



Факторы и стратегии успеха Евролайф Молдова

Евролайф Конгресс 2010...стр.9



Церемония награждения..стр.11



Путешествие в Китай..стр.12

также в этом выпуске:

- Обращение руководства...стр.2
- Факторы успеха продаж...стр.3
- Новости ГРАВЕ Молдова...стр.4
- Тренинги по продуктам...стр.5
- Стратегии гениального продавца...стр.6
- Полезная информация...стр.16

Обращение руководства

Уважаемые директора и сотрудники!

2010 год не был простым для Евролайф Групп. Каждая из компаний, входящих в состав Евролайф, сталкивалась с различными проблемами, которые были успешно разрешены благодаря постоянной совместной работе. Ярким доказательством этому являются показатели по продукции за 2010 год.

Мы также успешно справились с самым большим препятствием – мировым экономическим кризисом. Только лучшие компании смогли «с отличием сдать этот экзамен». К ним относится и компании входящие в состав Евролайф Групп!

Уважаемые директора и сотрудники!

2010 был еще один год последствий Мирового Финансового кризиса, который не прошел для нас бесследно. Но мы доказали, что мы - лучший страховой посредник на рынке Молдовы и смогли сохранить наши превосходные результаты.

Доказательством этому служат награждения лучших сотрудников 2010 года на рождественском конгрессе 2010: госпожи Алёны Тарновски и госпожи директора Михалины Карпенко, победивших в номинациях лучший новый сотрудник года и лучший директор 8-го уровня по результатам всех стран Евролайф. Примите мои сердечные поздравления и огромную благодарность за этот превосходный результат, за Вашу работу, которая соответствует девизу компании **«Together on the top»!**

Евролайф Молдова не собирается нежиться на лаврах уже достигнутых успехов, мы находимся в постоянном поиске новых задач, следующих еще больших успехов! 2011 год станет нашим годом, очередным великолепным годом, под знаменем Евролайф!

Чтобы укрепить и развить нашу позицию мы запланировали в этом году следующие мероприятия, позволяющие укрепить наши позиции:

- Укрепление внутренней структуры образо-

вания MBA (ежеквартальный тренинг)
• Тренинг по продуктам с ГРАВЕ Карат (ежеквартальный тренинг)
• Конкурс ГРАВЕ Карат с призовой поездкой в Австрию
• Академия директоров
• Усовершенствованный сервис и обслуживание работы консультантов позволяющий воспользоваться он-лайн функцией «Личный кабинет» (Структурный анализ, расчетный лист, и многое другое)

Благодаря последовательной и усердной работе, несмотря на сложную экономическую и политическую ситуацию в стране, Вам удалось добиться прекрасных годовых результатов.

За это, уважаемые дамы и господа, я выражаю Вам свою искреннюю благодарность!

Желаю Вам удачи и успехов в 2011 году!

Ваш Михаэль Рихтер,
Генеральный менеджер
Евролайф Групп

Все вышеперечисленные мероприятия только тогда будут иметь успех, если мы не будем терять из виду самый важный фактор успеха в нашем бизнесе. Наша совместная работа, успешное сотрудничество сбыта, администрации и страхового партнера – важнейший фактор и ключ к успеху нашей компании!

Если мы и в будущем будем продолжать идти нога в ногу этой дорогой, то будущее будет принадлежать нам, принадлежать EUROLIFE!

Желаю Вам успешного, счастливого и здорового 2011 года!

С наилучшими пожеланиями,
Патрик Кольб
Региональный менеджер
Евролайф Молдова

Факторы успеха в продаже

Вы не задавали себе вопрос, почему другие успешнее Вас? Или, как можно достигнуть еще большего успеха? Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо рассмотреть следующие факторы, которые помогут Вам добиться еще больших успехов в Вашем бизнесе.

Фактор 1 – Рынок

Первый определяющий фактор Вашего успеха – это рынок, на котором Вы работаете. Благодаря социально-экономическому положению, - западно-европейский рынок развит лучше, чем рынки Центральной и Восточной Европы. Хотя, до экономического кризиса они развивались намного стремительней, чем в Западной Европе. Кроме того, после экономического кризиса, в третьем квартале 2010 года, восстановление финансовой стабильности в Центральной и Восточной Европе проходило намного быстрее.

Являясь частью процветающего рынка, население Западной Европы заботится не только о сегодняшнем, но и завтрашнем дне. Такие вопросы как – «Смогу ли я и в будущем обеспечивать сегодняшний жизненный стандарт?» или «Будет ли обеспечена моя семья, если со мной что-то случится?» - стоят на первом плане. Сегодня в области страхования жизни на западно-европейском рынке существует, так называемый, «вытесняющий рынок»: множество страховых компаний – низкий потенциал клиентов. Страховой рынок Центральной и Восточной Европы находится в начальной фазе своего развития. Этим шансом надо воспользоваться прямо сейчас!

Как раньше, так и сегодня, многие жители Центральной и Восточной Европы находятся в трудном финансовом положении. Их главной задачей является выжить сегодня, забота о своем будущем и будущем своей семьи находятся на втором плане.

С быстрым восстановлением рынка Центральной и Восточной Европы меняется и ход мыслей, люди начинают задумываться о будущем. Воспользуемся сейчас этим уникальным шансом и поможем нашим клиентам, - посредством ориентированного на потребности обслуживания сделать правильный выбор продуктов обеспечения их финансовой стабильности в будущем.

Фактор 2:

Страхование жизни – испытанный многими десятилетиями продукт финансового обеспечения будущего. Долгосрочное накопление капитала, связанное с сопровождающей страховой защитой отвечает потребностям наших клиентов. Доверие консультанту и вера в продукт создают основу той надежности, которая необходима нашим клиентам. Какой продукт, кроме продукта страхования капитала, дает 100%ую гарантию капитала?

Какой продукт гарантирует клиенту проценты и его участие в прибыли предприятия?

Какой продукт предлагает страховую защиту с возможностью постоянного накопления капитала?

Всеми этими качествами обладает продукт страхования жизни.

ЕВРОЛАЙФ Групп работает с партнерами, имеющими многолетний международный опыт и предлагающими продукты, отвечающие нуждам и потребностям клиентов. Партнеры Евролайф страхуют самое большое сокровище, которым мы владеем, – нашу жизнь.

Фактор 3 – Ваш настрой

Первые два фактора определяют Ваш успех на 15 %. 85 % Вашего успеха зависит от личного настроения! И на вопрос как можно достичь настроения, направленного на успех, существует очень простой ответ - осознанным положительным мышлением!

Два дополнительных фактора влияют на Ваш успех как личной жизни, так и в продвижении по карьерной лестнице. Во-первых, Вашим, к сожалению, очень часто встречающимся в нашей жизни и обусловленным повседневностью, негативным мышлением. Говоря: «Я попробую это сделать» или «Может у меня это и получится» уже запрограммирована неудача, невозможность достижения целей, занижение самооценки. Но фразы: «Я это сделаю», «Я достигну этого» или «Это мои цели, которых я достигну» – яркие признаки положительного мышления.

Мысли материальны!

Вера в себя, в свой бизнес, положительное обращение с самим собой превратят Вас в успешного человека. Ставьте перед собой реальные, определенные временем, достижимые цели. После достижения цели – осознанно наградите себя! После достигнутого успеха Вы станете намного сильнее и увереннее в себе. И когда у Вас появится это новое чувство уверенности и повысится чувство собственного достоинства, Вы станете магнитом для людей с положительным настроением. Ваша жизнь в Ваших руках. Направьте ее в положительное русло и наслаждайтесь Вашим успехом в личной и трудовой жизни.

Важно, это сделать СЕЙЧАС!

Михаэль Рихтер,
 Генеральный Менеджер
 Евролайф Групп



Новосту Grawe Carat Asigurări SA

У GRAWE CARAT Asigurări A.O. в новом году новые изменения



Начиная с 2 февраля 2011 у Страховой компании "GRAWE Carat Asigurări" A.O. новый Генеральный директор в лице г-жи Вероника Малкоч.

Г-жа Малкоч вступила в должность генерального директора после своего предшественника, г-на. Питера Касика, который занимал эту должность в течение почти семи лет, т. е. с момента появления группы GRAWE на рынке страхования Молдовы. Господин Касик, руководивший все эти годы работой дочерних компаний GRAWE в Румынии и Молдове, совместно с руководством группы GRAWE пришел к решению, что страховое общество в Республике Молдова является зрелой и твердой

компанией и управление на местном уровне - это лучший вариант для обеспечения деятельности, соответствующей как местным, так и международным стандартам группы. Господин Касик направит все свое внимание на дочернюю компанию в Румынии, впоследствии оставаясь членом наблюдательного совета "GRAWE Carat Asigurări". В состав Правления "GRAWE Carat Asigurări" A.O. войдут: г-жа Вероника Малкоч - генеральный директор, г-н Пауль Свобода - заместитель генерального директора и г-жа Ева Тусини - член Правления.

Вероника Малкоч была частью команды GRAWE с момента открытия компании "Grawe Asigurări de Viață" A.O. в 2004 году, занимая должность директора по страхованию жизни, после чего в 2010 году стала Директором по Страхованию Жизни и Общего Страхования компании "Grawe Carat Asigurări" A.O.

Новый директор ставит перед собой те же цели сохранения традиций качества и профессионализма, которые характерны компании и группе Grawe. Присутствие местного руководства важно, так как это позволяет быстрее и эффективнее управлять структурой компании, что, в первую очередь,

принесет выгоду ее клиентам.

Забота о наших клиентах и удовлетворение их пожеланий является основной нашей целью, и именно поэтому, из года в год, мы постоянно совершенствуем предлагаемые продукты и услуги и улучшаем их качество. Хорошие отношения с клиентами зависят от нашей способности дать компетентный и профессиональный совет, предоставить страховые продукты, которые покрывают все основные риски и защиту для каждого.

Вы - команда, которая выполняет огромную работу по страхованию жизни, что способствует повышению культуры страхования в Республике Молдова, что в свою очередь является целью компании „Grawe Carat Asigurări” A.O. Если Вы продвигали страхование жизни как нечто необходимое, значит, вы помогли изменить привычный образ жизни продемонстрировав клиентам преимущества страхования жизни. Вместе с Вами мы добились хороших результатов в 2010 году, за что мы благодарим Вас и желаем Вам успехов в Вашей деятельности и успешного сотрудничества в будущем.

С уважением,

Правление "Grawe Carat Asigurări" A.O.:

Вероника Малкоч, Генеральный Директор

Пауль Свобода, Заместитель Главного Директора

Ева Тусини, Член Правления

Тренинги по продуктам Grawe Carat Asigurări SA 2011

18.01.2011 г., нашим страховым партнером GRAWE CARAT Asigurari SA, был организован первый в этом году тренинг по продуктам для наших сотрудников. Данный тренинг позволяет сформировать и лояльность к продукту, и получить все необходимые знания о предлагаемых продуктах. Владение данной информацией позволяет консультанту чувствовать себя уверенно перед клиентом и четко отвечать на любые вопросы.

Информированный консультант, знает о продукте всегда больше, чем потребитель, и на коммуникативном и эмоциональном уровне как эксперт чувствует себя более уверенно и может в случае необходимости развить дискуссию о продукте.

Это важно — любой может отличить консультанта, знающего текст только в рамках информационной брошюры, от консультанта, который хорошо знаком с предлагаемым продуктом.

Благодаря тесному сотрудничеству с нашим партнером нам удалось улучшить знания о продуктах 18 консультантов ЕВРОЛАЙФ Молдова.

Следующие тренинги по продукты запланированы на:

Месяц	Дата
Апрель	12.04.2011
Июль	19.07.2011
Октябрь	25.10.2011

Мы желаем Вам успеха!



Стратегии гениального продавца

Быть продавцом – это профессия. Профессия, которой можно обучиться. Если этого захотеть, если Вы готовы снова и снова получать новые знания, постоянно повышать квалификацию. Как говорит Ричард Бах в своей замечательной книге «Иллюзии»: «Конечно, может получиться и так, что для этого тебе придется поднапрячься!». Гениальный продавец, в первую очередь должен обладать правильным настроем и постоянно тренировать необходимые стратегии.

7 Шагов стратегии продаж

1. Шаг

Консультант: «Когда Вы планируете прекратить работать?»

Избегайте фразы: «Как долго Вы должны еще работать?». Объяснение очень простое: после вопроса «Когда Вы хотите прекратить работать?» у Вас возникают яркие картины об отдыхе, покое, возможности подольше поспать, съездить в отпуск и т.д. После вопроса «Как долго Вы должны еще работать?», из-за слова «должны», появляется неприятное чувство неизбежности, обязательности, необходимости и т. д. Итак, Вы ждете ответа на вопрос «Когда Вы планируете прекратить работать?» и продолжаете беседу.

2. Шаг

Консультант: «Если бы Вам было ... лет, какую дополнительную пенсию Вы хотели бы ежемесячно получать? То есть, к Вашей законной пенсии? Представьте себе 365-дневный отпуск... Итак, какую дополнительную пенсию Вы хотели бы получать? Подумайте лучше о большей сумме, чем о меньшей, потому что еще никто не сэкономил слишком много. Вы согласны со мной?»

(Психология: если Вы хорошо отрепетурируете это предложение, многие из Ваших клиентов будут думать о большей сумме. Это хорошо помогает во время беседы о продаже, для получения клиентом реальных представлений о финансовом обеспечении в будущем).

Возможный дополнительный вопрос консультанта: «Уважаемый клиент, когда Вы тратите больше денег, во время работы или когда Вы наслаждаетесь своим свободным временем?»

Клиент: «В свободное время».

Консультант: «Вот видите, если в возрасте у Вас круглый год будет свободное время плюс 365-дневный отпуск, Вам понадобится больше или меньше средств?»

Клиент: «Конечно больше»

Консультант: «Точно! Итак, какую дополнительную пенсию Вы хотели бы получать? Думайте лучше о большей сумме, чем о меньшей, потому что еще никто не сэкономил слишком много. Вы согласны со мной?»

3. Шаг

Консультант: «Какого возраста Вы хотите достичь? Как мы знаем, мужчины по статистике достигают... лет, а женщины ... лет. И никто слишком много не сэкономил.

4. Шаг

Консультант: «Какой капитал будет необходим Вам на момент прекращения трудовой деятельности?»

Просчитайте вместе с клиентом точную сумму капитала (с момента выхода на пенсию до предполагаемой в соответствии со статистикой продолжительности жизни, датой смерти X желаемая сумма дополнительной пенсии = необходимая сумма капитала)

5. Шаг

Консультант: «Хорошо, итак сколько Вам сейчас лет?»

После ответа клиента, - сразу же спросите его: «Сколько Вам осталось до пенсионного возраста?»

Просчитайте в уме, соответствует ли возраст договору.

Консультант: «Хорошо, уважаемый клиент, это означает, что у нас ... лет, чтобы накопить необходимый капитал в размере ... Консультант: «Можно еще раз уточнить?»



Итак, Вы повторяете: «Мы говорили, что вы хотите в ... лет выйти на пенсию, после чего Вы желаете получать дополнительную пенсию (называете сумму). Умножив на те года, в течение которых Вы хотите наслаждаться Вашей пенсией, получается ... сумма.

И мы говорили, что еще никто не сэкономил слишком много, согласны?

У нас в распоряжении ... лет, чтобы накопить капитал в размере ...

Если клиент с Вами соглашается:

6. Шаг

Консультант смотрит в таблицу тарифов: «Господин/госпожа ... , это означает, что в настоящий момент Ваш годовой вклад составляет ... (например: 1.380,-- €) долларов. Что Вам нравится больше? 1.300,-- € или 1.500,-- €! Не забывайте о том, что еще никто не накопил слишком много!»

Но это еще не все. Вы можете задать пару альтернативных вопросов: «Сегодня 10-е число. Вы хотели бы начать программу сегодня, или же со следующего месяца?»

7. Шаг

Консультант берет договор и спрашивает клиента: «Хорошо, уважаемый клиент, что еще, с Вашей точки зрения, мешает заключению договора?» и, смотря клиенту в глаза, ожидает ответа.

Клиент: «Нет, в принципе ничего.»

Консультант : «Хорошо, уважаемый клиент, значит нам осталось только заполнить договор». И незамедлительно заполняйте договор.

В случае возражения клиента - используйте метод Бенджамина Франклина.

Он действует так:

Вы берете чистый листок бумаги, проводите вертикальную линию и говорите: «Я провожу сейчас вертикальную линию. С одной стороны мы запишем все «За», а с другой - все «Против». Мы записываем все причины, которые относятся к одной или другой точке зрения».

За	Против

Следите за тем, чтобы на стороне «За» было больше аргументов. Помогайте клиенту под-сказками, например: «Мы еще говорили, что преимущество в том, что ... Мы записываем все преимущества с правой стороны, поэтому я хочу еще добавить, что ...»

Когда список составлен, и на стороне «За» больше записей, консультант говорит: «Уважаемый клиент, теперь Вы видите, что преимущества перевешивают недостатки. И мы также говорили о том, что еще никто не сэкономил слишком много, согласны? Давайте приступим к заполнению договора». И сразу же приступайте к заполнению договора.

Есть еще возможность, особенно, если на стороне «Против» больше аргументов, все «Против» превратить в «За» и параллельно вычеркивать их из списка аргументов «Против» и записывать в список «За». Дополните: «Хорошо, уважаемый клиент, давайте еще раз взглянем на Ваши аргументы «Против» и подумаем, что в них есть положительного. Я только тогда буду удовлетворен, когда буду точно знать, что Вы абсолютно довольны».

Если Вы с помощью семи шагов стратегии продажи добились заключения договора – поздравляю! Не забывайте о следующем:

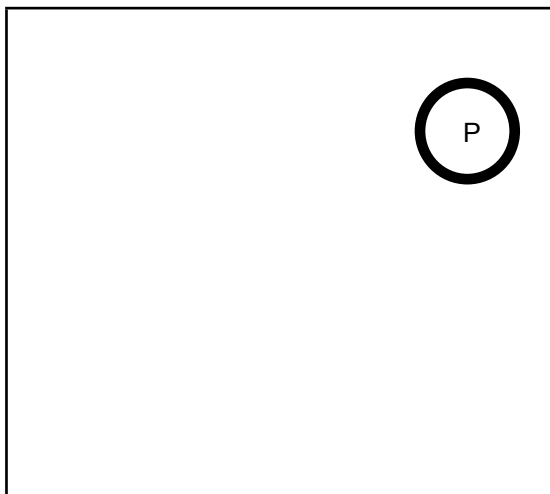
1. Рекомендации

“Утки откладывают яйца в полной тишине. Куры квохчут как ненормальные. И каков итог? Весь мир ест куриные яйца!”

Генри Форд,
производитель американских автомобилей

Представьте себе, что Вы настоящий профессионал в продаже, но Вы не владеете умением продавать по рекомендации. После того, как Вы обработаете весь список Ваших клиентов, Вы опять начнете с нуля, а это может означать риск отсутствия клиентов. Единственное спасение, - научиться стратегии продаж по рекомендации.

Попробуйте следующее:
На чистом листке бумаги нарисуйте круг и
впишите в него букву «Р».



Теперь начните Ваш разговор!

Хорошие продавцы умеют ждать. Умеют молчать. Молчите и Вы. Обычно не занимает много времени, для того чтобы клиент задал вопрос: «Что это за «Р»?».

За этим следует вторая, риторически важная часть первого шага. Вы отвечаете: «Это Ваши рекомендации, я к этому еще вернусь. Согласны?»

Если клиент не переспрашивает, продолжайте рисовать, - до тех пор, пока клиент не переспросит. Важно использовать первичную формулировку и сказать это предложение в течении 2-х секунд в убедительном тоне. После заключения Вы опять к этому вернетесь.

Консультант: «Уважаемый клиент! В самом начале мы говорили о Ваших рекомендациях. Вы помните букву «Р» на первой странице?

Подождите подтверждения!

Консультант : «Вы конечно согласитесь с тем, что наш сегодняшний разговор о возможностях обеспечения финансовой стабильности был очень важен! Для Ваших близких также было бы важно поговорить на тему своевременного обеспечения финансовой стабильности в будущем!

Подумайте о Ваших соседях, друзьях, родственниках ...

Чем чаще Вы будете пользоваться этим простым и очень эффективным методом, видеть, что он пользуется успехом, тем лучше Вы сможете отшлифовать каждую деталь Вашего разговора с клиентом. Тем самым Вы создадите Ваш личный, приносящий успех, метод получения рекомендаций.

2. Фаза «после заключения»

После заключения – перед (следующим) заключением. Уточните у Вашего клиента: «Уважаемый клиент, во время нашего разговора я заметил, что Вы уже неоднократно говорили о деньгах и вкладах. Что меня еще интересует, почему Вы сегодня купили эту программу именно у меня?»

Теперь посмотрите вашему клиенту в глаза и молчите. Чем больше клиент рассказывает и чем меньше говорите Вы - тем лучше. Таким образом клиент еще раз подтверждает сам себе правильность собственного решения. А Вы заботитесь о своем профессиональном успехе, так как в этот момент закрепляется принятое решение.

Постоянно совершенствуйте Ваши стратегии и техники продажи! Читайте ежедневно 25 минут книги о продажах, используйте техники профессионалов, тренируйтесь, тренируйтесь, тренируйтесь и улучшайте Вашу личную стратегию продажи снова и снова. Этим Вы вносите решающий вклад в Ваш личный успех как продавца, так и коммуникатора подаж. Станьте гениальным продавцом в Eurolife. Вам это удастся – это в Ваших руках!

Желаю Вам удачи!

Сильвия Ройтингер,
Генеральный Менеджер MBA

Конгресс Евролайф 2010

Этот год не стал исключением, 9-го декабря 2010 года более 600 успешных сотрудников из Украины, Болгарии, Молдовы, Латвии, Литвы – представители всей дружной семьи ЕВРОЛАЙФ Групп – собрались в сказочной европейской столице, Будапеште, для того, чтобы поздравить «лучших из лучших» и разделить вместе с ними их успех – общий успех ЕВРОЛАЙФ.

Поприветствовать гостей и выразить им свои слова благодарности за плодотворное сотрудничество на сцену конгресс-холла отеля «Novotel» поднялись руководители компании – Генеральный Менеджер ЕВРОЛАЙФ Групп, г-н Михаэль Рихтер, и Кантри-менеджер ЕВРОЛАЙФ Украина и Молдова, г-н Патрик Кольб. А также представители наших партнеров-страховщиков – Член Правления ГРАВЕ, г-н Гюнтер Пухтлер, Заместитель Генерального Директора АЛИКО Украина, г-н Дмитрий Крысанов, и Генеральный Директор ALLIANZ Life, Андрей Александров.

Накал страстей достиг своего апогея при торжественном награждении новых директоров и победителей в заявленных номинациях.

Весь мультинациональный зал, затаив дыхание, ожидал оглашения имени лучшего сотрудника своего уровня по результатам 2010 года. Сложно передать словами царившую в зале атмосферу – это был просто ураган страстей и положительных эмоций. Пять представителей пяти стран ЕВРОЛАЙФ поднимались на сцену за заслуженной наградой-отличием лучшего сотрудника своей страны.

Компания ЕВРОЛАЙФ Молдова была представлена следующими победителями:

Номинация	Сотрудник
Лучший новый сотрудник 2010	Г-жа TARNOVSCHI ALIONA
Лучший сотрудник по показателям личной продукции	Г-н GROSU VALERIU
Лучший сотрудник 5-го уровня	Г-жа CRUCICHEVICHI LILIANA
Лучший сотрудник 6-го уровня	Г-жа ARSENI LILIANA
Лучший сотрудник 7-го уровня	Г-н PINZARU DUMITRU
Лучший сотрудник 8-го уровня	Г-жа CARPENKO MIHALINA

Но еще наиболее захватывающим был момент оглашения «лучшего из лучших» – лучшего сотрудника всей ЕВРОЛАЙФ Групп. ЕВРОЛАЙФ Молдова взорвала зал, получив первенство в 2-х номинациях. Итак, лучшими сотрудниками своего уровня среди всех сотрудников ЕВРОЛАЙФ Групп стали:

Г-жа TARNOVSCHI ALIONA

Г-жа директор CARPENCO MIHALINA

Заслуженные обладатели статуэтки «Eurolife Star» покидали сцену под бурные аплодисменты своих коллег, разделяющих с ними радость их победы. Компания ЕВРОЛАЙФ Молдова с гордостью поздравляет всех победителей и их команды с этим успехом. Наши слова благодарности обращены ко всем сотрудникам компании – по итогам года всех стран! Желаем Вам не останавливаться на достигнутом и уверенно идти к нашей общей цели – **Together on the top!**





Хочу выразить свою искреннюю благодарность и глубокую признательность компании Евролайф, которая предоставляет нам возможность обеспечения финансовой стабильности в будущем, защиты, устойчивого и качественного стиля жизни, уверенности в завтрашнем дне. Мой успех стал для меня неожиданностью и навсегда останется приятным воспоминанием. Этот успех мне очень дорог, мои результаты - это громадный труд структурного руководителя и консультантов, которых я узнала в процессе моей деятельности в Евролайф.

Как бизнесе, так и в личной жизни есть некоторые вещи, которые необходимо высоко ценить:

1. Если подарить кому-нибудь что-то, ты обязательно получишь **взамен**
2. Если хочешь чтобы уважали тебя, уважай других
3. Люби, если хочешь чтобы любили тебя
4. Когда ты кому-то помогаешь, ты помогаешь себе



Успех – это умение быть хорошим лидером:

- Лидер должен быть очень компетентным в своей работе, он должен знать, как организовать свою работу

- Лидер ясно видит свою цель и пути, которые ведут к ней.

- Лидер умеет вести за собой других людей, свою команду.

«Один в поле не воин»!

Работая в одиночестве, ты не достигнешь успеха. Наш успех зависит от умения бороться с возражениями, нужно уметь предоставить клиенту ту информацию, которой ему не хватает для принятия правильного решения.

«Успех-это результат последовательной работы над самим собой».







искренней благодарности в адрес всех сотрудников были выражены генеральным менеджером Евролайф Групп Михаелем Рихтером и региональным менеджером Евролайф Молдова Патриком Кольб.

Кульминационным моментом торжественного вечера стало награждение самых лучших сотрудников. В различных номинациях на сцену поднимались представители Евролайф Молдова, не смотря на то, что все страны поддерживали своих коллег, зал просто взрывался аплодисментами, во все уголки разлеталось радостное «Молдова», когда на экране появлялись имена и фотографии наших героев:

TARNOVSCHI ALIONA, GROSU VALERIU, GRUCICHEVICI LILIANA, ARSENI LILIANA, PINZARU DMITRIJ, CARPENKO MICHALINA. Обладателями заветной статуэтки «Eurolife Stars»

стали TARNOVSCHI ALIONA и CARPENKO MICHALINA, доказав, что Молдова - лучшая в этих номинациях по итогам года работы всех стран Евролайф!

Затем было невероятное видео-шоу, зажигательные танцы и песни. Все были пронзаны волшебной и дикой энергией! Мы смогли, и мы это сделали! Гордость переполняла нас, за то дело, которое мы делаем!

Конечно же, после такого масштабного события, празднования успехов Евролайф нас ждет новый 2011 год. У каждого из нас впереди новые вершины и победы!

Событием года и наиболее ожидаемым мероприятием, как для новых сотрудников, так и для директоров является рождественский конгресс Евролайф. Это самое яркое событие года. Более 80 успешнейших консультантов Евролайф Молдова посетили одну из самых красивых и старинных столиц Европы – Будапешт, который раньше был разделен на 2 отдельных города: Буда и Пешт. Название «Буда» происходит от имени брата легендарного Атиллы, а «Пешт» - от славянского слова «печь», когда-то обосновавшиеся здесь славяне обжигали известь. В 1873 году эти два города объединились, соединяясь, и по сей день, 8 мостами – одной из главных достопримечательностей Будапешта.

Все это мы узнали и увидели своими глазами во второй день пребывания в этом замечательном городе, благодаря организованной для нас экскурсии. Мы увидели красивейшее здание Парламента – символа и предмета гордости венгерской столицы, Базилику Святого Иштвана, Площадь Героев, самые большие песочные часы в мире, Королевский Дворец, Рыбацкий Бастион и многое другое. И, конечно же, не забыли понежиться в оздоровительных термальных водах, по устоявшейся у нас традиции, обязательного посещения в первый же день всеми директорами и сотрудниками, термальных источников, которых в Венгрии огромное количество.

Рождественский конгресс - это не только время подведения итогов уходящего года, это подарки и сюрпризы лучшим из лучших. Это присутствие наших партнеров «GRAWE» «METLIFE ALICO» и «ALLIANZ», представитель каждой из компаний, вышел на сцену со словами признательности за плодотворное сотрудничество и прекрасные результаты, достигнутые в уходящем году. Слова



Путешествие в Китай 2010

Путешествие в Китай - это путешествие на Восток. Оказавшись в Китае, Вы сразу почувствуете дух древнего Востока - созерцательный, неторопливый, спокойный. Вместе с тем, поездка в Китай - это и путешествие в будущее. Китайская экономика развивается с огромной скоростью, что делает эту страну еще более интересной для путешественника.

Китай – это огромный дракон, сверкающее тело которого в виде бесконечной вереницы горных хребтов и башенок Великой Китайской Стены пролегло между миром Китая и иным пространством, разделив его на две части, как для жизни, так и для понимания. Здесь не понятно, где хвост, а где голова этого дракона. И эта неразгаданность является собой самую привлекательную особенность этой великой страны.

тай полон секретов. И нечаянно для себя узнавать их – значит постигать все новые тайны, сталкиваясь с ошеломляющими новыми загадками и полным непониманием казалось бы простых на первый взгляд вещей. Все тут иначе. Может быть потому, что с тысячелетиями мало что изменилось в их мироощущении... Может быть, это и есть самая главная загадка-недосказанность, которую надо попытаться разгадать?

Путешествие в Китай с командией Евролайф позволит Вам сформировать объективное и самостоятельное суждение о Китае и его жителях, снабдит Вас достоверными данными для более глубокого и полного осмысления, постепенно двигаясь вместе с Вами к этой заветной разгадке...

Наши победители:

GROSU VALERIU
RUSU LILIA
VALCOVA ANNA
CARPENCO MIHALINA
ARSENI LILIANA
PÎNZARU DUMITRU
LEVIȚCHI STELA
FLUIERARU ELEONORA
GROSU ELENA
CIOBANU LUCIA
CRANGA VITALIE
LAMBANTU ION
GÎRBU ALA
BOȘNEAGA ALA

Приятного путешествия!



Путешествие в Индию 2011



Индия – древняя страна со своей самобытной культурой и многовековыми традициями, яркая культура которой известна далеко за ее пределами. Миллионы людей слышали об искусстве любви «Камасутра», о богах Кришне и Шиве, о величественном Тадж-Махале. Все это – Индия!

Отдых в Индии привлекает роскошными пляжами, ласковыми водами Индийского океана и Аравийского моря, однако, это лишь малая толика всех богатств, которыми может похвастаться Индия. Большое путешествие Евролайф в Индию – это уникальная возможность увидеть старинные и роскошные города: Дели, Агра, Джайпур, отрешиться от всех забот и проблем и заняться медитацией на лоне природы. Величественные Гималаи и древние храмы только способствуют этому.

Индия пользуется огромной популярностью у гурманов и любителей экзотической пищи, ведь здесь можно порадовать себя вкуснейшими и полезными блюдами. В Индии культивируется вегетарианская кухня, отличающаяся сбалансированностью, питательностью и приятными вкусовыми качествами.

Особую любовь индусы питают к специям: такого разнообразия всевозможных приправ мало где еще встретишь. Причем индийские повара умеют их использовать.

В результате готовые блюда получаются не только красивыми внешне, но и обладают божественным вкусом и волшебным ароматом.

Вас ждет незабываемое путешествие по основным достопримечательностям Индии. Дели, одному из древнейших городов северной Индии начиная с осмотра гробницы Хумаюна, храма Лотоса, Кутуб Минара, поездка в Розовый город Джайпур, колоритную столицу Раджастана, поражающий великолепием архитектурных сооружений, посещение Фатехпур Сикри, потрясающего элегантностью своих дворцов, экскурсия по Агре, столицы империи великих Моголов, наслаждение гимном любви – Тадж Махалом.

Отдых в Индии незабываем, и словами трудно передать всю гамму чувств, которые возникают во время путешествия.

Евролайф позволит Вам увидеть все это великолепие своими глазами!

Путешествие в Австрию 2011



Участники:

с 4 по 8 уровень

Время проведения:

с 2011-03 по 2011-06

Условия:

личная продукция 100 единиц

групповая продукция 2800 единиц

Австрия покорила Ваши сердца своей необыкновенной красотой, изысканной архитектурой, чистыми озерами, минеральными источниками, зелеными парками и очень приветливыми людьми! Несколько дней проведенных в Австрии позволят Вам прекрасно отдохнуть, не только наслаждаясь горным пейзажем из окна Вашего отеля, но и взобравшись на гору Дахштайн, карстовый горный массив, вторую по высоте гору в Северных Известняковых Альпах, увидеть основные достопримечательности Зальцбурга и курортного региона „Зальцкаммергут“ - страны озёр, расположенной на территории трёх федеральных земель Австрии: Верхней Австрии, земли Зальцбург и Штирии, посетить штаб-квартиру ГРАВЕ в Граце и прекрасно провести время в компании успешнейших сотрудников Евролайф Молдова!



Издатель:
OC Occident Holding AG

Ответственный за содержание:
P.Kolb, OC Occident Holding AG

Верстка и дизайн:
A, Kolb Eurolife Insurance Broker Management GmbH

Тексты и фотографии:
Eurolife Moldova
Мы благодарим всех сотрудников, предоставивших информацию и фотоматериал.

Eurolife Broker de Asigurare SRL
Tighina street 49/3 Z,
4th floor, office 43
MD-2001 Chisinau
Tel.: + 373 22 888 143
Fax: + 373 22 888 245
Email: office@eurolife.md
www.eurolife.md

Полезная информация на 2011 год:



План семинаров на 2011 год:

ЛС1

22. - 27.05.2011 Украина
26. - 31.05.2011 Украина
25. - 30.09.2011 Украина

ЛС2

17. - 23.04.2011 Турция
16. - 22.10.2011 Турция

ЛС3

26.06 - 02.07.2011 Австрия

ДС

11. - 15.09.2011 Хорватия

Расписание закрытия производственных месяцев на 2011 год:

Месяц	Дата
04/2011	07.04.2011
05/2011	05.05.2011
06/2011	09.06.2011
07/2011	07.07.2011
08/2011	11.08.2011
09/2011	08.09.2011
10/2011	06.10.2011
11/2011	10.11.2011
12/2011	15.12.2011