Kötési Technikák

Értékesítés

fókusz, módszerek, eszközök

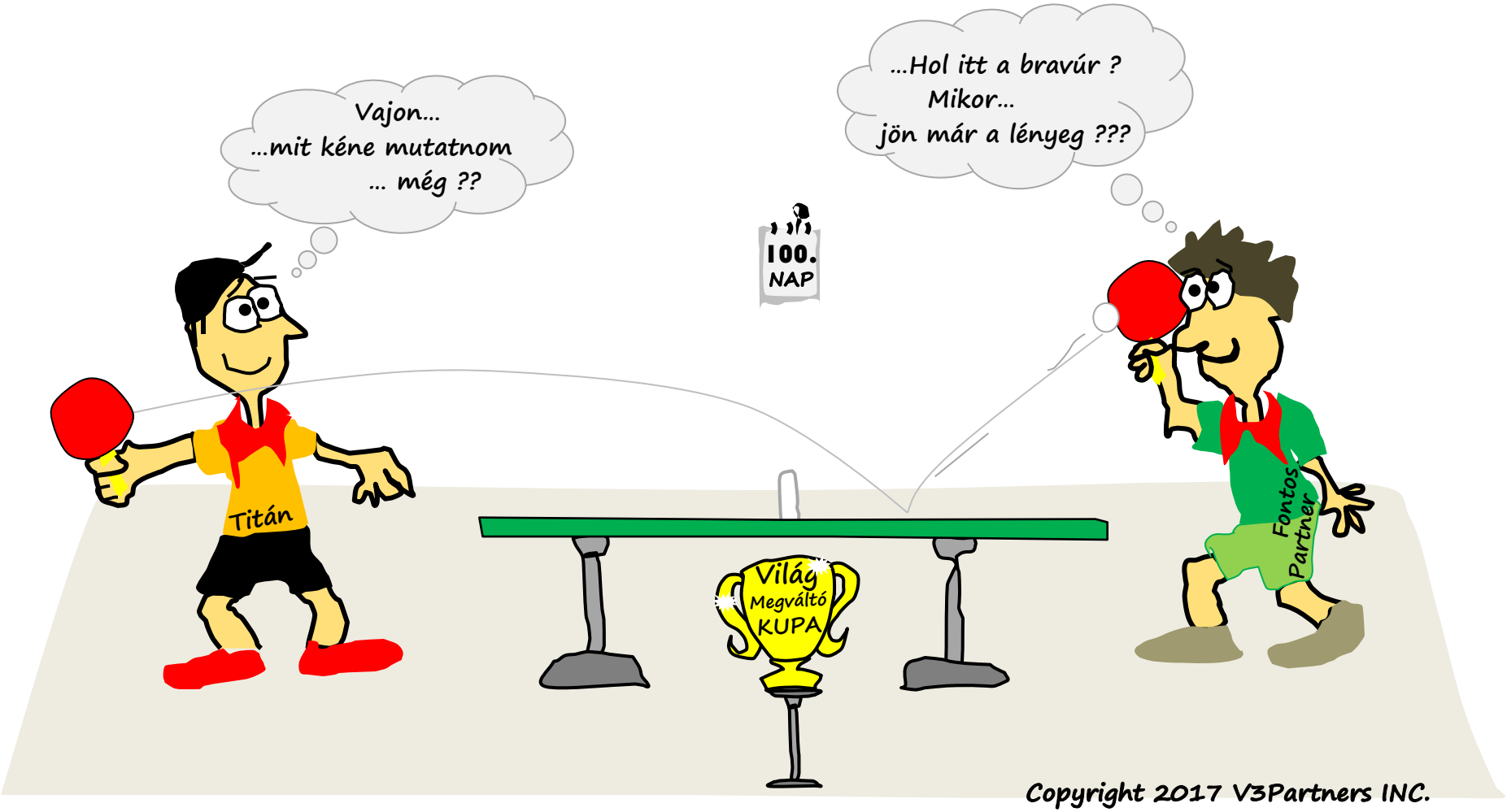
Motiváció

- „Semmilyen cég nem megy sehova, míg valaki el nem ad valamit…”
- Az érdeklődők bátorítása és ügyféllé konvertálása
- Az értékesítés sikerrátájának növelése
- Az értékesítés ciklusidejének csökkentése
- Felkészültnek lenni
- Annak bemutatása, hogy az értékesítési igenis tanulható, nem csak ösztönből történik

Copyright 2017

Kommunikáció

az átadás eszköze

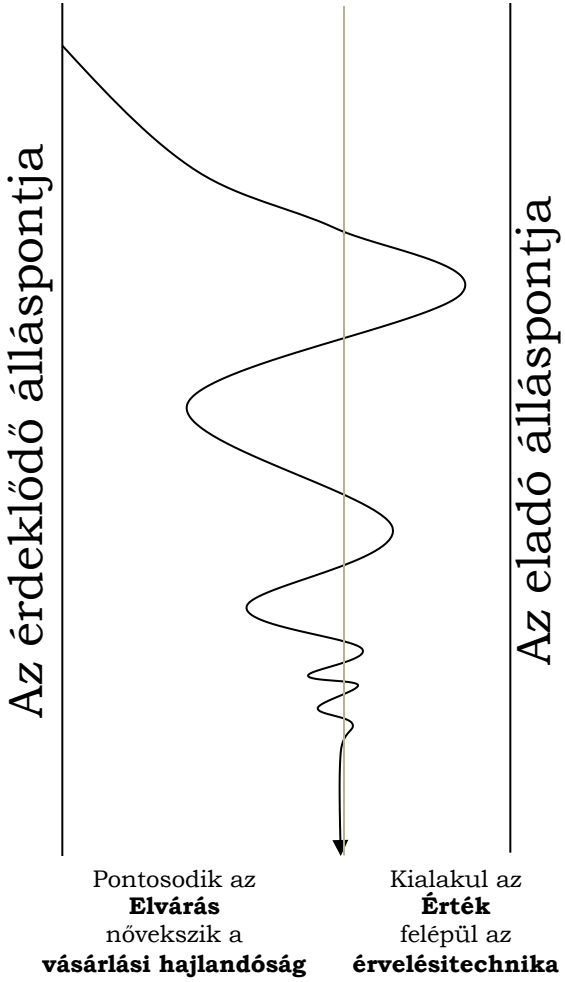


Copyright 2017 V3Partners INC.

Az értékesítés 7 lépése

1. Kapcsolatfelvétel
2. Igényfeltárás
3. Ajánlattétel
4. Kifogáskezelés
5. Javított ajánlat
6. Kötési próbálkozások
7. Kötés

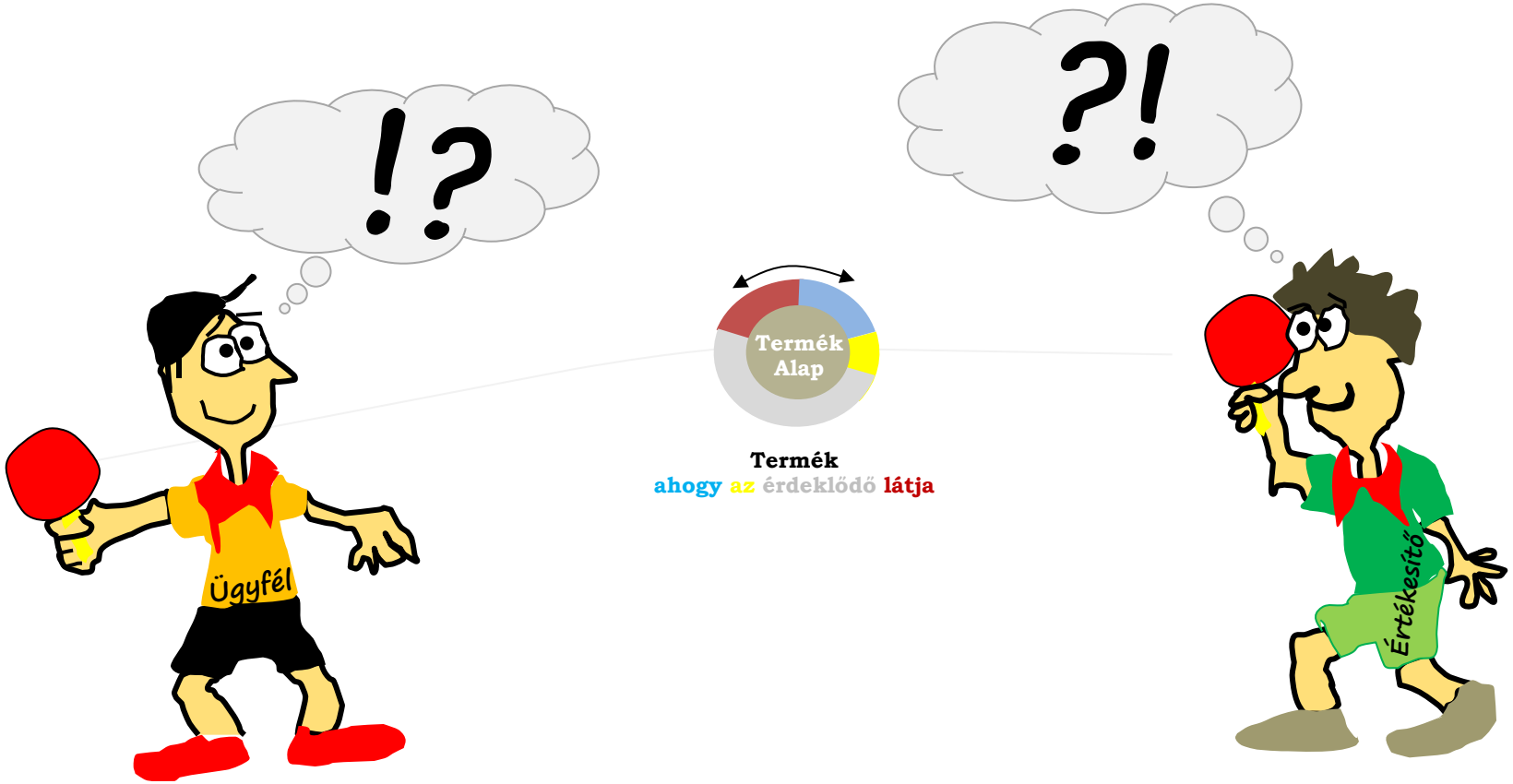
+1 Megerősítés



Copyright 2017

Kommunikáció

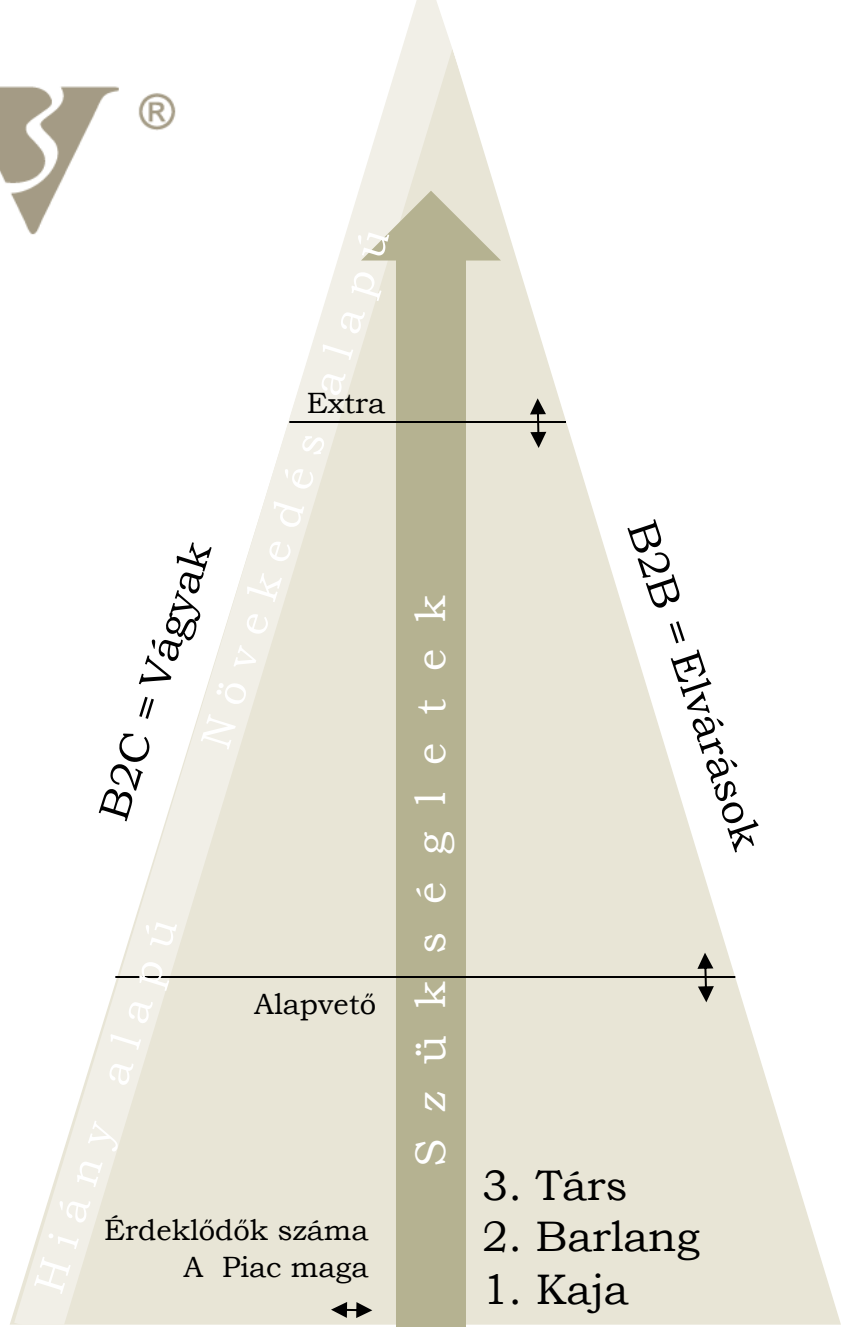
Pozícionálás



Copyright 2017

Mi a probléma?

Minek ide üzletkötő?



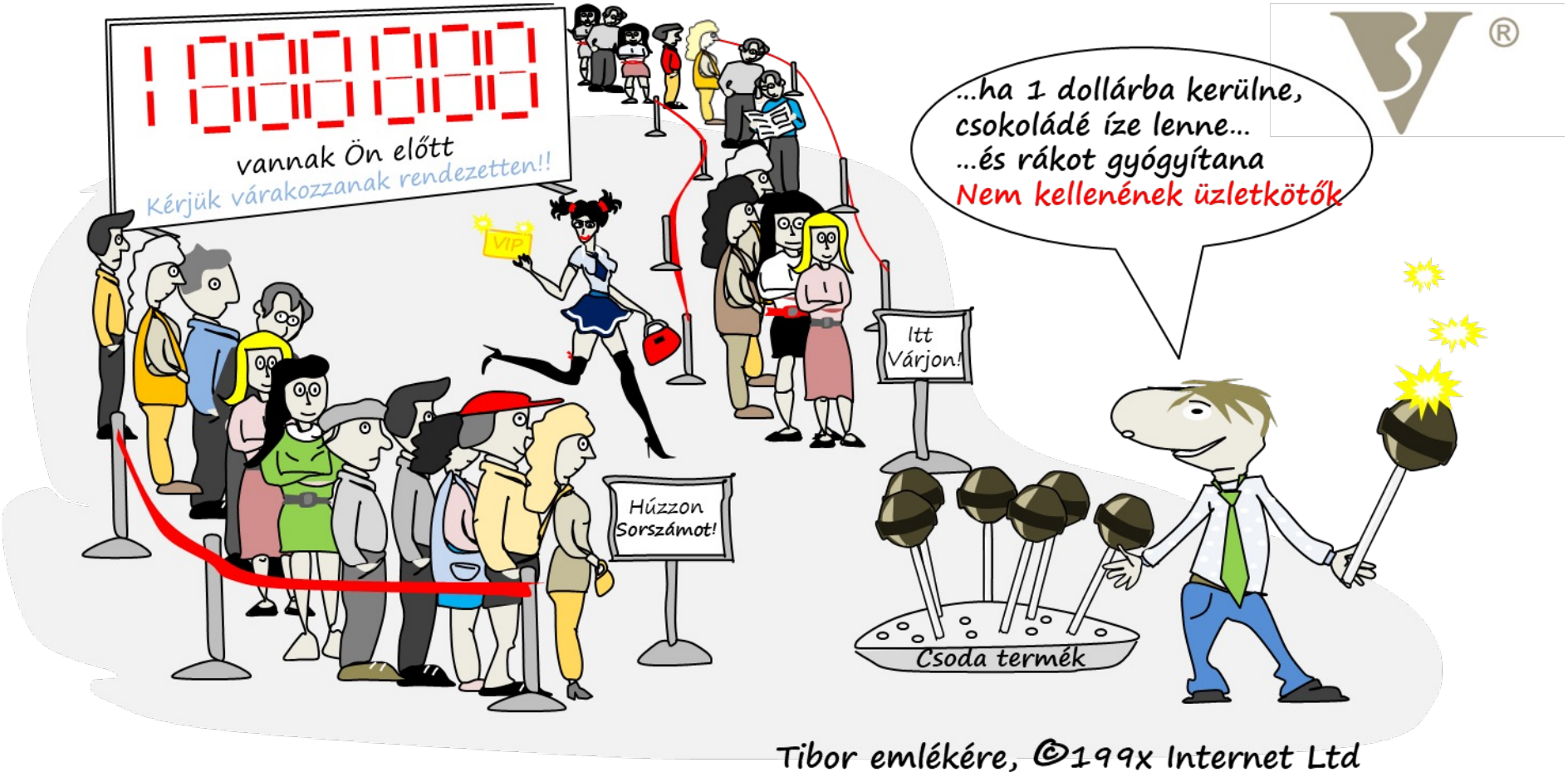
Maslow nyomán

A nem alapvető szükségleteket kielégítő termékeket el kell adni!

...és az alapvetőeket is (konkurens termékek)!

Copyright 2017

Idealizált világ



Mi történik?

Amikor elakadsz: Kötési próbálkozások

1. Kapcsolatfelvétel
2. Igényfeltárás
3. Ajánlattétel
4. Kifogáskezelés
5. Javított ajánlat
6. Kötési próbálkozások
7. Kötés

+1 Megerősítés

Termék és ajánlat bemutatása
Kapcsolat és érvek
Ügyfél kifogások kezelése
Mindent elmondtál – mégsem érti?

A fel nem tárt valóság! (objectives)
Átsegítés a döntésen - Hogyan tovább?
Check list:

1. **Forró pontok azonosítása**
2. **Financiális háttér**
3. **Döntési kompetenciák**
4. **Puttony**

Megérteni hogy mi történik!
Válasz Kötési Technikát

Copyright 2017

Check list

Miért nem haladunk?: Kötési próbálkozások

1. Forró pontok azonosítása – Objectives

Lappangó, de a döntést meghatározó, háttérben megbújó, ki nem mondott (vagy meg nem hallott) racionális és érzelmi pontok *listázása.* Az ügyfél és vállalata (nagy kép) üzleti céljainak lehető legpontosabb *megértése.* Nem elég csak a projekt céljai!! Perspektíva.

2. Pénzügyi Lehetőségek - Finance

A *valódi* pénzügyi lehetőségek (terhelés) megértése. Ez sokszor nem egyezik a kimondott vagy sugallt felszíni üzenetekkel. Nézd a számokat (ROI, Bevételek, profitabilitás, fejlesztési költségek, budget sorok,…)

3. Döntési képességek - Competencies

A döntési út feltárása, a formális és informális döntéshozók rangsorolása, és döntéshozási *képességük/módszertanuk* megértése. Az egyéni motivációk, mozgatórugók (Business Motivators), és a befolyásolási háló felrajzolása. Erre alapozva érvelj, mutass, és kötelezz el! Így válasz kötési technikát!

4. Puttony - Priorities

Mindenkinek sok dolga, feladata van! Ezek nem egyeznek a Tieddel! A döntéshozó/vállalat feladatainak és a fontossági sorrendjének megértése, célokhoz kötötten! Majd az ügylet fontosságának erősítése!

Copyright 2017

„ élményszerű, *finom* befolyásolás,
az igény tudatosításával,
az érdeklődő partnereként,
átsegíteni a döntésen

Tanulható! Módszertana van:
Tárgyalási Technikák + Döntési Technikák = Kötési Technikák

COPYRIGHT 2017

Kötési technikák

6-8 technikát ismer egy átlagos üzletkötő

5-öt tudna leírni (?!)

2-3-at használ!

Érthető, ha nem mindig működik !

Amit itt hallasz, úgy érzed *ismered*...
a kérdés az, hogy helyesen *felismered*...,
melyiket lehetne alkalmazni,
és *helyesen* végre hajtod-e?

Copyright 2017

Kötési Technikák

1 Momentum

Sürgősség légkörének megteremtése. Mindenki jól akar járni!

Hogyan?

1. Időnyomás előállítása. A „lehetőség ablak” (határidő) hangsúlyozásával kizökkenteni az ügyfelet a döntés halogatásából
2. Terelgesd! Ismételd ciklikusan!
3. Emeld ki a nyereséget!
4. Mindig maradj hiteles! Akkor is ha nem jött be! Ismételd, kreálj egy másik időablakot később!
5. Finoman, másként nem működik

Példa:

Limited offer, limitált raktárkészlet, limitált idő amíg az árat tartani tudod, limitált idő amíg a telepítés az eredeti határidőre elkészülhet

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

2 Klubtagság

A hovatartozás érzésének erősítése. Mindenki tartozni akar valahová!

Hogyan?

1. Jól válaszd meg a „társaságot”. Legyen értéke, legyen hasonló! A hasonlóság a vevő számára egyértelmű *értéken* alapuljon!
2. Hangsúlyozd a közvetlen v. közvetett előnyöket! Adj tippet kiaknázásukra!
3. Alkalmazz valós példákat! Érthető, ismert és *elismert* szereplőkkel!
4. Fesd meg a képet, ahol az ügyfél a clubban látja magát!

Példa:

Pozitív (implicit): sikeresek, ők már a terméket használják (Klubtagok)
Negítv (explicit), az ellenpélda oldaláról, a kimaradók: pl. az enciklopédiával házaló ügynök esete

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

3 Horog

A tulajdonlás érzésének erősítése. Az azonnal használhatom (birtokolhatom) érzésnek hangsúlyozása.

Hogyan?

1. Bontsd le az *elérés* korlátait még épp *elfogadható* lépésekre! A nagy döntést, kis döntésekre!
2. Ütemezd át a hozzáférés kötelezettségeit!: pl. fizetés, v. rendszer egy része elsőként
3. Egyértelműen kötelezd el!! Különben nem eladsz, hanem *odaadsz,* nem kötsz csak elodázod a döntést!!
4. Emeld ki a használatból fakadó előnyöket, idő skálára vetítve: a jövőhavi megtakarítás, a következő rendezvényen való alkalmazása, a kiírt céges KPI elérésében vállalt szerepe, a kívánt rendszer első eleme

Példa:

Holnap letelepítjük később v. részletekben fizet

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

4 Menekülő út

A mit veszíthetsz helyzet előállítása. A kipróbálás elérése. Itt a termék köt!!

Hogyan?

1. A termékbe fektetett maximális bizalom erősítése! Megismerhetőség!
2. A kiváló és *egyszerű* ügyfélkiszolgálás, az együttműködés jövőbeli útjának bemutatása, idegenkedés *lebontása*
3. Tüntesd el az *elérés* korlátait *teljesen!*
   B2B esetén minimális ügyfél fájdalom (=elköteleződés) kötelező! pl. installációs költségeket fizeti, teljesítési jegyzőkönyv, vagy havi díjat fizet a szolgáltatásért (nem eszközt vásárol),…
4. Összegezd az elvárásait, előzetesen! Fogadtasd el vele! A próba során azok teljesülésének tudatosulására fókuszálj!! Írásban, 2 oszlopban: elvárás, valóság, számok kellenek az előnyök mellé! (mérés)

Példa:

Telepítünk, pilot a meghatározott ügyfél elvárások prezentálására a saját üzleti környezetében! Ha nem teljesülnek elhozzuk az eszközt!

Copyright 2017

Kötési Technikák

5 3.fél

Megerősítés érzésének erősítése. Harmadik hiteles fél bevonása által!

Hogyan?

1. Cél: a hazabeszélés érzésének csökkentése.
2. Cél: a tapasztalati valóság (=ahogy egy másik szereplő megéli) bevonása a meggyőzésbe
   1. Használj konkrét esettanulmányt! *Azonos* iparág, *azonos* méretek, *azonos* ügyfél elvárás vagy problémák.
   2. Használj ajánlásokat! Meglévő ügyfél bevonása. Jól válasz! Személyiség jegyek, illeszkedése! Hajlandóság és képességek!!
   3. Keress elismert szakembereket, de tudj bízni benne, hogy nem viszi el az ügyfeled! Teszteld!

Példa:

Referencia és teszt helyszín és könnyen elérhető esettanulmányokat (online) tiszta üzleti kommunikációval és érték azonosítással

Copyright 2017

6 Nagy utazás

Megerősítés érzésének erősítése. Harmadik hiteles fél bevonása által!

Hogyan?

1. A termék/szolgáltatás akcióban! A tapasztalati valóság bemutatása
2. A meggyőzés idejének kiterjesztése. Az elfoglalt döntéshozó vagy döntés előkészítő személyekkel történő „korlátlan együttlét” megteremtése
3. Az informális ügyfélkapcsolat kialakítása. A döntéshozó motivációsrendszerének (Business Motivators) teljesebb feltárása
4. Elkötelezés: „együtt őriztük a nyájat”
5. Valódi élményt és üzleti értéket adj!

Példa:

Referencia látogatás egy illusztris (nemzetközi) helyszínen

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

7 A Másik NŐ

Alternatív ajánlat bemutatása. A választás felé való orientáció, szemben a NEM választásával

Hogyan?

1. Mutass be egy alternatív lehetőséget vissza-vissza térően
2. Pozícionáld alá az eredeti ajánlatnak tartalmát tekintve *jelentősen* és árazását tedd kedvezőbbé *valamivel*
3. Az elérhetőbb árat hangsúlyozd, de mutass rá *finoman* a kevésbé kedvező ár-értékarányra
4. Valós alternatíva legyen, így mindketten, mindenképp nyertek.
5. Profiknak: látszólag elzárni az eladni kívántat, de folyamatosan képben tartva *utalgatni* rá

Példa:

„…ha a Hufnágel Pistihez menten volna…”

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

8 Number 1

Az elsőség érzésének erősítése. Pozitív élménnyé alakítani az ismeretlen üzleti kockázatokat, a bizalmatlanságot

Hogyan?

1. „Az elsőt nem felejtik el!” Első = győztes. Első egyszer lehet egy új irány/termék/szolgáltatás életében
2. A vevő jövőbelátó szerepének felerősítése
3. Használj pozitív szavakat mint nyereség: iparági trend építő, innovátor, bátor újító, élharcos
4. Nem működik akárhol! Újító karaktereket válasz!
5. Tudatosítsad a nyereséget több szinten: az üzleti (versenytársak), és a nem megfogható értékek (intangibles, egyéni „márka”=személyiség, céges márka v. addicionális célok teljesülése) szintjén is *egyértelműen*

Példa:

Már akkor látta a jövőt, mikor még senki nem hitt nekünk…

Copyright 2017

9 Biztonság

A kiszámíthatóság, megnyugtató érzésének erősítése. A többség rendre, biztonságra, problémamentességre vágyik

Hogyan?

1. A veszély feltárása, tudatosítása, majd megoldás kínálás.
2. Tudta ön azt, hogy…? Gondolt már arra, hogy mi történik akkor,…?
3. A szituáció megfestése és *számokban* való elmélyítése
4. A számok összekapcsolása az ügyfél céljaival és a hozzáadott érték *nagyságrendjének* (hozzáadott érték) központba állítása
5. A megteendő lépés (döntés) súlyának kisebbítése az „elvart szálak” nyereségéhez képest.
6. Ökölszabályok alkalmazása, összegző érvelés

Példa:

Biztosítási szakma

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

10 Angyal és az Ördög

A tudatosság megnyugtató érzésének erősítése. A döntés professzionalizmusának, folyamatának hangsúlyozása által.

Hogyan?

1. Fogalmazd meg, írd le a célt röviden! Fogadtasd el!
2. Listázzad a mellette (Angel=Pros) ellene érveket (Devil=Cons)
3. Egy lap jobb és bal oldalán, egymással szemben, mérleg szerűen
4. Tudatosítsad az előnyöket és kezeld az ellen érveket (kockázatok)
5. *Együtt* beszéld át az ügyféllel! Pontonként haladj! Pipáld ki! Szerezd meg *egyenként* az igeneket!
6. Ha nem mind igen, megkapod min kell még dolgoznod!!!
7. Összegezz, vizualizálj. Így mutasd be a döntés képét, térképét!

Példa:

Már minden elhangzott részedről és az ügyfél részéről is, mégsem halad

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

Példa: Angyal és az Ördög

Angel	vs.	Devil
1. Good team – founders 2. „Blue ocean" market potential 3. Product ready - patents 4. Momentum ▪ EU (world) focus on Environment ▪ HE 2027 ▪ CO quota system ▪ Fresh approach to offer solution ▪ Ready – team in place ▪ Over the first hurdles 5. Exit – doable opportunities ▪ Trade sale ▪ extend theirs product portfolio ▪ Pricing = Integration Value ▪ Innoenergy shareholders		1. Novel concept – VERY difficult market introduction (time&money!) 2. COVID19 – low Capex budgets, difficult market entry 3. Business Model is not validated 4. Emergence of more „sexy" technologies 5. Sales method unclear– positioning challanges –slow entry so far 6. No „off the shelf" offer 7. High valuation - increased risk 8. High level of support (use of time)

How To Do

1. V3P added value:
   1. Hands on work based on our in house skill set. Focus points from score card! (quick wins)
   2. Keep focus on company development: hot points of Deal F.O.R.M. (mid runs)
   3. Financing partner (if needed)
   4. HE 2027 tender management
2. Y1 – Goals
   1. Define and Verify Business Model
   2. KPIs: (1)Revenue stream, (2) Nr. of new clients, (3) Nr. of new Partners (4) Gross Margin
   3. Jointly Adjusted/Accepted financial plan

Copyright 2017

11 A segéd

Az elfoglalt döntéshozó radarjára való rákerülés. „Szeretném, de most nem érek rá ezzel foglalkozni…”

Hogyan?

1. Vedd kezedbe az irányítást!
2. A *saját* cégén belül is megnyerve a *saját* döntést előkészítő kollégáit. Szervezd csapattá őket. Titkárnők, portások, a szerződés előkészítői, a műszaki tartalom összeállítói, pénzügyesek,….
3. Gördítsed tovább, de tájékoztasd *folyamatosan,* hogy lássa mit csinálsz, különben le fog állítani.
4. Az információért hajts a belső csapattól, de *TE dolgozz*!
5. Cél: mindent előkészíteni, hogy az elfoglalt ember „csak” aláírni kelljen!
6. Ha ügyes vagy, nem csak kötsz, hosszútávú kapcsolatra teszel szert!

Példa:

Pályázati kiírás megírása, belső döntés előkészítő prezi/doku elkészítése

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

Példa: A segéd

12 Ajándék

A jól járok érzésének erősítése. Mindenki előnyös üzletet szeretne kötni. Főként másokhoz képest!

Hogyan?

1. Told meg az ajánlatod valami számára értéket jelentő plusszal! Add „ingyé”!
2. Fontos hogy előtte már *ismerje* az ajándék termék, szolgáltatás értékét és *árát*!
3. Olyan ajándékot válassz, ami számára több (használati) értéket jelent, mint amibe számodra (az előállítása) kerül!
4. Hangsúlyozd, hogy csak neki, csak most, mert fontos számodra, mint ügyfél!

Példa:

A havi szolgáltatási díjat x hóanpra/évre elengeded. Egy nagyobb termék csomagot kap (több funkció) a kisebb csomag áráért,…

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

13 A Főnök bedobása

A fontosság érzésének erősítése v. egy elakadt folyamat újra élesztése. Mindenki a legfontosabb emberrel szeretne üzletelni. Ettől saját fontossága is erősödik.

Hogyan?

1. Teremtsed meg az apropót! Ez fakadhat a helyzetből magából!
2. Konferáld fel a Főnököt, vezesd fel a rangját, tudását, szakmaiságát,… egyszóval fontosságát! Kommunikáld *előzetesen*!
3. A találkozón is mutasd be, de utána bízd rá a beszélgetést! Ne vágj közbe! Hagyd, hogy egy új logika kialakuljon, látásmód érvényesüljön. Ez a cél!!
4. Különösen ne firtasd „ az én is ezt mondtam”, mert pont nem az számít!!
5. Nézz fel a Főnökre, ezzel erősíted szerepét! A Főnök új dolgokat is adhat, enged olyanban amin eddig esetleg befeszültek az álláspontok. Ez a cél!!
6. Főnök (=újember) bárki lehet: szakmailag, strukturálisan, nemzetközileg,…

Példa:

A kitárgyalt szerződés aláírása előtti megerősítő elköteleződés

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

14 Emlékeztető

Az elmaradt haszon folyamatos fókuszban tartása, ezzel a döntés sürgetése. Mert senki nem szeret veszíteni.

Hogyan?

1. A kihagyott/elmaradt lehetőség (Opportunity Cost) szem előtt tartása, egy elfoglalt, túlterhelt döntéshozó előtt!
2. A „mi lenne ha, már itt lenne a termék…” hangsúlyozása számokban! Vagy használati értéken: egyszerűbb folyamatok kevesebb hiba (=minőség)
3. Ciklikusan, de különböző módokon: riport alapú kalkulációk az elmúlt hónapról, előrejelzés alapú számítások, szóban, írásban, harmadik fél példáján keresztül,…
4. Biztos, hogy túlzó (erőteljes) és ezért veszélyes (bár néha indokolt) ha a „mi lenne ha” helyett az „én megmondtam előre” a kommunikáció

Példa:

Önszorgalomból elvégzett elemzés az ügyfél által biztosított adatokon az új technológiával, visszatérően

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

15 Tükör***

Az elköteleződés erősítése (érzelem) A lényeg feltárása (értelem)

Hogyan?

1. Hol is tartunk tulajdonképpen? Sok mindenről, beszélgettünk, de meddig is jutottunk? Melyek a fix pontok, sarokkövek? Közeledünk egymáshoz?
2. Az érdeklődő ismerkedik (ismeri) a terméket, barátkozik a vásárlás gondolatával, ezért kérdéseket tesz fel a termékről, kondíciókról
3. Fordítsuk meg a kérdést, és kérdezzünk vissza: „ha ezt tudná a termék…, akkor az rendben lenne…?
4. Mikor már sok időt eltöltöttünk, használhatjuk az összegző kérdések technikáját: „Ha jól értem arra lenne szüksége, hogy…igaz? És akkor ez megfelelne önnek, ugye?
5. Cél: az igenek gyűjtése, ezért nagyon körültekintően tegyük fel a kérdést!
6. Profi: ha a kérdésbe orientációt is csempészünk: „…azért, hogy…”

Példa:

Gyakorolhatunk otthon a családban is (csak ki ne szúrják ☺)

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

16 Másik nézőpont

A döntési szempontok feltárása és elmélyítése indirekt módon, hogy tudjuk mit is kell legyőzni, megválaszolni.

Hogyan?

1. Hol van a kutya elásva? Mi a lényeg?
2. Mikor nem akar tisztulni a döntési szempontrendszer, vagy az ügyfél nem hajlandó ezt megosztani velünk, ugyanakkor időt biztosít, akkor alkalmazható egy alternatív gondolatsor bemutatása.
3. Cél: az ellenpont állításával, az ügyfél érvelésének előhívása, melyből leszűrhetjük a lappangó döntését (fejében már kialakult) és felszínre hozhatjuk.
4. Ezután már látjuk, minek kell *valójában* megfelelni. Ezután erre fókuszálunk!

Példa:

Az iparágban, köztudatban lévő egyéb alternatívák, (mint Al Pacino)

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

17 Scoring

A döntési szempontok feltárása, elismertetése és rangsorolása, hogy mindenki számára azonos legyen

Hogyan?

1. Egy kottából énekeljünk! Sokszor az a legnehezebb az Igényfeltárás során hogy a *valódi* igényeket, meghalljuk a nagy zajban. Ez kritikus a kötés szempontjából!
2. Máskor az sem egyértelmű, hogy az ügyfél fejében kialakultak az elvárások (objectives). Ez sokszor előáll, ha a lehetőséget vagy egyenesen az igényt, mi magunk mutatjuk be és keltjük fel, így egyszerre tanulunk egymásról, de nem *azonosak* a fontossági sorrendek.
3. Szinkronizálni kell! Szedjük össze a legfontosabb célokat és rangsoroltassuk az ügyfélel. Jól értem hogy X fontosabb, mint Y az ön/vállalatának? Akár valódi pontokkal (1-5) elláthatjuk őket. Vizualizáljunk!

Példa:

A profit, a növekedés ill annak területi vagy bevételi számai a fontosabbak. Netán egyéb immateriális vállalati célok

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

18 Párkereső***

Az elvárások listázása és pontonkénti megválaszolása. A döntési folyamat objektivizálása és vizualizálása.

Hogyan?

1. A B2B üzletkötés inkább a szükségletekről szól, mint a vágyról!
2. Listázzuk az ügyfél számára fontos szükségleteket (features) és írjuk mellé, hogyan elégíti ki ezeket, pontonként és maradéktalanul (lehetőleg) az ajánlatunk.
3. Fontos papíron vizualizálni a párokat!
4. Üljünk le vele, hadd tegye fel a kérdéseit, és válaszainkkal mélyítsük el a megértést!
5. Cél: megmutatni, hogy az üzlet hogyan elégíti ki a szükségleteit és céljai elérését
6. Profi: tömör, 1 oldal, szókapcsolatok kifejező jelzőkkel, számok, KPI-ok

Példa:

Probléma&Megoldás vázlat (Pains and Gains), Feature Benefit tábla

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

Kötési Technikák

Példa: Párkereső

1. 15 m2 installációs területre be kell férnie — 90% hely megtakarítás, be fog férni ! ✓

2a EKR igénybevétele
2b és a zöld „gondolat” kimutatható kell legyen — Kiszámoltuk, XmFt auditorokat bemutatunk minősítés alapján objektív ✓

3. Min 20% energia megtakarítás esetén érdekel — Szerződésben vállaljuk, ha nem teljesül….XX ✓

Az ügyfél szavait használd elvárásai leírására

Egyértelmű válaszok: a vállalás pontokként megfogalmazva, írásban

Copyright 2017

19 A Tanácsadó

Az informális kapcsolatok erősítése. Támasz a döntésben az empátián keresztül

Hogyan?

1. A „kemény üzletkötő” helyett az „empatikus tanácsadó” szerep kivívása
2. A döntéshozó helyzetének megértése amúgy is az üzletkötés alapja. Álljunk át az Ő oldalára, lássunk az Ő szemén keresztül és értsük meg a kihívásait.
3. A kiváló szituáció felmérés hozzásegít a visszautasíthatatlan ajánlat kialakításához, a finom részletek megértéséhez
4. Az empatikus megközelítés erősíti az informális kapcsolatot, ami tágabb teret ad a manöverezésre
5. Cél: az egyensúly megtalálása. Legyen tiszta: tanácsadóként viselkedünk, de eladni akarunk, az időnket ezért kapja.

Példa:

Támogatás a belső ellenzékkel szemben (pl. új technológiák)

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

20 A Festő

A helyes döntés következményeként előállt helyzet megerősítése. Mindenki kiszámíthatóságra vágyik.

Hogyan?

1. Megfesteni a döntés következményét *előzetesen.* Az új világot ahol a szükséglet kielégített, egy gonddal kevesebb, „ a gép forog az alkotó pihen”
2. Megfesteni az eredmény közvetlen és közvetett hatásait. Pl.: egyszerűbbé vált a folyamat, csökkent az elvándorlás vagy előléptetés, siker, jobb munka körülmények
3. A beszélgetések során nem a közvetlen időnyomást hangsúlyozzuk, hanem az elkövetkező új világ előnyeiről beszélünk.
4. Cél: a változtatást (döntés) kiszámíthatóvá tenni, megbarátkoztatni a következményekkel a kockázatok, a migráció, feladatok helyett a várható eredményeket előtérbe hozva

Példa:

Ez a terem itt felszabadulna és megvalósítható lenne benne….
Egy hightech világ tisztasága, átláthatósága, mérhetősége

V3 Partners Inc.
Copyright 2017

„Küzdj tovább, mert a világon semmi sem helyettesítheti a kitartást.
Tehetség nem, mert a világ tele van tehetséges, de sikertelen emberrel.
Zsenialitás sem, mert a világ tele van meg nem értett zsenivel.
Műveltség sem, mert a világ tele van tehetetlen művelt emberrel.
Csak kitartás és elhatározottság vezet sikerre.”

(Calvin Coolidge, amerikai elnök, 1923-1929)

Hajrá!

További segédanyagok: v3partners.hu

Copyright 2017