvaise utilisation des produits.



Peau Mature:

Notes:



STEP FORWARD

Introduire l'Opportunité

Lorsque vous leur montrer la porte

Quelles sont les 6 opportunités que vous leur partagez?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____



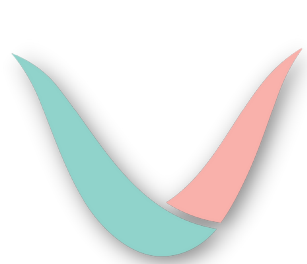
Qui peut se joindre à Aloette?

01 _____

Pourquoi bâtir une Équipe ?

Il est important de réaliser que parrainer quelqu'un dans votre descendance Aloette va vous aider à développer _____ et _____ votre revenu parce que leurs ventes personnelles compteront pour votre _____ bonus mensuel.





C'est _____ à Propos de Toi.

Nommer quatre raisons d'offrir l'opportunité.

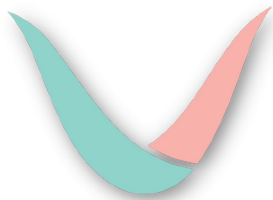
1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



Tactiques

Défi

Créez une liste de vos prochains membres de l'Équipe Aloette de vos rêves et continuez à partager l'opportunité Aloette au premier plan de vos actions commerciales.



STEP FORWARD

Comment Réserver des Partys

Toutes les bonnes choses viennent des Partys !

Lorsqu'il s'agit de réserver des Partys, À QUI vous demandez est tout aussi important que la manière dont vous le demandez.

Demander à FRANK!

(*cette Acrostiche ne fonctionne pas en Français)

F

R

A

N

(*C)

K

(*C)

LES GENS RÉSERVE UN PARTY POUR 3 RAISONS



Ce qu'il y a pour eux.

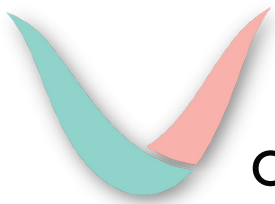


Ce qu'il y a pour leur amis.



Parce qu'il vous apprécie / veulent vous aider.





OBJECTIONS COURANTES



"JE N'AI PAS LE TEMPS"

Nous vivons dans un monde occupé - il se passe toujours beaucoup de choses - mais cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de temps pour un party Aloette ! Aidez votre potentielle hôtesse. parcourez sa routine hebdomadaire pour un peu de temps, recommandez d'inviter quelques amis pour un café et un gâteau ou proposez un party virtuel !



"JE N'AI PAS VRAIMENT DE PLACE"

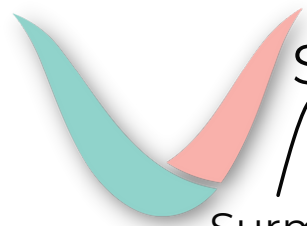
Les parties Aloette ne prennent pas beaucoup de place. Vous n'avez besoin que d'une table basse et d'un canapé pour organiser une fête ou une table à manger ! Si l'emplacement est vraiment un problème, suggérez un patio ou un restaurant. Le virtuel est également une excellente option.



"JE N'AI PERSONNE À INVITER"

Aidez-les à commencer à faire leur liste d'invités. Jouez à "Faisons semblant". Demandez-leur d'énumérer les trois premières personnes qu'ils inviteraient s'ils répondaient oui. Aidez-les à obtenir des noms sur la liste, puis faites-leur savoir que c'est suffisant pour organiser une fête !

Un party réussi peut avoir 2 ou 10 invités ! Le pire party est celui qui n'a pas lieu.



STEP FORWARD

Maîtriser le Language en Vente

Surmonter les Objections dans votre Entreprise Aloette

Toutes les objections se répartissent sur trois catégories.

Categories d'Objection

● Temps

● Argent

● Peur



Objections de Temps

Focuser sur la COMMODITÉ et la FLEXIBILITÉ.

- Sur le Pouce
- Compatible avec Tél. Cell.
- Party Facebook
- S'accorde à votre Horaire



Objections d'Argent

Focuser sur la Valeur.

- Séparer le prix de la valeur.
- Maximisez les avantages financiers de gagner ou d'économiser de l'argent.
- Écoutez les indices associés à « vouloir tout ».

Objections de Peur

Focuser sur SÉCURITÉ, INFORMATION + COMMUNAUTÉ

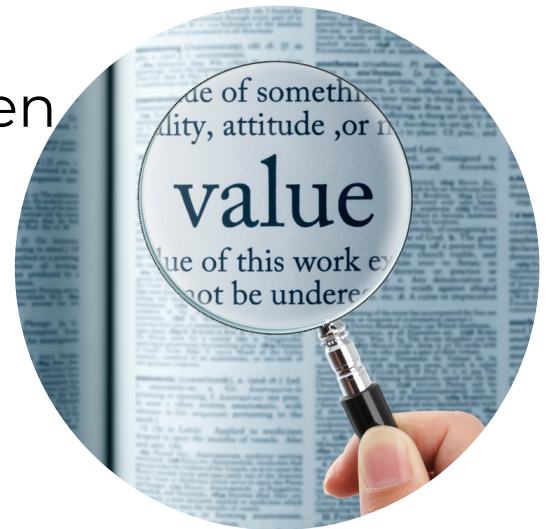
- Partager des informations afin de pouvoir prendre la meilleure décision éclairée
- Inviter à se connecter avec le leader, des groupes ou des ressources

Mais s'ils disent toujours non ?

Offrez une option moins répréhensible.

Options moins répréhensibles

- Offrir un Party Virtuel
- Offrir un Catalogue ou Lien
- Offrir de se joindre à votre Communauté
- Offrir de faire un suivi à un meilleur moment.

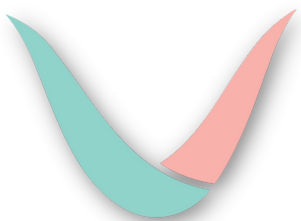


RÉSUMÉ

Apprenez à reconnaître et à catégoriser les objections.

Maîtrisez les réponses 'Focus' aux objections de Temps, d'Argent ou de Peur.

Développer des options moins répréhensibles.



Est-ce un, "Non, pas maintenant",
ou "Non, jamais" ?



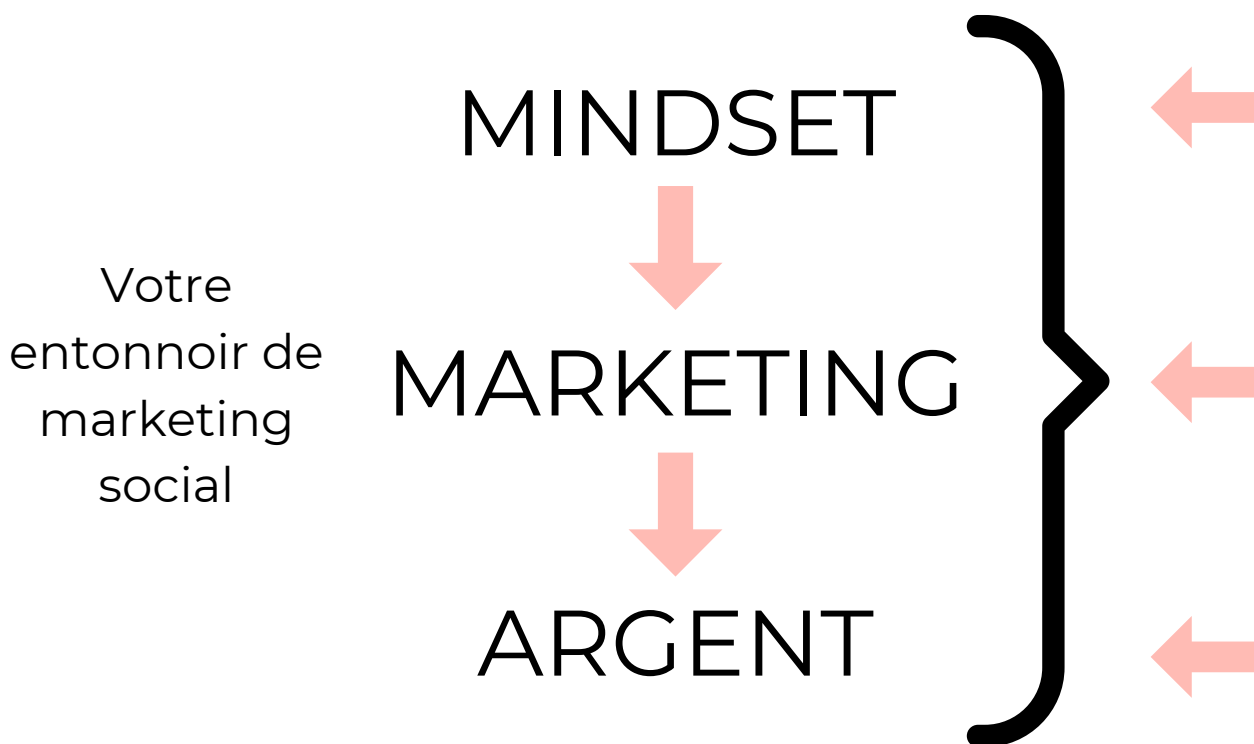
STEP FORWARD

Le Mindset de la Vente Social

CRÉER DE LA VALEUR PAR LA TRANSFORMATION

LES DÉFIS DU MINDSET

- Ne pas se sentir fatiguante.
- Faire la transition à l'offre ou la demande.
- Focus sur l'abondance.
- Croire en la valeur de ton offre ou de l'opportunité.



PRENDRE ACTION

- ✓ Considérer comment, ou, et quand vous ferez l'offre.
- ✓ Gardez le focus à bâtir votre contenu et la valeur de votre marketing.
- ✓ Ne pas assumer que les gens connaissent vos offres ou vos opportunités
- ✓ Si vous ne partagez pas continuellement, vous enlevez l'opportunité à quelqu'un de prendre une décision basé sur la valeur pour eux.

La vente est la solution au problème ou à l'opportunité que vous avez défini.

STEP FORWARD

Introduction à la Stratégie du Contenu Social

Introduction: les 3 P du Contenu Social

Contenu reflétant votre PERSONALITÉ

- Aide les gens à vous connaître et à se connaître entre eux.
- Raconter des Histoires.
- Humour, Plaisir, Jeux.
- Contenu conversationnel.
- 40% le l'ensemble de votre contenu.



Contenu UTILE (PURPOSEFUL)

- Aide votre communauté, apporte de la valeur ou résout un problème.
- Information, astuces.
- Tutoriels, démos.
- Contenu complémentaire.
- 40% de l'ensemble de votre contenu.



Contenu PROMOTIONNEL

- Offres d'Achats, d'Hôtesse, d'Opportunité.
- Ventes en direct, activités festives.
- Entonnoirs vers d'autres canaux.
- Inscriptions ou offres d'échantillons gratuits.
- 20% de l'ensemble de votre contenu.



OÙ UTILISER LES 3 'P'

- Sur votre Page Facebook, Stories
- Dans ton Groupe Facebook
- Sur Instagram, Stories, Reels
- Lorsque vous faites un LIVE

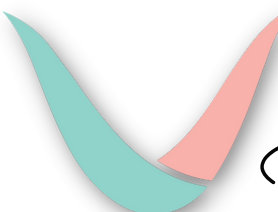


Notes

COMMENCEZ OÙ TU ES

- Revenez sur vos 10 dernières publications.
- Commencez à publier avec Constance.
- Focus sur du contenu que ta communauté va aimer.
- Examinez votre contenu de manière holistique (globale) pour aider les gens à résoudre des problèmes ou à créer des liens.

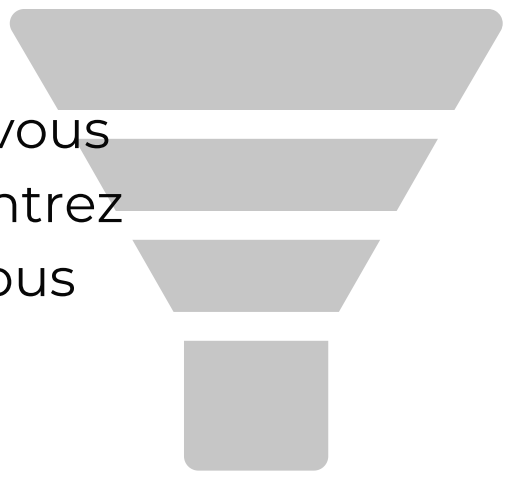




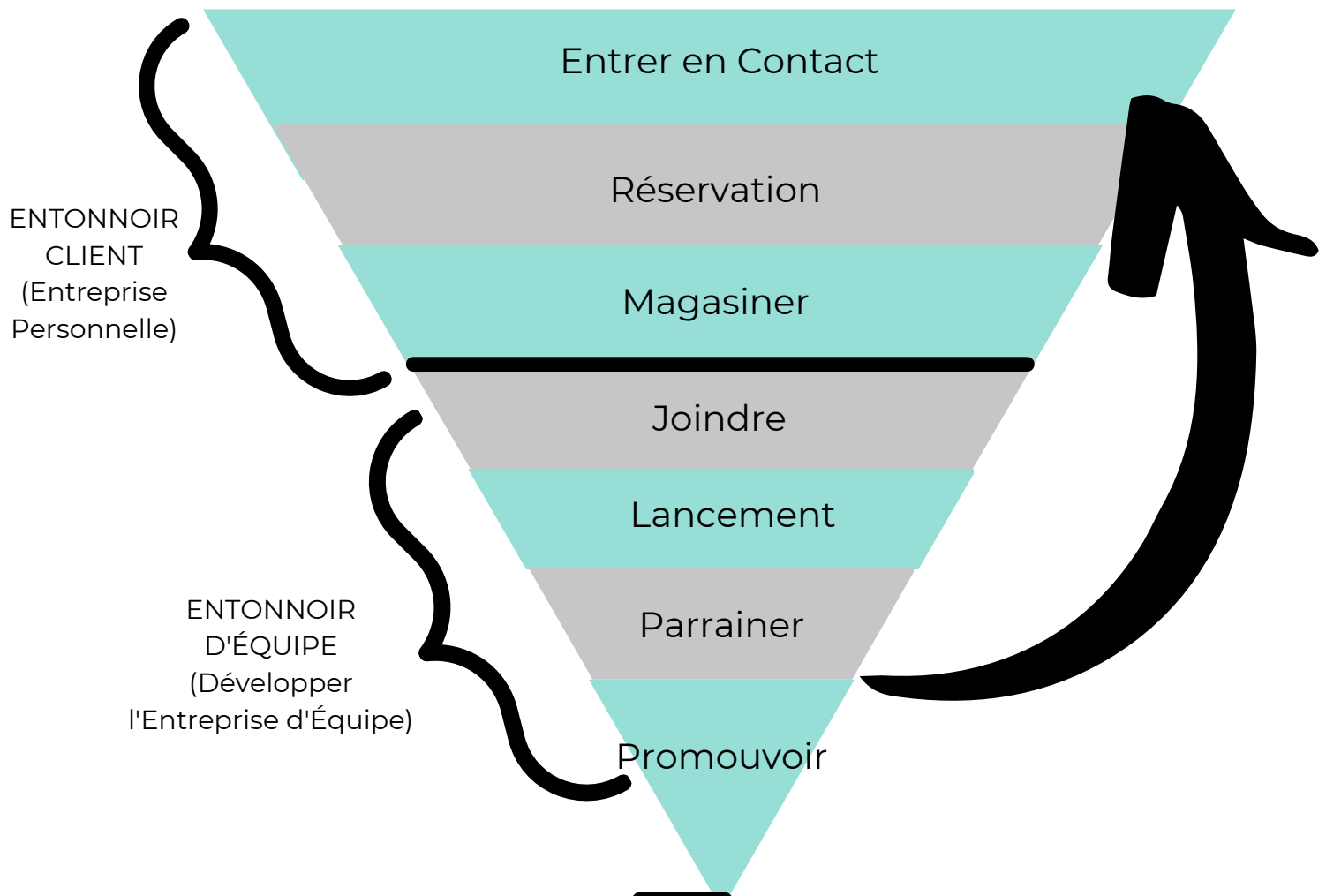
STEP FORWARD

Démystifier l'Entonnoir Social

L'Entonnoir Social est la façon dont vous guidez quelqu'un d'où vous le rencontrez (ex: sur Instagram), à l'endroit où vous voulez le diriger (ex: ton groupe Facebook).

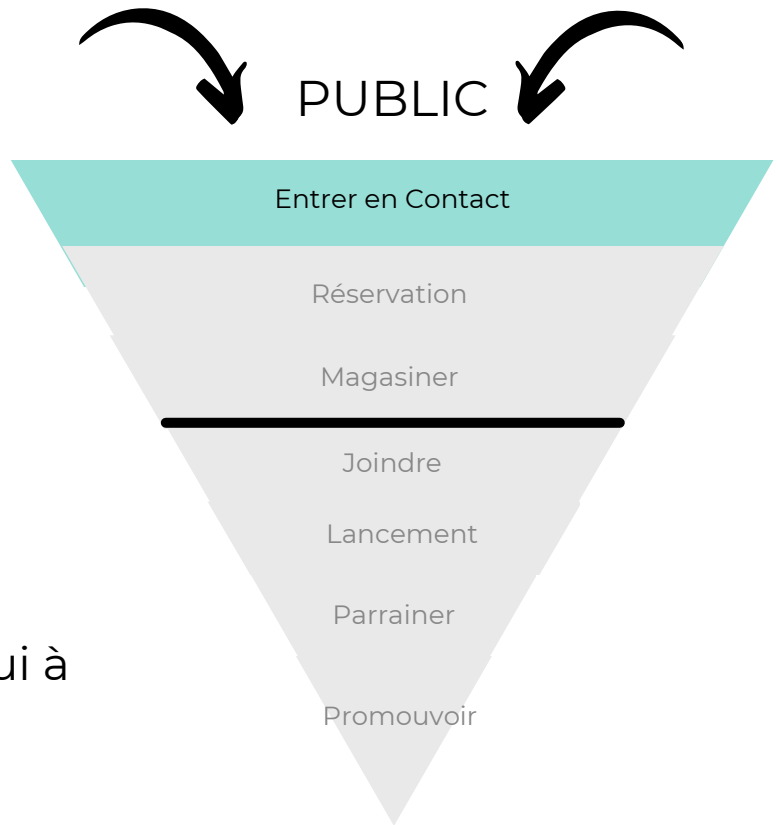


PUBLIC



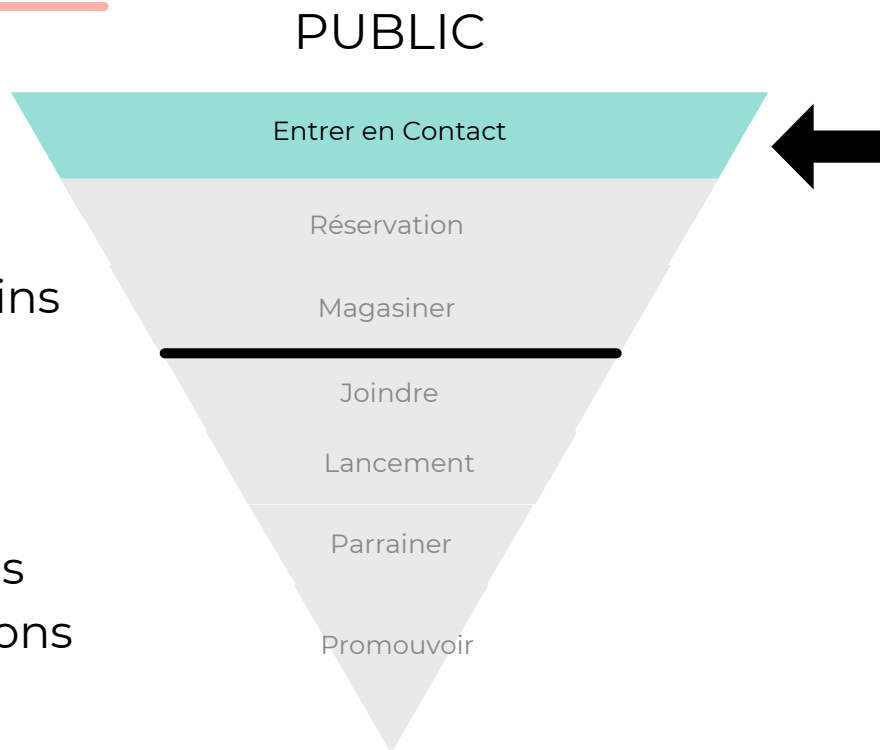
POINT D'ENTRÉE DE L'ENTONNOIR

- Activités en personne, Partys, Évènements
- Hôtesse, références
- Médias Sociaux
- Élément Accrocheur qui à de la Valeur



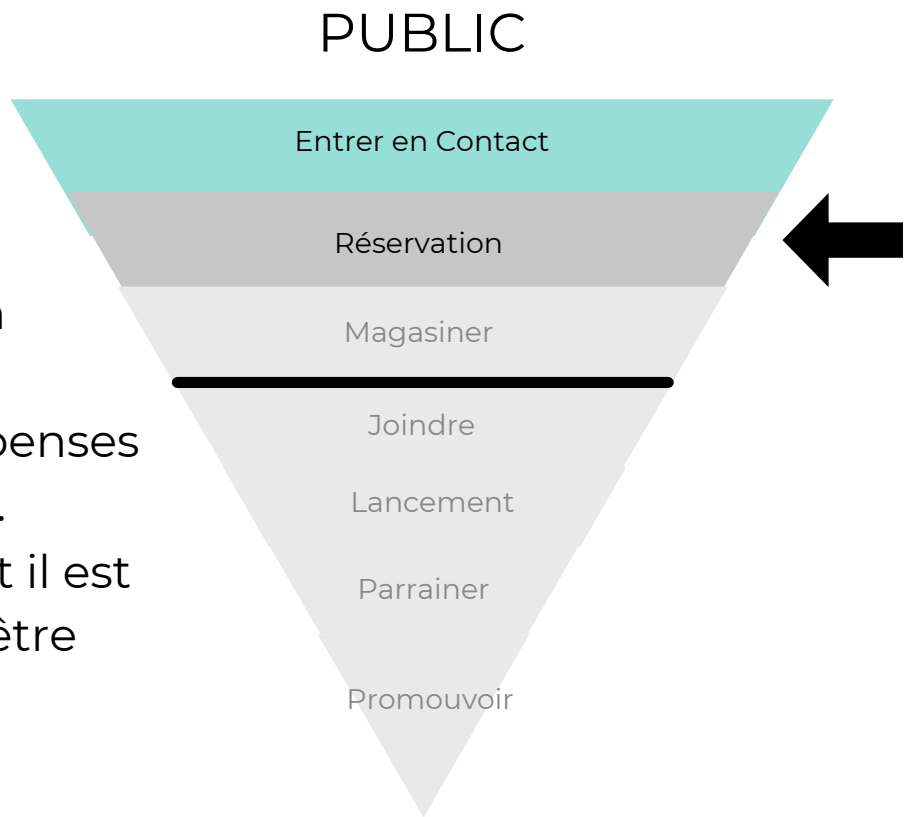
ENTRER EN CONTACT

- Bâtir la Confiance et Familiariser
- Être à l'Écoute des Besoins
- Maintenir l'Intérêt
- Inclure le lien direct dans toutes les communications numériques



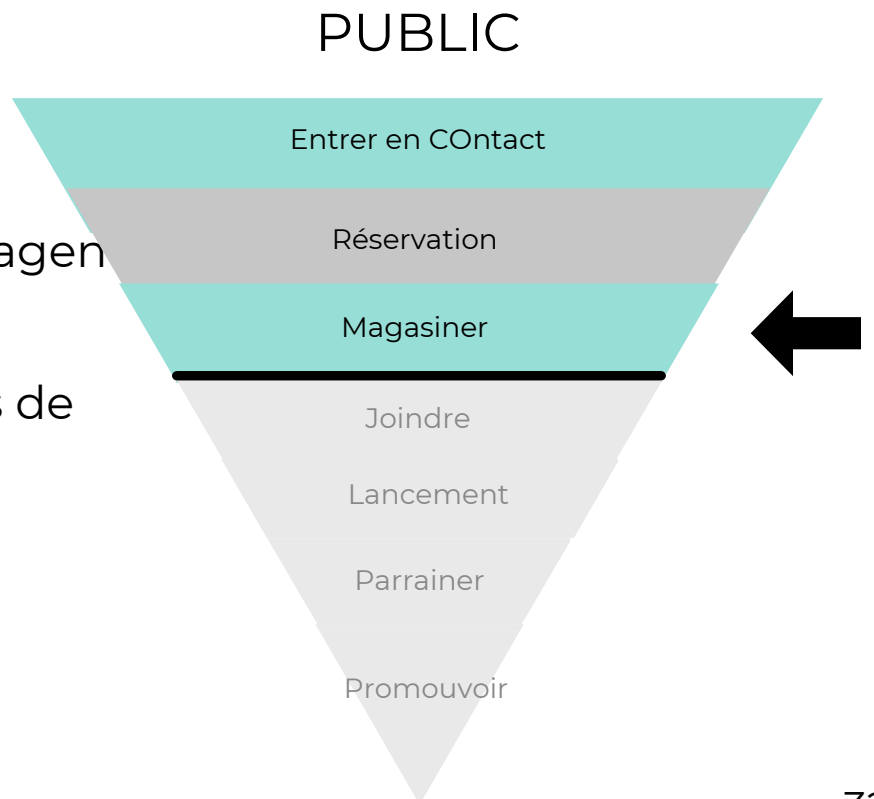
RÉSERVATION

- Constance dans la présence sociale.
- Offre de Réservation Intéressante
- Partagez les récompenses de l'hôte et la valeur.
- Montrez à quel point il est facile et amusant d'être Hôte.



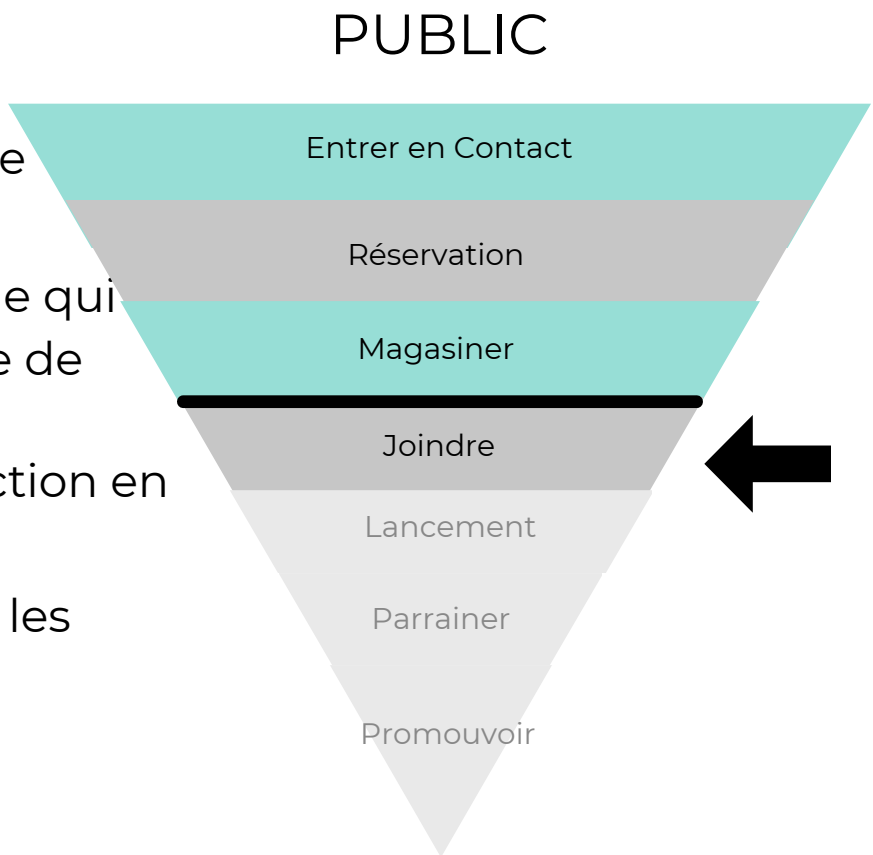
MAGASINER

- Constance dans la présence sociale.
- Contenu variés et engageant
- Mélange de méthodes de vente.
- Service Client + Suivi.



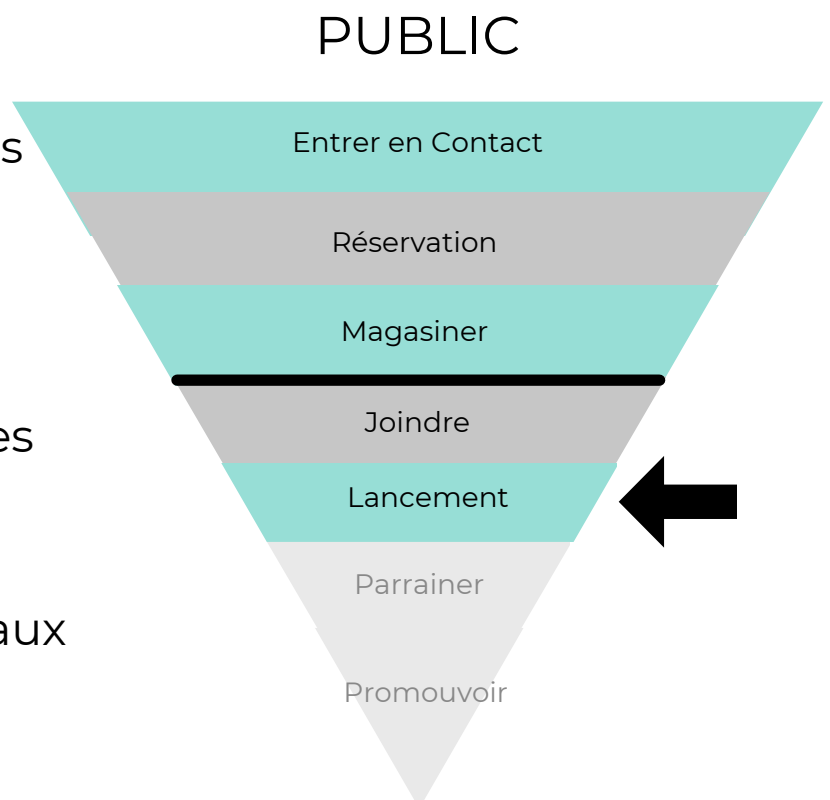
JOINDRE

- Inclure la valeur de l'opportunité dans le contenu social.
- Utiliser un Langage qui démontre une Offre de Valeur
- Mindset de Prospection en Continue et valeur.
- Passez au focus sur les affaires d'équipe.



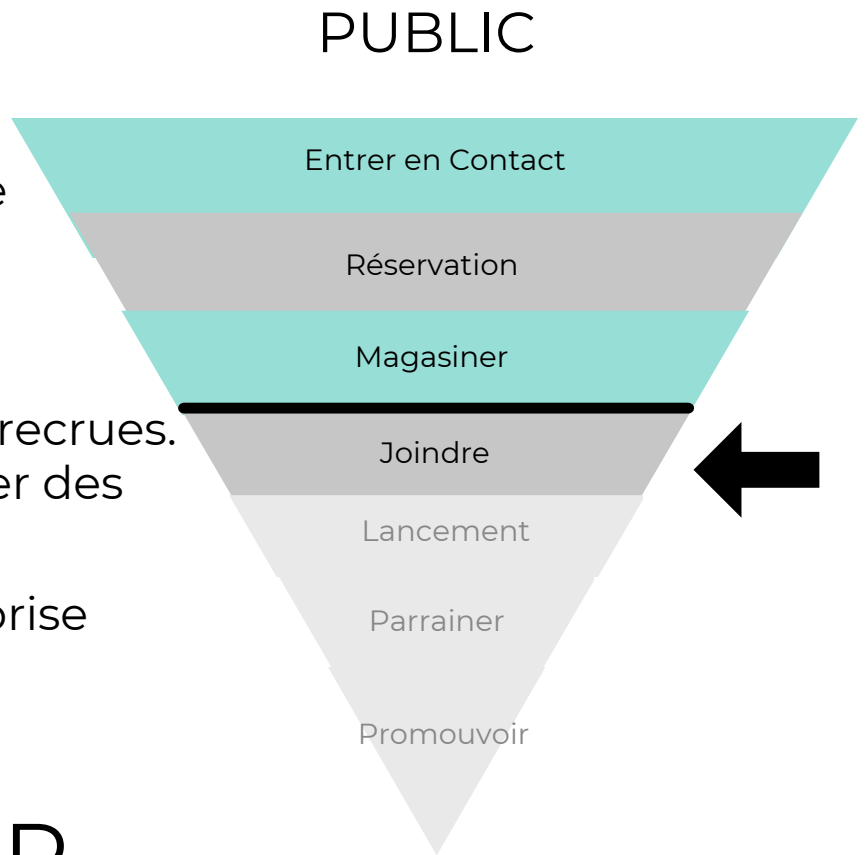
LANCEMENT

- Aider au Lancement des nouvelles Conseillères.
- L'Assister au Party de Lancement.
- L'Assister pour placer ses commandes
- Coacher pour bien démarrage sur les réseaux sociaux.



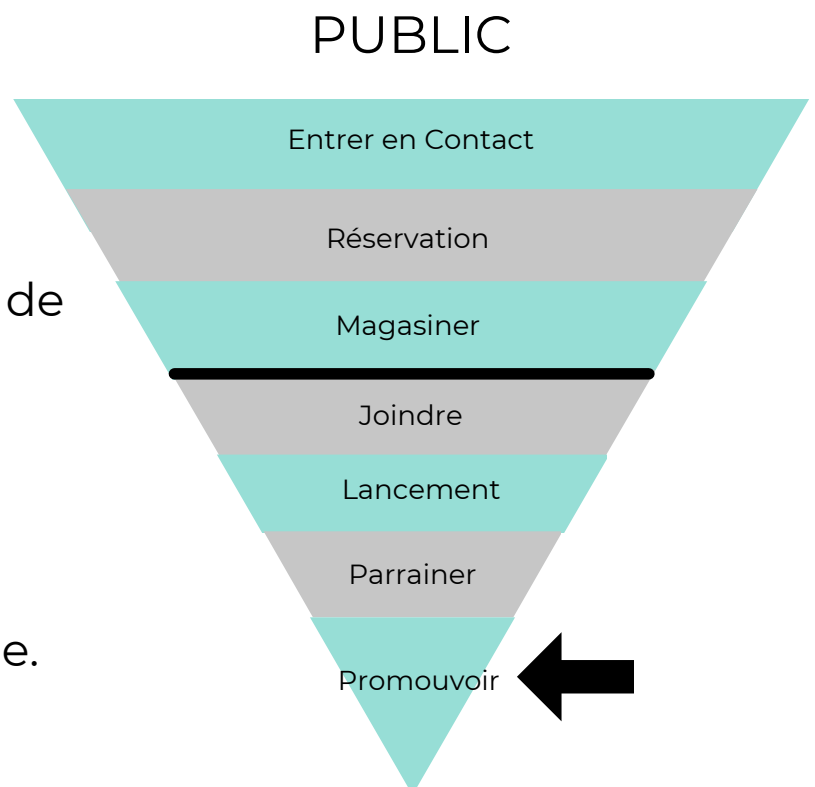
PARRAINER

- Coacher sur la reconnaissance et le partage avec les potentiels.
- Prise en charge des Lancements de vos recrues.
- Commencer à diriger des Leaders.
- Équilibre de l'Entreprise Personnel + Équipe.



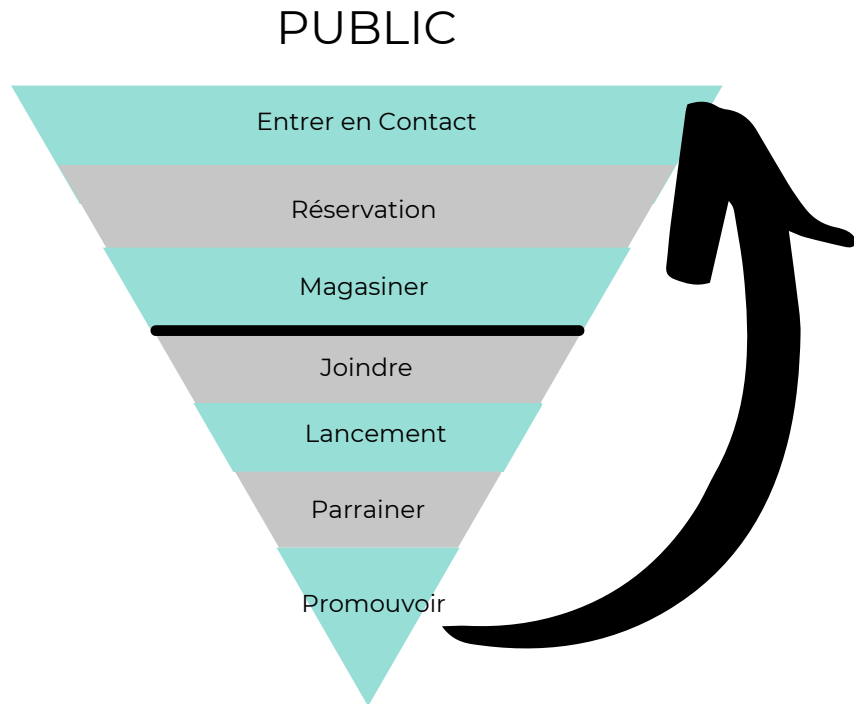
PROMOUVOIR

- Coacher les leaders émergents.
- Comprendre la Matrice de Compensation
- Motiver et fixer des objectifs.
- Assister en dirigeant la descendance de l'Équipe.



DUPLIQUER

- Coacher l'équipe sur les étapes vers le succès et l'entonnoir.
- Créez des processus d'équipe duplicables.
- Reconnaître et récompenser.



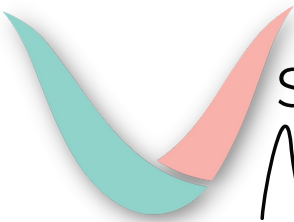
PRENDRE ACTION

Ajouter le lien de Votre Entreprise à votre profil personnel Facebook.

Ajouter le lien de Votre Entreprise à votre profil Instagram.

Inclure les liens dans tous vos communications électroniques.

Pensez continuellement au langage de valeur jusqu'à la prochaine étape de l'entonnoir.

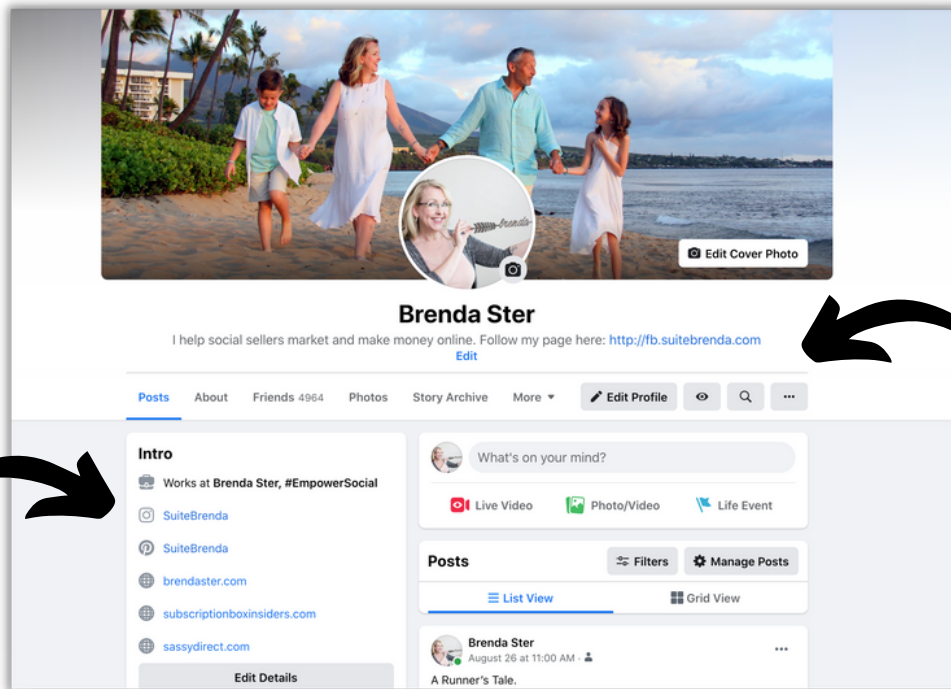


STEP FORWARD

Naviguer Votre Présence Facebook

Passez de Mindset de _____ à _____

PROFIL PERSONNEL



METTRE À JOUR VOTRE INTRODUCTION POUR INCLURE VOS LIENS SOCIAUX ET D'ENTREPRISE



UTILISER LA SECTION BIO POUR INCLURE VOS LIENS VERS VOTRE GROUPE ET SITE WEB.

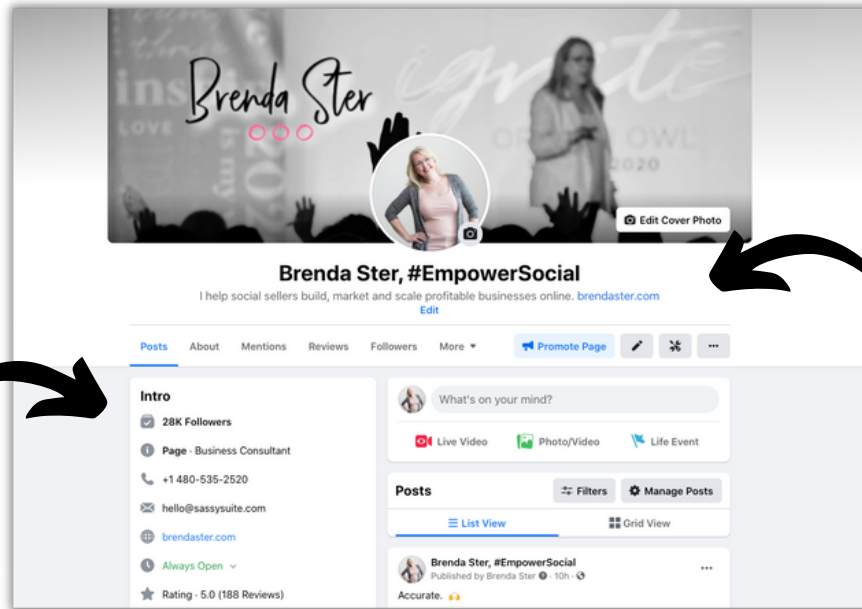


- Développez vos relations avec vos amis.
- Partagez principalement du contenu qui reflète votre personnalité.
- Publiez continuellement.
- Invitez occasionnellement sur votre page ou votre groupe.
- 90% personnalité/ style de vie, 10% entreprise.



PAGE PROFESSIONNELLE

REMP LISSEZ LA SECTION INTRODUCTION AVEC VOS LIEN ET INFORMATION DE CONTACT.



UTILISER L'ESPACE BIO POUR INCLURE LE LIEN VERS VOTRE SITE WEB.

- Considérez-le comme votre vitrine.
- Créez un mélange de contenu engageant et précieux.
- Concentrez-vous sur le contenu partageable.
- Super espace pour les Lives / Vidéos. Utilisez des Stories.
- 60% Contenu de valeur, 40% promotion

PAGE PROFESSIONNELLE



CLIQUER SUR L'IMAGE DE COUVERTURE ET AJOUTER DU TEXTE/ LIENS À LA DESCRIPTION.

GROUPE

CONNECTEZ VOTRE PAGE À VOTRE GROUPE, POUR CRÉER UNE CONNEXION PLUS FORTE EN ENTONNOIR.



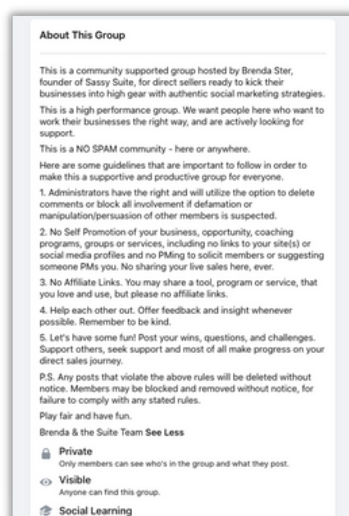
UTILISEZ L'IMAGE DE COUVERTURE POUR PRÉSENTER LES PRODUITS EN VEDETTE, L'HORAIRE OU LES ANNONCES COMMUNAUTAIRES.



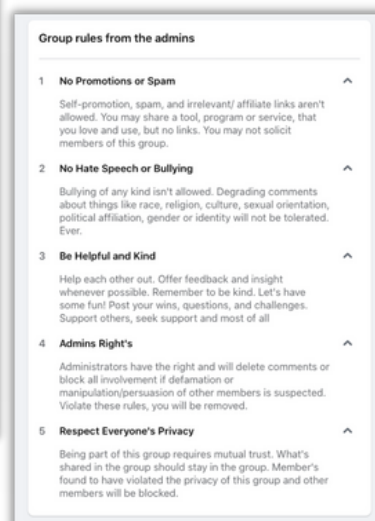
- Aidez les gens à se connecter avec vous et entre eux.
- Le contenu peut être plus social, décontracté et engageant.
- Concentrez-vous sur la conversation communautaire.
- Super espace pour les Lives/ videos.
- 70% Contenu de valeur, 30% promotion.

GROUPE

ÉCRIRE UNE SECTION À PROPOS CLAIRE SUR POUR VOUS AIDER À DÉFINIR ET À CRÉER VOTRE CULTURE COMMUNAUTAIRE.



ÉCRIRE OU UTILISER LES RÈGLES FB, POUR CRÉER ET DÉFINIR LES ATTENTES DU GROUPE.



STEP FORWARD

Introduction à Instagram



Apprenons à utiliser la plateforme Instagram pour promouvoir votre Entreprise Aloette. Lorsque vous appliquez les meilleures pratiques à votre création de contenu, que vous vous présentez de manière cohérente et que vous consacrez quotidiennement un peu de temps à vos abonnés et à votre public idéal, Instagram est un outil incroyable pour développer votre marque personnelle et, à son tour, votre entreprise Aloette.

FAITS RAPIDES SUR INSTAGRAM

- En 2020 il y avait 1 milliard d'utilisateurs actifs mensuellement.
- 60% des utilisateurs IG se connectent 1x/jour, 38% plusieurs fois/jour.
- Instagram a 58 x plus d'engagement par Abonné que Facebook.
- La moyenne de temps par utilisateurs est 53 minutes /jour.
- Une Images sur Instagram ont 23% plus d'engagement que la même image sur Facebook.
- Les Publications vidéos ont 38% plus d'engagement qu'une simple image.
- 79% des recherches sur IG sont des recherches sur des produits ou services.
- Les utilisateurs voient Instagram comme une plateforme de recherche.
- Ils recherchent sur IG pour trouvé de la formation et de la motivation, magasiner ou rechercher des produits, et se faire des amis.
- Instagram est super pour créer des contacts et des collaborations avec d'autres Créateurs, Entrepreneurs et Influenceurs et créer des relations mutuellement bénéfiques.



JARGON

Algorithme- L'algorithme Instagram dicte l'ordre

dans lequel les utilisateurs voient les publications sur leur fil d'actualité.

Bio- Une bio Instagram est la section de texte sous un nom d'utilisateur où vous pouvez lister des informations sur votre marque.

Handle- Un Instagram Handle ou IG est un autre terme pour nom d'utilisateur/ le nom utilisé sur Instagram pour définir un profil spécifique.

Caption- Le Texte sous une image dans le fil d'actualité.

Engagement- Intéraction

Double Tap- Aimer une publication

Direct Message- Un message privé entre deux personnes, ou un groupe de personnes, qui ne peut être vu que sur invitation.

Reel - Instagram Reels est un format de contenu qui vous permet de créer et de partager des vidéos de 15 à 30 secondes

Insights- Une section de statistiques qui vous aide à connaître votre public, votre contenu et ses performances.

Impressions- Le nombre total de fois que votre publications à été vue.

Branded Hashtags - Hashtags unique à une marque, comprend souvent le nom de la compagnie.

Geotags- Identifie la Géolocalisation de la publication.

Stories - Les publications éphémères de 24h retrouvées en haut du fil d'actualité.

Highlights - Stories Instagram enregistrées à votre profile.IGTV- Service vidéo où les utilisateurs peuvent télécharger des vidéos allant jusqu'à 1h.

Explore Page- Une section d'Instagram qui recommande des publications qui pourraient vous intéresser.

Newsfeed- Votre page d'accueil, là où vous voyez les publication de ceux auxquels vous êtes abonné.

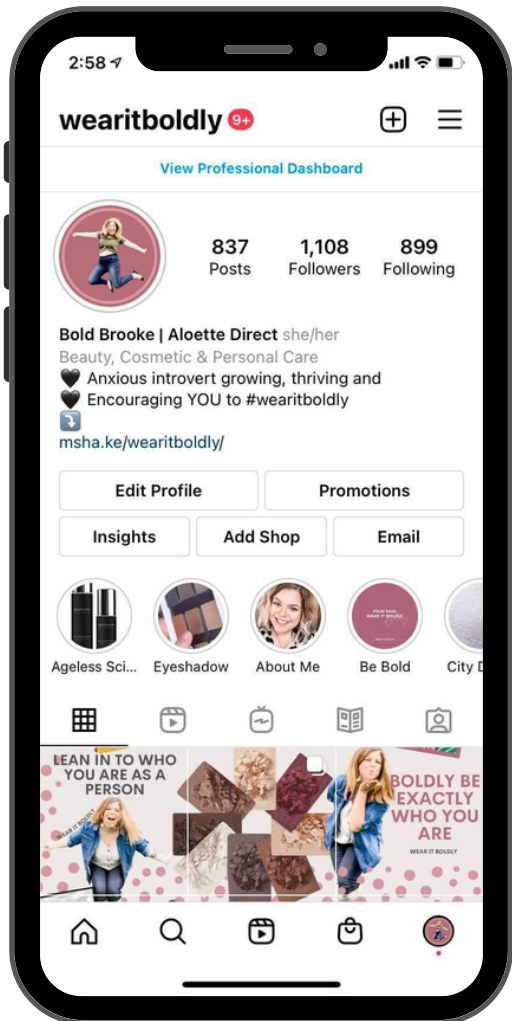
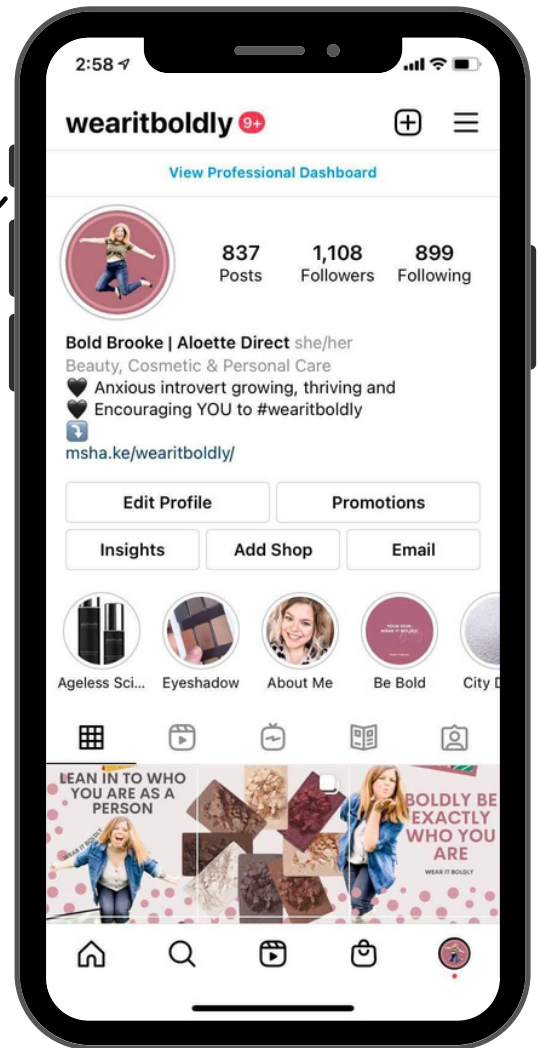
STEP FORWARD

Introduction à Instagram

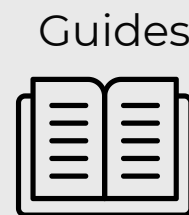
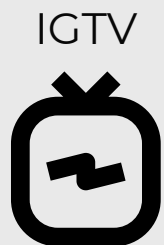
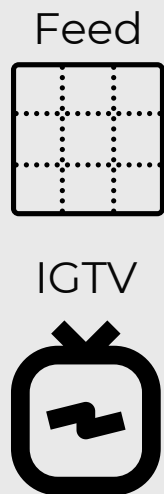
Votre Bio



1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



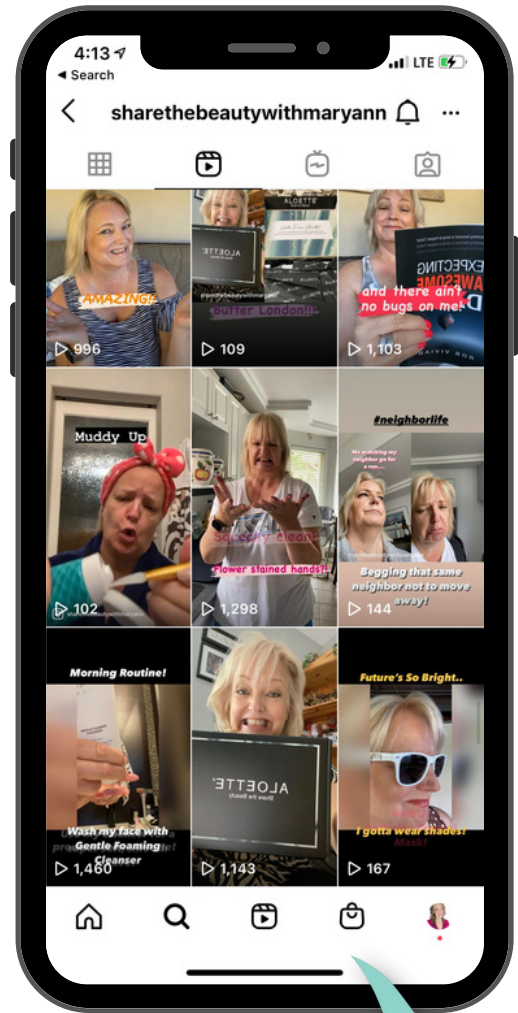
Explorons Votre Profil Personnel



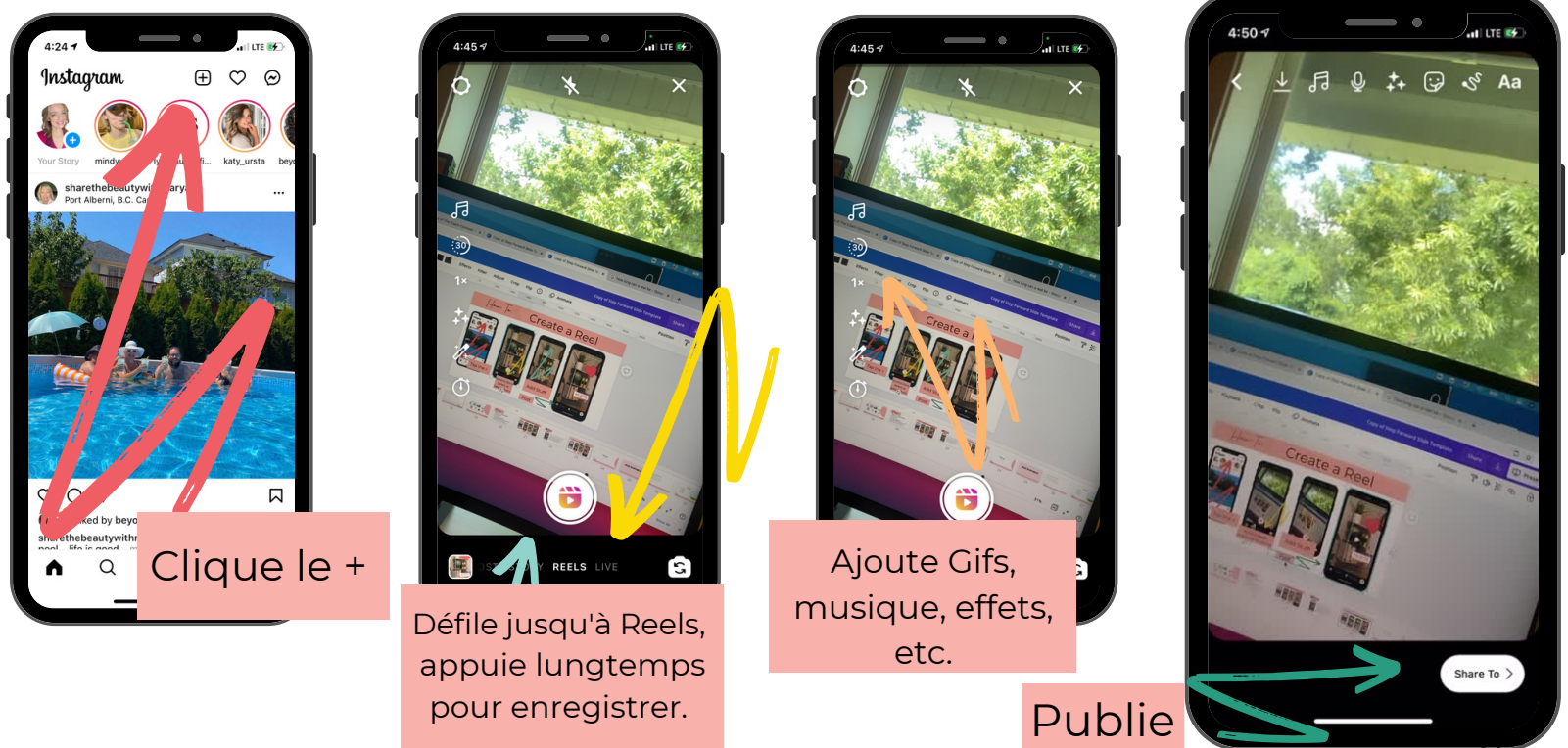
Reels

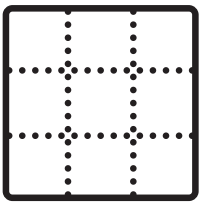
Reels vous offre une opportunité créative de présenter votre personnalité ainsi qu'un endroit pour donner des conseils, des astuces et des tutoriels.

- Les Reels sont de courtes vidéos très similaires à Tik Tok, mais elles ne disparaissent pas en 24 heures comme le font les Stories.
- Les Stories disparaissent en 24 heures et les publications de fil d'actualité atteignent leur audience maximale en 1 jour environ.
- Les Reels sont détectables pendant des semaines, en fonction de leur popularité.
- Les Reels peuvent durer jusqu'à 60 secondes en 2021.
- Vous pouvez partager vos Reels sous forme de Stories.
- À partir de juillet 2021, Instagram passe définitivement à une plate-forme vidéo/Reel courte, donnant la priorité au contenu court et plein écran dans le fil d'actualité



Comment: Créer un Reel





Publier dans votre Feed

Comment choisir le sujet de publication:

Quelle est votre niche?

Thème: _____

Mission: _____

Catégories/Sujets Survolés: _____

Types de publication pour ton feed:

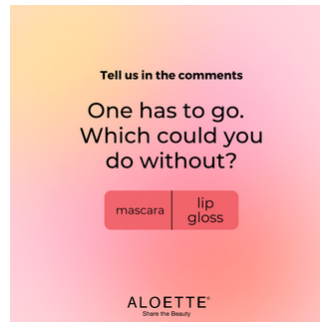
Citations



Lifestyle



Questions



Arrières-Scènes



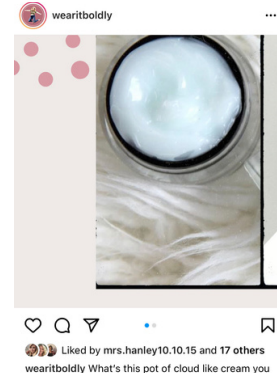
Témoignages share UCC



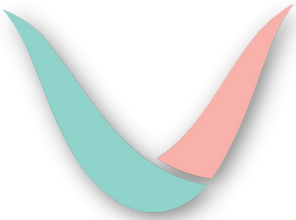
Introduction



Éducation



- Faits Cocasses
- Transformations
- Tiages
- Caractéristiques



Les Publications Performantes ont:

Une Image Claire et Authentique - préférablement la vôtre, ou une image Lifestyle fournie par Aloette

Un texte bien pensé- Une première ligne pour attirer le lecteur
(Je n'aurais pas dû, mais je n'ai pas pu m'en empêcher... Des choses que j'ai apprises jusqu'à présent ce matin... Je l'ai fait, et je ne suis même pas un peu désolé... Et si je te disais ... Aidez-moi ici...)

Quelque chose d'attrayant au milieu - L'éducation, une histoire rapide et une chose amusante qui s'est produite, la motivation, l'inspiration.

Un appel à l'action- Double Tap ♥ si vous êtes concerné, identifie un ami qui doit voir cela, Déposer votre réponse ci-bas, voir le lien dans ma Biopour votre gratuité, enregistrez ce message pour référence future.

Un bon mélange de hashtag - 20% super niche, 20% super populaire, 60% Moyennement utilisé. Se rapporter au contenu, se rapporter au domaine, se rapporter à la photo.

Orientation vers la résolution d'un problème ou la satisfaction d'un besoin- Vos publications ne peuvent pas uniquement être consacrées à vous si vous cherchez à attirer de NOUVEAUX abonnés. Votre marché chaud peut le tolérer et même soutenir chaque magnifique selfie parlant de ce que VOUS avez accompli, mais les gens suivent les comptes parce que cela répond à un besoin pour eux, et célébrer le succès d'un étranger n'est généralement pas un besoin que les gens ont.

Hashtags Aloette

#Aloette

#AloetteBeautyClub

#AloetteInfluencer

#ShareTheBeauty

Ne fait pas cela, ça ne vaut pas la peine.

Photos Floues - même si elles ne sont qu'un peu floues.

Publier hors de votre créneau- C'est la raison pourquoi j'ai 2 comptes.

Disparaître- Vous pouvez prendre une pause mais vous DEVEZ planifier quelques publications.

Publier une Promotion ou Rabais dans votre Feed- Envoyez-les par e-mail, Message Privé, dans votre Stories. S'il n'est pas pertinent dans une semaine, il ne doit pas apparaître dans votre fil d'actualité.



PENSE

Vrai

Utile

Inspirant

Nécessaire

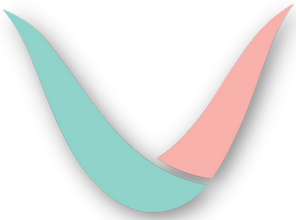
Gentil

Cela sera-t-il pertinent pour mon client idéal ?

Est-ce que j'en révèle trop sur moi-même ? Pas assez ?

Est-ce que je poste en colère ? Est-ce polarisant ? Si oui, est-ce le chemin sur laquelle je veux me tenir ?

Quelqu'un pourrait-il mal interpréter ce que je dis ?



Les hashtags sont la façon dont vos publications sont découvertes par votre abonné idéal.

Elle clique un hashtag sur une publication qu'elle a aimé.

Elle recherche le hashtag sur la page Découverte.

Elle recherche des hashtags à utiliser sur SON message et elle tombe sur vos messages.

Une publication avec au moins un hashtag Instagram génère en moyenne 12,6% d'engagement de plus que les publications sans hashtag.

Les hashtags vous aident à obtenir plus _____, à améliorer votre _____ et à créer _____ autour de votre entreprise

Types de Hashtags

#Faits

- Lorsque des personnes avec des profils privés taguent des publications, elles n'apparaissent pas publiquement sur les pages de hashtag.
- Les nombres sont autorisés dans les hashtags. Cependant, les espaces et les caractères spéciaux, comme \$ ou %, ne fonctionneront pas.
- Vous ne pouvez ajouter des hashtags qu'à vos propres publications. Vous ne pouvez pas taguer les photos/vidéos d'autres personnes.
- Vous pouvez utiliser jusqu'à 30 hashtags sur une publication et 10 sur Stories Instagram.

Communautaire- Hashtags qui augmente votre portée.

indique un produit ou service #virtualmakeover #cleanskincare

Votre Créneau #beautyconsultant #femaleentrepreneur

Èvènement ou Fête #nationaldonutday

Hashtags Quotidien #MondayMotivation #TipTuesday

Lieux #yesthatgreenville

Expression pertinente #bossup

de Marque-Hashtags conçus pour relier des thèmes pour vous et votre public.

#aloetteinfluencer

#myaloettexoxo

#sharethebeauty

Campaign- Ces Hashtags sont généralement à court terme et ne durent que quelques jours, une saison ou un an.

#EnzymePeelChallenge

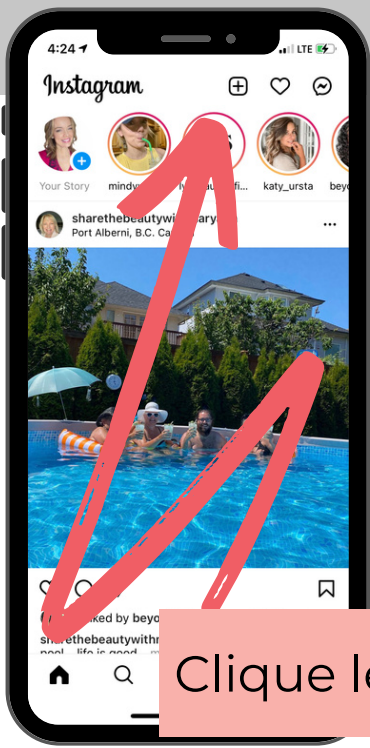


Tu vas mieux et ça va être plus facile au fur et à mesure !

Utilisez un outil pour bien faire les choses.

Créez des listes et stockez-les dans votre téléphone pour copier/coller plus tard.

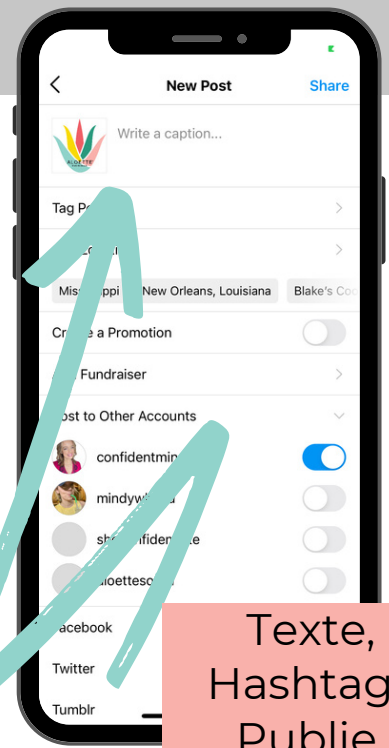
Comment: Créer une Publication



Clique le +



Choisi ou prend une photo

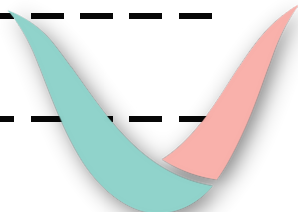


Texte, Hashtags Publie.



MISE À JOUR : Instagram s'éloigne du statut d'application de partage de photos et l'algorithme préfère le contenu vidéo. L'IGTV, les Reels et les courtes vidéos devraient être votre focus principal par rapport aux photos fixes.

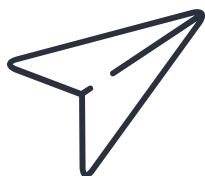
Notes:





Story Instagram

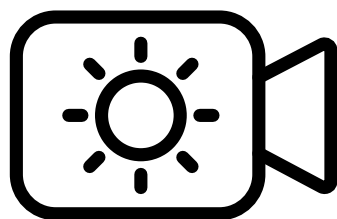
- Les Stories est l'endroit où **les connexions sont établies**, où vos abonnés voient votre arrière-scène, elle est **la principale zone de trafic** d'Instagram.
- **500 millions de personnes** utilisent les Stories Instagram chaque jour
- **58% des personnes** déclarent s'intéresser davantage à une marque ou produit **après l'avoir vu dans les Stories.**
- **50% des personnes** ont visité un site Web pour effectuer un achat après avoir vu un produit ou service dans les Stories.
- Selon Facebook, les utilisateurs **se redirigent 41% plus rapidement** par un appareil mobiles que par les ordinateurs. Ainsi, en matière de Stories, les marques les plus efficaces véhiculent leur message **dans les 3 premières secondes.** Idéalement, ils le font avec un message intrigant et clair.



Vous pouvez **PROMOUVOIR** votre nouvelle publication en la publiant dans vos Story et cacher le contenu avec un sticker!



Fait un mini tutorial.



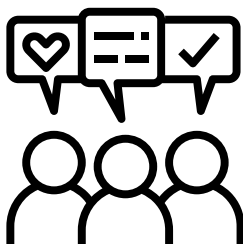
Un Jour dans ton Quotidien



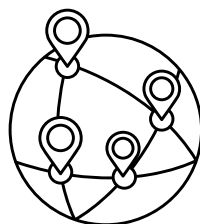
Ceci ou Cela



Partage une Histoire



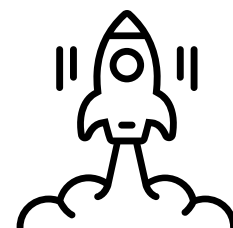
Sondez votre Audience



Ton Voyage en Photo



Arrière-Scène

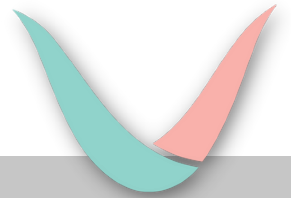


Lancement

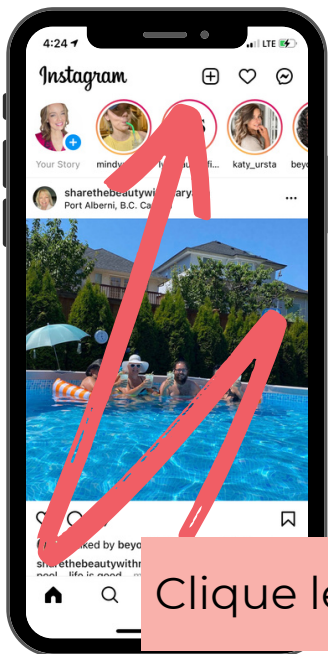
Story

Pourquoi faire cela?

- Renforce la _____
- Augmente la _____
- Encourage _____
- Aide à créer une association objet/situation
- Ouvre des _____
- Augmente _____ pour le produit/
l'opportunité



Comment: Ajouter à la Story



Clique le +



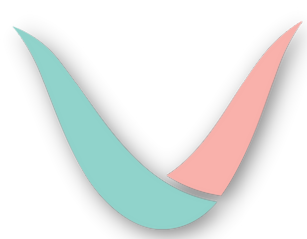
Défile à Story
Choisi ou
prend un
photo



Ajoute des
trucs!

Publie





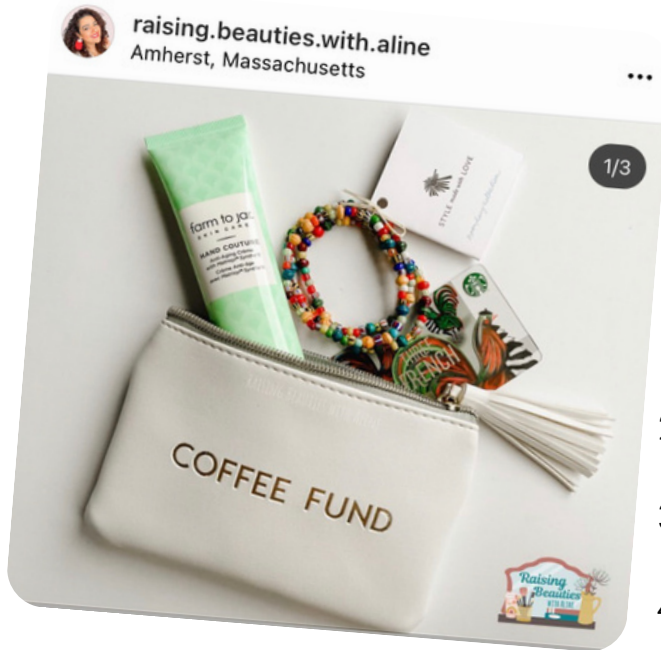
STEP FORWARD

Créer du contenu pour les Médias Sociaux

Ne vous contentez pas de publier pour publier, créez du contenu qui crée le buzz !

Astuces Selfie

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____



Astuce pour la Pose à Plat

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____





Rappelez-vous...

01 Trouver votre Ambiance.

03 Penchez-vous sur ce que vous aimez.

02 La Perfection est la peur.

Astuces Création de Contenu

01 Créez un compte gratuit avec Canva.

02 Commencez à prendre des selfies et à jouer avec l'éclairage/les angles

03 Jouez avec des poses à plat

04 Partagez avec nous une de vos nouvelles créations ! N'oubliez pas de taguer Aloette ! @aloette or #aloette

Tu l'as Fait!



Vous avez terminé Step FORWARD (Avancer) - vos 90 premiers jours ! Nous espérons que vous vous sentez confiant et enthousiaste à l'idée de développer votre entreprise. Il est temps de vous fixer de vrais objectifs - que vous visiez la prochaine récompense d'influenceur ou un voyage de motivation annuel - vous avez maintenant les outils et les connaissances pour y arriver. Courez et criez dans notre communauté Facebook que vous êtes prêt à passer au niveau supérieur de coaching sur votre parcours Aloette Steps to Success !

Grâce à cette formation, vous avez été éduqué et habilité à faire tant de prochaines étapes importantes ! Êtes-vous prêt à plonger? Vérifiez bien que vous avez réglé tous les détails ici !

Step FORWARD Checklist

- Explorer et placer des Commandes de Party dans FLIGHT
- Commencer à faire le Suivi des Concours avec Flight
- Développer votre connaissance des produits
- Création d'une stratégie de contenu
- Offrir des opportunités et surmonter les objections !

Vous devriez passer votre bras droit sur votre épaule gauche et vous donner une énorme tape dans le dos ! Vous avez investi du temps et de l'énergie dans la série de coaching Step FORWARD et vous êtes maintenant prêt à atteindre de nouveaux sommets chez Aloette. J'ai hâte de te voir grandir !



Cheers!
Mindy

Mindy Boyd
Director of Sales, North America