



LA GUÍA DEL ÉXITO
PASAPORTE A LA INDEPENDENCIA FINANCIERA
DR. HERMINIO NEVÁREZ



LA GUÍA DEL ÉXITO
PASAPORTE A LA INDEPENDENCIA FINANCIERA

Dr. Herminio Nevárez

Fundador de International Networkers Team

Mensaje del Autor	5
Introducción	7
¿Qué es International Networkers Team?	11
Nuestra Misión.....	12
Nuestra Filosofía	13
Nuestras Características	14
¿Qué es La Guía del Éxito?	17
Fase 1 • Lo Básico	19
9 Pasos para la Duplicación	20
Ciclo del Momentum.....	52
Cultura Organizacional Orientada Hacia los Resultados y Basada en la Edificación.....	55
Planificación Empresarial	74
Modelo de la Presentación Empresarial.....	81
Fase 2 • Logística Organizacional	89
8 Pasos para Desarrollar la Red.....	90
Estructura Organizacional	96
¿Cómo Identificar los Líderes?.....	99
Fase 3 • Conceptos Avanzados	101
Ciclo Mental del Éxito	102
Los Valores Esenciales.....	103
Necesidades Básicas del Ser Humano	105
La Naturaleza del Negocio	107
La Relación.....	111
La Edificación	117
Impedimentos Comunes en el Desarrollo de la Red	120
Reuniones del Sistema.....	125
Como Desarrollar su Red a Larga Distancia	130
Acciones Diarias para Lograr el Éxito.....	134



Dr. Herminio Nevárez
Fundador International
Networkers Team

Lo invitamos a formar parte de una industria dinámica que podría cambiar su vida. Esta le ofrece una oportunidad de autonomía financiera, libre de deudas y con mucha más seguridad de la que ofrece el mundo corporativo. Las Redes de Mercadeo nos ofrecen a todos, con o sin experiencia comercial, la oportunidad de iniciar nuestra propia empresa. A diferencia de otras empresas pequeñas, aquí no tendrá altos costos iniciales, ni grandes riesgos.

Como todo negocio, el nuestro requiere energía emprendedora, determinación, compromiso y esfuerzo. Pero usted no quedaría sólo, ni abandonado. Usted formará parte de un equipo internacional de distribuidores. Usted será respaldado por un equipo que lo capacitará, guiará y apoyará, ayudándole para que su negocio sea un éxito.

Usted puede capitalizar esta oportunidad con un plan maestro para el éxito. La International Networkers Team pone a su disposición La Guía del Éxito. Esta guía lo orientará en el desarrollo de su empresa, ayudándole a que aproveche al máximo esta oportunidad.

¡El simple hecho de pensar que a través de este negocio podemos lograr mayores cosas, despertó en mí nuevas expectativas! A través de los años, he comprendido que la comercialización en redes, es más que un negocio, es un estilo de vida.

La satisfacción de poder ayudar a otras personas a que puedan ir en persecución de sus sueños y verlos crecer al desarrollarse como líderes es una experiencia que tiene que ser vivida para poder comprenderla. He aprendido que este negocio se compone de personas que entienden que para recibir en la vida, primero hay que dar e invertir de lo que realmente tiene valor para nosotros; Nuestro Tiempo, Nuestro Amor, Nuestro Esfuerzo y Nuestro Compromiso de Ayudar y Apoyar a los demás, de la misma forma que lo hicieron conmigo. De esa manera cualquiera que realmente lo desee y lo haga, llegará a la cima y triunfará.

Bienvenidos



Felicitaciones por haber tomado la decisión de comenzar a utilizar nuestro Sistema Educativo. Nosotros anticipamos mantener una larga y duradera relación con usted, tanto en el negocio como también personalmente.

Los nuevos patrocinados son nuestros más valiosos bienes y nuestro sistema está diseñado para maximizar sus posibilidades de éxito en su nuevo negocio. El hecho más importante es saber que el éxito en este negocio no es un accidente, tampoco depende de la suerte o su personalidad. Nuestra red está creciendo a un ritmo record y creemos que cualquiera con actitud para aprender y deseo de trabajar puede triunfar.

International Networkers Team a través de su Sistema Educativo le provee con un ambiente de crecimiento personal de excelencia y actualización, herramientas audio-visuales, reuniones y seminarios a nivel local e internacional. Su compromiso con este programa depende de la intensidad con que usted desee realizar sus sueños. Nuestro Sistema Educativo contiene un plan de acción duplicable, similar a las franquicias.

¡Usted sí puede lograr sus sueños con una empresa propia!

¿Está listo Usted para cambiar su Vida? Con leer este manual, ya ha tomado el primer paso. Le mostraremos como puede lograr sus sueños; un carro nuevo, una casa más grande, universidad para sus hijos, seguridad al retirarse, ayudar a sus seres queridos, un mayor grado de libertad y un estilo de vida más sano. Todo esto lo podría lograr con su propia empresa de Redes de Mercadeo.

Pregúntese lo siguiente: ¿Estoy en mejores condiciones hoy que hace un año o que hace cinco años? ¿Dónde quiero estar dentro de dos años? ¿Y dentro de cinco años? ¿Estoy realmente en control de mi vida y de mi futuro financiero? ¿Me satisface trabajar para otros? ¿Estaría más contento si trabajara por cuenta propia?

En estos tiempos, muchos creemos que no estamos viviendo la vida tal como se tendría que vivir; estamos tan envueltos con la idea de ganarnos la vida que no estamos realmente disfrutándola. ¿Se ha sentido así alguna vez? No se sienta solo. Veamos algunas estadísticas:

*A la edad de 65 años:

- 75% de las personas están dependiendo de sus familiares, amigos y de instituciones benéficas.

- 23% están todavía trabajando.
- 2% se encuentran económicamente independientes.
- En E.U. a la edad de 65 años, solamente 1 en 500 personas posee \$24,000 en ahorros.
- De cada 100 personas, 8.5 alcanzan la edad de 65 años y no poseen ni siquiera \$250 en su cuenta de ahorros.

Una pregunta frecuente es: ¿Por qué el "Momento Conveniente" para obtener independencia económica nunca llega? 93% de las personas que a la edad de 65 han fracasado económicamente le echan la culpa a la falta de un plan definido. (Estudio Cooperativo Lioma)

Redes de Mercadeo: La Alternativa empresarial del futuro

Las Redes de Mercadeo ofrecen la oportunidad de iniciar su propio negocio durante su tiempo libre y de hacer por sí mismo lo que ningún otro puede hacer por usted; proteger su futuro y hacer realidad sus sueños.

El crecimiento de la industria de Redes de Mercadeo ha sido enorme en los últimos años. En los Estados Unidos, hay más de 9.7 millones de personas, con un volumen de negocio de \$23,000 millones de dólares, sin embargo, a simple vista muchos lo ven como la venta de productos a sus vecinos. ¡Están muy lejos de la verdad! La clave para alcanzar el éxito financiero en las Redes de Mercadeo está en desarrollar una organización a través de la cual se puede llevar a cabo una distribución masiva de productos o servicios.

El concepto detrás de las Redes de Mercadeo es muy sencillo. El compartir sea una filosofía comercial o un producto, constituye la base de la oportunidad de hacer negocio en las redes de mercadeo. Cada vez que usted comparte con otros, usted duplica sus esfuerzos y lo que usted logra dependerá de esta duplicación. Usted está organizando una red de personas que están generando ingresos adicionales para realizar sus sueños.

Como distribuidor independiente, usted comercializa una amplia gama de productos sin los costos prohibitivos de tener un inventario, de tener que hacer

* Esta información fue tomada de las estadísticas de la Junta de Seguridad Social, Washinton, D.C. y el Departamento de Trabajo de USA.

envíos de productos, de prestar servicio al cliente o tener que encargarse de la administración. Usted trabaja por su cuenta, establece sus propias metas, elige sus horas de trabajo y el paso al que quiere trabajar. No tiene que pagar derechos de concesión, solo unos pocos dólares es lo único que necesita para iniciar su empresa. Usted puede crear una segunda fuente de ingreso sin dejar lo que está haciendo. Esta segunda fuente es un ingreso residual el cual va ir creciendo a medida que crezca su organización. Otro gran beneficio de las redes de mercadeo es que al momento en que usted decide comenzar, un equipo de expertos, en su "upline", está listo para respaldarlo y ayudarlo.

De esta manera, los distribuidores independientes contribuyen en lograr el éxito colectivo. Si usted quiere asegurar el futuro de su familia, las Redes de Mercadeo son la solución. Si usted está dispuesto a separarse del rebaño y lograr algo más, este es el momento de hacerlo. Si usted ha decidido no abandonar sus sueños entonces las Redes de Mercadeo son para usted.

¿Qué han dicho otros sobre las Redes de Mercadeo?

- La publicación *Success Magazine* dijo: "son la más poderosa vía de llegar a los consumidores".
- El *Presidente Bill Clinton* dijo: "...ustedes fortalecen a nuestro país y a nuestra economía. No solo esforzándose para su propio éxito, sino también, por ofrecer oportunidad a otros. Ustedes también son parte de un movimiento global que promueve empresas y que premia la iniciativa individual".
- El autor más codiciado y el consultor número uno de micro-empresas que operan desde los hogares, *David D' Archangelo*, dice: "las micro-empresas operadas desde los hogares proveen la mejor forma de hacer negocios en el futuro y la mejor micro-empresa operada desde el hogar es sin duda, las Redes de Mercadeo. Sin inventario y un bajo costo para comenzarlo, nadie lo puede igualar".
- Un titular publicado por el *Wall Street Journal* proclama: "Visiones de prosperidad o independencia llevan a los profesionales a probar las Redes de Mercadeo".
- "Las personas necesitan las Redes de Mercadeo..." dice el economista principal y autor de "Unlimited Wealth", *Paul Zane Pilzer*. "Han logrado la esencia de la mejor parte de las ventas al detal; educando a las personas sobre los productos y servicios que mejorarán sus vidas y que ellos incluso, no saben que todavía existen".



International Networkers Team es una organización de profesionales en la industria de la comercialización por Redes de Mercadeo, centrada en principios y trabajo en equipo. Estamos comprometidos a causar una diferencia en la vida de las personas, brindando una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr la independencia financiera.

International Networkers Team tiene un plan definido para que usted pueda lograr el éxito en la industria. Este plan está constituido por un Sistema Educativo que le enseñará paso a paso a construir una cadena de distribución sólida, estable y productiva.

La Guía del Éxito es el manual de instrucciones del Sistema Educativo. Este provee el conocimiento para desarrollar esta oportunidad. 4Life Research, nos ofrece los productos que la gente desea y un plan de compensación innovador. Un empresario talentoso puede lograr sus sueños, pero, ¿cuántos de nosotros somos empresarios talentosos? International Networkers Team en su preocupación por el éxito de todos, ha introducido otro factor que ha sido concebido para asegurar que el ingrediente clave del éxito sea un sueño, no el talento. Nosotros lo llamamos Sistema Educativo.

Piense en su empresa como en una computadora. 4Life, sus productos y el plan de compensación son el mejor disco duro o equipo que existe en el mercado. Lo que le hace falta es un buen programa ("software") que aproveche al máximo la capacidad del disco duro. El Sistema Educativo de International Networkers Team es el programa que hace funcionar todo lo demás y hace que su empresa que es la Red, funcione a niveles óptimos. Pero a diferencia de las computadoras, el sistema es sencillo y fácil de seguir. No trate de reinventar la rueda; las ideas y conceptos que están en el sistema funcionan.

Tómese el tiempo necesario para su profunda comprensión y confianza en él. Su líder (upline), le guiará a través de este proceso educativo para que usted lo aprenda y lo pueda enseñar a otros. Recuerde bien, que cuando hablamos de formar una red, nosotros mismos tendremos que ser los constructores. ¡El sistema le va a enseñar como hacerlo! Su líder le puede ayudar y asesorar, pero nadie puede hacer el trabajo por usted. La base del sistema es el convencimiento de que esta oportunidad está al alcance de todos, de que toda persona es importante y valiosa, de que la libertad personal es nuestra meta final y que los lazos de la amistad trasciendan la fase comercial.

Nuestra Misión

Somos una organización de profesionales en la industria de la comercialización por Redes, que a través del trabajo en equipo y un sistema centrado en principios y valores, estamos comprometidos a causar una diferencia en la vida de las personas; brindándoles una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr la independencia financiera.

nosotros creemos

Nuestra Filosofía

"El océano más profundo, la montaña más alta, el animal más poderoso no puede creer. Sólo el ser humano puede creer".

"La altura del éxito de un ser humano está determinada por la profundidad de su creencia".

"El hombre cosecha lo que siembra".

"La oportunidad conlleva responsabilidad"

"El ejemplo es el mejor maestro y el juego justo busca lo que es recto, no quien tiene la razón".

Creemos que una de las imágenes más gloriosas de la vida es el sudor de la frente del trabajo honesto, que la satisfacción real proviene del esfuerzo total invertido completamente en la búsqueda de un ideal valioso. Que el carácter, la fe e integridad son los fundamentos para la grandeza. Un Gran Maestro dijo: "Lo que he hecho, podéis hacer también y más". Que el hombre fue creado a imagen del propio Dios y fue diseñado para el logro, formado para alcanzar el éxito, dotado con la semilla de la grandeza.

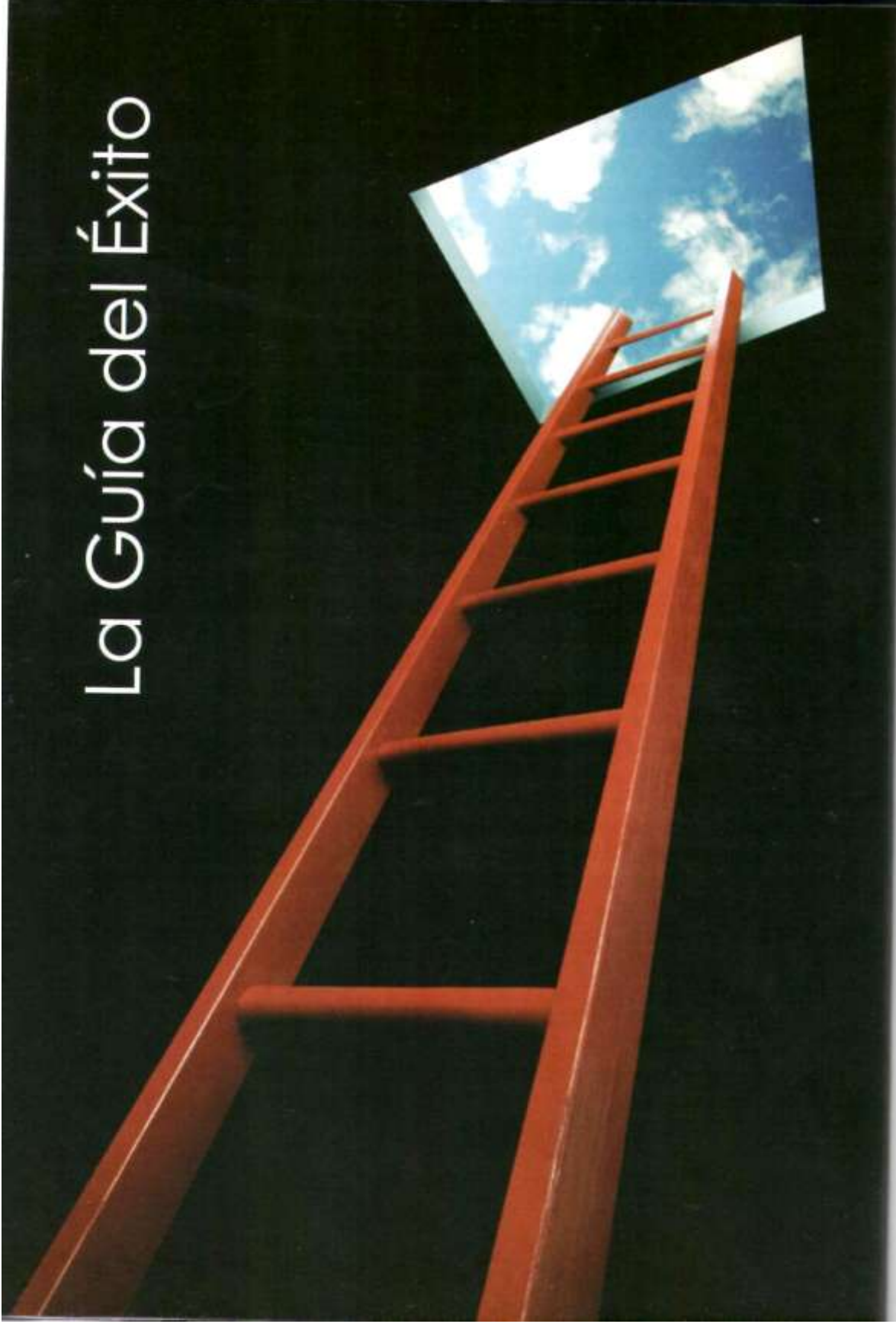
Creemos en dar amor y perdonar incondicionalmente. Que vivir es amar, amar es ayudar y ayudar es comprender la diferencia entre una mano y dar la mano en ayuda. Nosotros creemos que usted puede obtener todo lo que quiera de la vida, si ayuda a un número suficiente de personas a obtener lo que desean. Porque creemos y amamos, nuestro propósito en la vida es ayudarle a ayudarse.

- Es un hombre o una mujer de carácter que trabaja competentemente sobre la base de valores y sitúa a éstos en el centro de su vida, en el centro de sus relaciones con los demás, en el centro de sus convenios y contratos y en su evolución dentro del negocio. Su desafío consiste en ser luz, no un juez; en ser modelo, no un crítico.
- Tiene iniciativa propia y responde a los problemas exteriores sobre la base de los principios; no en base a su estado de ánimo, emociones o comportamiento de otras personas. Son personas conscientes de sí mismos, asumen la responsabilidad por sus propias acciones. No culpan o acusan a otros cuando las cosas andan mal.
- Procuran comprender primero a otros, antes de recibir la retribución de ser comprendidos.
- Irradia energía positiva, es alegre, placentero, feliz. Su actitud es optimista, animosa; su espíritu es entusiasta, esperanzado, confiado. Es honesto, íntegro y leal a su causa. En medio de la confusión, rencilla o la energía negativa, es pacificador, armonizador y desactiva la energía destructiva. No sobre reacciona ante las conductas negativas, las críticas o las debilidades humanas. No es ingenuo, es consciente que esas debilidades existen. Perdona y olvida comprensivamente las ofensas que le hacen. No es envidioso, se niega a etiquetar, clasificar y prejuzgar a los demás; por el contrario, detecta al roble joven entre los arbustos y lo ayuda a transformarse en un gran árbol.
- Tiene una vida equilibrada. Se educa constantemente por sus propias experiencias. Lee, busca la forma de capacitarse, utiliza herramientas motivacionales y educacionales. Asiste a seminarios, escucha a los demás y aprende tanto a través de sus oídos como de sus ojos. Preguntaba constantemente.
- Considera la vida como una misión, no como una carrera. Las fuentes que lo nutren, lo han dispuesto y preparado para el servicio.
- Reconoce su propio valor a través de su valentía e integridad. No ostenta con su fama, título o éxitos personales.
- No manipula a nadie.

- Reconoce de inmediato los valores absolutos; condena lo malo y lucha por lo bueno con valentía.
- Sus acciones y actitudes son adecuadas a cada situación: equilibradas, moderadas y prudentes.
- No se condena a sí mismo por cada error tonto. Acepta sus errores, tanto como los errores de los demás.
- Vive con sensibilidad en el presente, planea cuidadosamente el futuro y se adapta con flexibilidad a los cambios.
- Se siente feliz por los éxitos ajenos y no piensa en absoluto que esos éxitos les están quitando algo.
- Disfruta la vida, pues su seguridad emana de su interior y no viene de afuera.
- Se interesa en las personas. Hace preguntas y se siente interesado. Cuando escucha lo hace con todos sus sentidos.
- Aprende de la gente.
- No se deja arrastrar de un lado a otro como una hoja en la tormenta y es capaz de adaptarse prácticamente a todo lo que le sobre venga.
- Al trabajar en equipo desarrolla sus propios puntos fuertes y lucha por complementar sus debilidades con los puntos fuertes de los demás. No duda en delegar para obtener resultados, puesto que cree en las capacidades de los otros.

valores esenciales

La Guía del Éxito



Es la fórmula comprobada para desarrollar la red. La Guía del Éxito cuenta con todo lo que usted necesita para desarrollar un negocio sólido, productivo y en constante crecimiento. Ofrece todos los recursos necesarios para que usted y sus asociados adquieran el conocimiento que se requiere para desarrollar una empresa de comercialización por redes. Este método cuenta con libros, CD y actividades; todo preparado por expertos en el negocio para darle apoyo, conocimiento y motivación. ¡Imagínese por un momento cuánto puede crecer su negocio si usted y sus asociados cuentan con todo lo que necesitan para desarrollar la red!

¿Por qué es determinante utilizar esta Guía? Recuerde que su negocio es su red y la red se compone de personas. Las personas son los activos más importantes en el negocio ya que sin personas no se puede construir la red. Pero también es una realidad que aunque existan las personas lo que determinará que ellos tomen la acción es que quieran trabajar con usted. De esta forma se moverán los productos y se activará el plan de compensación.

Esta Guía contiene un plan de acción; que son los pasos básicos y simples a seguir para que usted y sus asociados puedan desarrollar un negocio sólido y productivo. La Guía fue escrita de forma simple para que toda persona pueda entenderla y enseñarla a otro. Esto se llama duplicación porque sus asociados duplican el ejemplo que vean en usted. Por esta razón es muy importante comprender lo mejor posible como funciona La Guía. Asegúrese de seguir todos los pasos sin omitir alguno de ellos. De esta manera, los asociados de su red harán lo mismo.

La Guía del Éxito comprende tres fases:

- Fase 1: **Lo Básico**
- Fase 2: **La Logística**
- Fase 3. **Conceptos Avanzados**



Los nueve pasos que componen su plan de acción son cíclicos y constantes. Aprenda, ejecute y enseñe los pasos de su plan de acción. La forma más eficaz y efectiva de lograrlo es con la acción; sirviendo de ejemplo y modelo para los demás. De esta forma:

Ellos Entenderán Porque Hacerlo.

Ellos Aprenderán Como Hacerlo.

Y Aún Más Importante, Ellos Lo Harán.

La Guía del Éxito enfatiza la relación entre el distribuidor y el prospecto, tanto como la relación entre distribuidor y distribuidor. Ambas son de vital importancia en el desarrollo de la red de distribuidores.

Cada paso de La Guía del Éxito, así como su secuencia, es esencial para lograr desarrollar la red de distribuidores y cada paso está íntimamente relacionado con los demás pasos. Todos los pasos juntos constituyen un todo integrado. Ninguno de ellos individualmente es La Guía del Éxito. Ejecutar uno o varios de los pasos no va a producir resultados positivos en el desarrollo de la red, a menos que se efectúen todos los pasos en la secuencia indicada.

Como veremos más adelante el paso más productivo para añadir miembros a la red de distribuidores es el paso 6, las reuniones en las casas. Los primeros cinco pasos son necesarios para preparar al distribuidor para puedan ejecutar efectivamente el paso 6. Los tres pasos que siguen al paso 6 son para finalizar con efectividad lo que se hizo en el paso 6.

Le proponemos que dedique 2 a 3 años a La Guía del Éxito y simplemente sígala con fe total y persistencia. Haga lo que sugiere con actitud positiva y consistentemente y nosotros le aseguramos que usted tendrá éxito. Primero, El Sueño. Después, La Lucha. Finalmente, El Premio.

Cuanto más grande sea el sueño, mayor será la lucha. Cuanto mayor sea la lucha, mayor será el premio. "No tratemos de eliminar la lucha... tengamos sueños grandes. Transformémonos en una persona líder y pongamos acción".

SUEÑO + LUCHA = PREMIO LIBERTAD



9 Pasos para la Duplicación

1. Defina sus sueños.
2. Establezca sus metas.
3. Determine sus compromisos.
4. Haga una lista de prospectos.
5. Invite a sus prospectos
6. Haga dos reuniones en casa.
7. De seguimiento.
8. Consulte con su "up-line" o líder.
9. Duplíquese; enseñe este plan de acción a sus auspiciados.

1

El Sueño

Defina sus sueños a corto o largo plazo

Uno de los más interesantes y grandes misterios de la vida es por qué algunas personas tienen éxito y otras no. Los estudios de casos de "triunfadores" y "fracasados" revelan denominadores comunes en ambos. En vista de que nosotros queremos evitar el "fracaso", estudiemos a los triunfadores. Quizás la característica más común e importante es que todos son soñadores. Sus deseos en la vida se manifiestan continuamente en sus sueños; los sueños de como debería ser la vida. Los triunfadores desarrollan metas específicas en la vida que hace que estos sueños se conviertan en realidad. Nuestra habilidad para primero pensar en sueños y luego fijar metas representa la base para nuestros logros. Cada logro ha sido forjado primero como una idea.

Definitivamente, tenemos la capacidad de hacer nuestros sueños una realidad. El soñar es parte natural de la vida, esperanza en un mejor futuro y algo que anticipamos. Nuestros sueños se forjan y se realizan a la par que nuestro deseo se vuelve más fuerte. Tener un deseo es el motivo y la base para el logro de cualquier meta.

Así es como el proceso se desarrolla; sus deseos le hacen soñar y a medida que sueña usted desarrolla en su mente aspectos de como debería ser la vida. Sus sueños no son otra cosa que objetivos de lo que usted imagina.

El punto inicial de todo logro es el deseo. Por eso es que comenzamos apuntando a lo que una persona desea en la vida, sus sueños. Si usted tiene sueños débiles, su dedicación, perseverancia y acciones serán a un nivel bajo y producirá pocos o ningún resultado.

La dedicación y perseverancia son dos rasgos del carácter. Cuando estos dos rasgos son cultivados y aplicados, el resultado es el éxito. Lo contrario también es verdad: la falta de dedicación y perseverancia para sobreponerse a obstáculos, sean reales o imaginarios son dos de las principales causas del fracaso. Napoleón Hill en su libro más famoso "Piense y Hágase Rico", presenta cuatro puntos simples para desarrollar estos rasgos del carácter:

Desarrollo de cualidades personales

- 1 Un sueño claramente definido, fundamentado en el ardiente deseo de cumplirlo.
- 2 Un plan definido, expresado en acción continua.
- 3 Una mente completamente cerrada a todas las influencias negativas y desalentadoras, incluyendo sugerencias negativas de familiares, amigos y conocidos.
- 4 Una alianza amistosa con una o más personas que le animaron a seguir adelante con el sueño y el plan.

sueño

El sueño es la razón real. ¿Por qué está dispuesto a hacer este negocio? Es como las raíces de un árbol, no se ven por estar bajo la tierra, pero son estas las bases y fundamentos que sostienen el crecimiento del árbol. Usted necesita una razón para identificar y construir el propósito de su vida. ¿Cuáles son los sueños? ¿A dónde quiere ir usted con esta empresa? ¿Tiene usted sueños que espera hacer realidad?

2

Las Metas

Establezca sus metas

Las metas proveen dirección, como los faros a lo largo del camino guían a los viajeros hacia una ruta correcta. Desde la posición donde usted está ahora y mirando hacia sus sueños, las metas sirven para marcar la distancia más corta entre estos dos puntos. Las metas ayudan a evitar la pérdida de tiempo y energía, protegiéndole de callejones sin salida que a veces parecen útiles, pero que en realidad son improductivos y disminuyen su progreso.

¿Cree que las personas que no logran éxito en la vida realmente tienen planes de fracasar? No lo creo así. El problema es que no hacen planes, ni tienen metas. La mayoría de las personas no planifican fracasar, sino que fracasan por no planificar.

Puntos Importantes a Considerar

- ❑ La Guía del Éxito, es una herramienta precisa para lograr nuestra independencia financiera. En el segundo paso del plan de acción, sus sueños se convierten en acciones. Una casa nueva, un automóvil nuevo, dinero para la educación de sus hijos; esos son sueños. Ahora usted necesita unas metas prácticas en las que se puede enfocar para que esos sueños se realicen.
- ❑ Para establecer nuestras metas, debemos determinar primero donde estamos ahora y a donde queremos llegar. Las metas serán los pequeños peldaños o niveles dentro del plan de compensación que debemos ir escalando para lograr nuestros sueños. Para evaluar nuestros logros a través del plan de compensación (Líder, Diamante, Diamante Presidencial, Diamante Internacional, Diamante Internacional Oro, Diamante Internacional Platino), diseñe una gráfica donde usted anote su progreso y otra gráfica que muestre su camino al éxito. De esta manera, usted puede medir lo que ha logrado de lo que ha proyectado. Para poder orientarse use como marco de referencia el "Plan de Independencia financiera de 2 a 5 años de 4Life".
- ❑ A las metas que queremos lograr le fijamos una fecha. Fijar una fecha significa comprometerse a actuar. Nada ocurrirá si no ponemos un plan de acción sobre esas metas.





ACCIONES DIARIAS PARA LOGRAR EL ÉXITO

Nombre: _____ Teléfono: _____

I.D. #: _____ Rango: _____ Total: _____

Mes: _____ Año: _____ Patrocinador: _____

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7
Invitados a la Reunión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presentación de Negocios	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Seguimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planificación de Negocios	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Patrocinados Personalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Patrocinados a otros Niveles	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Llamada por Teléfono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prospectos Nuevos	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Referencias Recibidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asistencia a Reunión	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Clientes Nuevos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motivación	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Reuniones Llevadas a Cabo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Horas de Trabajo _____

Estos son mis logros hasta ahora:

- Total de patrocinados personalmente: _____
- Total de patrocinados a otros niveles: _____
- Total de clientes nuevos: _____
- Total de Diamantes de primer nivel: _____
- Total de Diamantes a otros niveles: _____
- Nivel Calificado: _____

3

Compromiso

Determine sus compromisos

Establezca algunos compromisos para asegurar un comienzo con éxito. Su primer compromiso es conectarse 100% al Sistema Educativo. Si usted se compromete a duplicar fielmente los pasos del Sistema Educativo, el funcionará para usted. La duplicación y la repetición son factores muy importantes para desarrollar una red sólida y productiva. Es sencillo seguir el Sistema Educativo, pero nada se logra con sólo leer, hay que poner acción para producir resultado.

Conectarse 100% al Sistema Educativo significa:

1. Asista y promueva todas las reuniones y actividades relacionadas con su negocio como: seminarios, eventos, reuniones a nivel local, regional e internacional.
2. Utilice todos los días los materiales que respalda y apoya su empresa: "Life Rewards DVD", Hacia una vida saludable (DVD de testimonios), Construyendo para el futuro – "El Mito", Índice de productos y enfermedades, literatura del negocio y paquete de seguimiento.
3. Lea y vea de 15 a 30 minutos al día el material audiovisual sugerido por el sistema.
4. Fije la fecha de la reunión central y lleve invitados. La reunión central debe tener prioridad sobre las reuniones individuales en las casas.
5. Determine el tiempo que dedicará a su negocio. ¿Cuántas horas a la semana está dispuesto a invertir en su negocio para lograr que sus sueños se conviertan en realidad? Después de decidir los días y horas a la semana que usted dedicará al desarrollo de su red, el próximo paso será mantener consistencia en sus acciones y ser fiel a su programa.
6. Busque 5 clientes mensualmente. Estos pueden ser familiares, amigos, conocidos, vecinos.

7. Artículos que sugerimos en su primer mes para un comienzo exitoso:
- Paquete de iniciación que incluye: Construyendo para el futuro – “El Mito”, La Guía del Éxito, “Life Rewards DVD”, Hacia una vida saludable (DVD de testimonios), Índice de productos y enfermedades y “Compass” (Kit de distribuidor de 4Life).
 - Paquete de seguimiento de desarrollador incluye: Plan de Compensación, revista Estilos de Vida, Salud 4Life, DVD Life Rewards
 - Paquete de seguimiento de consumidor incluye: Índice de Enfermedades, DVD dde Testimonios, Salud 4Life, Revista Estilos de Vida.
 - Pizarra y Trípode.
 - Grabadora Portátil.
 - Revista Estilos de Vida.
 - Revista “Summit”.

¿Por qué es necesario el compromiso emocional?

1. Los distribuidores de redes de mercadeo son empresarios independientes, no son empleados. Por esta razón el compromiso debe ser con usted mismo, con su empresa que es su red y con el futuro de su familia.
2. Sin un deseo intenso, sin un compromiso emocional profundo, es muy difícil que se mantenga en el negocio, debido a los obstáculos normales que encontramos.
3. Sin la motivación que proviene del entusiasmo, nunca vamos a ser capaces de buscar profundamente en nosotros, hasta descubrir y desarrollar aquellos talentos que tenemos y que nos pueden dirigir a lograr los grandes resultados de los que somos capaces.
4. Grandes éxitos requieren riesgos. No es fácil, algunas veces está el riesgo financiero, en otros el riesgo social, ocasionalmente el riesgo físico y siempre el riesgo emocional. Necesitamos estar dispuestos a tratar asuntos que no hemos tratado anteriormente, quizás cosas que nadie ha tratado antes de nosotros.

5. Sin este compromiso emocional, podemos vernos tentados a conformarnos con poco más del logro mínimo o mediocridad.
6. Es necesario comprometerse con su patrocinador y con el equipo (ver pág.77 el Certificado de Compromiso). Los grandes logros nunca han sido concebidos por personas solas; cualquiera que sean nuestros sueños no podemos lograrlos solos. Hemos sido creados como entes sociales, creados hacia la realización y el éxito en unión con otras personas. Necesitamos atraer a esas personas hacia nosotros y hacia nuestros sueños. Esto lo logramos a través de nuestra pasión, nuestra dedicación y una visión que está basada en valores universales y la preocupación por la gente con que estamos trabajando. Las personas son atraídas por personas que se preocupan por ellos.
7. El éxito no es el resultado de una combustión espontánea. Debemos prender el fuego interior de manera tal que creemos la energía para nuestra visión y podamos transmitir esta energía a otras personas. La vida no es lo que queremos que sea, sino lo que nosotros hacemos que ésta sea. Todos somos artistas y nuestra vida es nuestra más grande obra de arte. ¿Es esa obra de arte lo mejor que puede ser?

4

Lista de Prospectos

Su recurso más valioso es la lista de prospectos. Una lista completa y actualizada de prospectos es el trampolín del éxito. Debe actualizarla constantemente, a medida que vaya formando su red.

Escriba todos los nombres que se le ocurran. Empiece con la familia, amigos, vecinos y personas que usted conoce a través del trabajo. Seguidamente haga una lista de personas que usted conoce indirectamente a través de sus actividades. Incluya también personas fuera de la ciudad y en el extranjero, a quienes puede patrocinar internacionalmente.

La Guía del Éxito fue concebida para aumentar el interés de crecimiento en la mente de las personas. Así que si descalifica a alguien con base en su interés o falta de potencial, se limita innecesariamente el alcance de su red.

La lista de prospectos también tiene una función psicológica valiosa. Le permite continuar el desarrollo de su empresa sin interrupciones y cultivar toda una serie de prospectos al mismo tiempo. El ingrediente esencial de la selección de prospectos, por supuesto es una excelente lista de prospectos actualizada. Su lista le da un lugar al cual recurrir cuando es hora de preguntar: "¿Quién sigue?".

La Lista de prospectos la podemos dividir en cuatro grupos:

1. Lista Cálida

Esta lista se compone de familiares, amigos, vecinos y compañeros de trabajo. A las personas conocidas se invitan siguiendo la "Invitación Modelo" sin necesidad de darle un material de contacto durante el acto de la invitación.

2. Lista de Conocidos

Son las personas y contactos que usted conoce pero que no hay relación estrecha. Esta lista se va construyendo diariamente según uno va conociendo nuevas personas.

3. Lista Distante

Esta lista se compone de las personas que uno conoce en otras ciudades, estados y/o países.

4. Lista de Referidos

Esta lista se va desarrollando diariamente de los referidos de los prospectos que eligen la opción de distribuidor o cliente. La persona que aprenda a trabajar con esta lista nunca estará corto de prospectos y por el contrario, siempre tendrá muchos prospectos con los cuáles trabajar. Para obtener los referidos se hacen las siguientes preguntas: "Entiendo que no está interesado en desarrollar una red de distribuidores, pero imaginemos que si lo está. ¿Quién es la persona que usted considera más apta para desarrollar este negocio? ¿Por qué?" Estas preguntas se pueden hacer varias veces para obtener más de un referido. Para cada referido haga preguntas al prospecto respecto a la edad, familia, ocupación y el tipo de relación entre ellos.

Como incrementar la lista de conocidos.

¿Cómo incrementar la lista de conocidos o prospectar nuevas personas para la lista? En primer lugar, uno debe reconocer que la materia prima de este negocio es el recurso humano y que por lo tanto, debemos aprender y practicar conocer nuevas personas diariamente.

Para esto debemos hacer dos cosas básicas: Primero, el decir ¡Hola! Segundo, aprender a hablar utilizando más las preguntas que las oraciones. Preguntas relacionadas con la familia, ocupación y recreación.

Una vez haya completado una secuencia de preguntas y respuestas, usted puede proceder a fijar una cita. De acuerdo a cómo se haya desarrollado la conversación y de cómo el prospecto contesta las preguntas, usted va identificando el grado de aceptación que va logrando con el prospecto. Utilice los siguientes marcos de referencia:



< Luz Roja

En este caso, el prospecto no desea contestar nuestro saludo y preguntas o contesta de mala gana. Esto nos indica que debemos parar la conversación y buscar otro prospecto.

< Luz amarilla

En este caso, el prospecto contesta nuestro saludo y nuestras preguntas con interés, pero demuestra cierto grado de desconfianza debido a que hacemos muchas preguntas y nos plantea excusas tales como su trabajo, poco tiempo, su familia, otros intereses. Esto indica que debemos seguir nuestra relación con el prospecto, pero con algún grado de precaución o cuidado. Lo más adecuado en este caso es proveer al prospecto el CD de contacto (El Mito) y coordinar una cita para recogerlo. Aquí usted saca su agenda y anota nombre, dirección y teléfono del prospecto.

< Luz Verde

En este caso, el prospecto contesta nuestro saludo y preguntas con interés. Sin hacer preguntas que manifiesten desconfianza y no ofrece objeciones o

excusas para continuar la relación de negocio. Además podría manifestar que está interesado en saber más sobre el concepto. Esto indica que podemos seguir en confianza. A este tipo de prospecto podemos proveerle el material informativo CD de contacto (El Mito) y lo invitamos a una reunión uno a uno, reunión en la casa o reunión central. Es significativo el recordar que el liderazgo y control en una conversación se consigue mejor por medio del uso de preguntas, que por el uso de oraciones. Además en caso de que el prospecto tenga que tomar decisiones, este considera que las decisiones las toma él o ella no la persona con quien está conversando.



Puntos a considerar

- ❑ Anote un mínimo de cien (100) nombres con la ayuda de su auspiciador.
- ❑ Aprenda como agregar nuevos nombres continuamente.
- ❑ Obtenga referidos de aquellos que no se interesan en la oportunidad.
- ❑ No juzgue a nadie. Deje que ellos tomen la decisión, luego que usted le presente la oportunidad.
- ❑ Preferiblemente enseñe la oportunidad primero, a aquellos que en su lista han demostrado ser personas exitosas. Luego preséntelo a los demás.
- ❑ Busque personas que representen fuentes de influencias. Por su credibilidad y liderazgo, ellos pueden mover grandes masas de personas.

5

La Invitación

Esperamos que a usted lo hayan invitado correctamente y que haya acordado escuchar una presentación sobre un negocio que le podría beneficiar a usted o alguien que usted conoce. Es muy importante, para su propio éxito que sepa separar la invitación de la presentación del plan. Nunca hable sobre su negocio con alguien, sino puede hacer una presentación completa. Sin embargo, puede establecer una relación amistosa con las personas hablándoles de su familia, trabajos y pasatiempos. No hable de ventas o productos porque su prospecto puede tomar una decisión inmediata sin haber recibido una buena presentación.

Hasta que no haya aprendido a presentar el plan de la oportunidad, va a tener que apoyarse en su patrocinador para que haga la presentación por usted. Podrá traer prospectos consigo a las reuniones centrales de patrocinio o invitar a un grupo de prospectos a su casa para que otro haga la presentación del plan o hacer arreglos para hacer la presentación a uno de sus amigos. Pídale consejo a su patrocinador sobre como hacer las citas y practique la "Invitación Modelo" que aparece en esta Guía hasta tener un dominio absoluto de la misma.

Recuerde:

"Cuando va en búsqueda de un sueño ardiente, los obstáculos no cuentan."

La forma profesional de abordar a la gente.

El éxito de construir la red depende de un sistema de invitación simple y duplicable que ofrezca a nuevas personas la oportunidad de unirse a la red y de obtener acceso a los productos. Cualquier comerciante sabe, que "el empaque" es muy importante. En vista de que para crear una red grande se necesita atraer personas a la oportunidad del negocio, su oportunidad se convierte en un "producto" que debe ser bien empacado. Su deseo de aprender y enseñar una forma

profesional de abordar a la gente es imprescindible para su desarrollo. Nosotros le enseñaremos a vender primero la cita y segundo el negocio. La mayoría de los nuevos patrocinados dan demasiada información muy temprano, luego, están incapacitados de dar una presentación a fondo porque el prospecto ha tomado una decisión basada en información incompleta.

Nosotros incrementamos el interés usando ciertas frases ya probadas que despiertan la curiosidad pero no son peligrosas. El juego de palabras es sin duda crítico, así que use los modelos y el consejo de su patrocinador.

Usando su lista de 100 nombres, trabaje con su patrocinador o líder de grupo para discutir la forma correcta de invitar las personas y desarrollar una estrategia para abordar a cada uno de ellos.

Sus opciones incluyen:

Manera directa de abordar a la gente:

Su patrocinador coordina con usted dos fechas para reuniones en su casa. Usando la "Invitación Modelo", usted invitará a la reunión en su casa personas que usted conoce muy bien y su líder de grupo hará la presentación del plan.

Manera indirecta de abordar a la gente

Para invitar personas que usted no conoce tan bien, hemos desarrollado una técnica que da una postura profesional. Estas maneras indirectas de abordar a la gente preparan a sus posibles prospectos y aumentarán su curiosidad, sin dar a conocer más de lo necesario antes de la reunión donde se les presentará el plan.

Materiales de Contacto

Este material puede ser entregado a sus posibles prospectos para que lo evalúen. Luego, usted los llama para ver si quieren más información y hace la cita. Este material tiene información sobre oportunidades financieras y del

concepto de redes de mercadeo sin dar detalles específicos y puede estar en forma impresa o video.

"Invitación Modelo": Modelo de la llamada telefónica

- *Identifique y establezca restricción de tiempo.*

"Hola, le habla *(su nombre)*; no tengo mucho tiempo ahora mismo, pero déjeme decirle porque lo llamo. ¿Tiene un minuto?"

- *Halague (si es necesario) si usted está llamando a alguien que acaba de conocer.*

"Me encontré con usted el otro día en *(lugar)* y quedé impresionado con su *(actitud, información, comentarios, ambición, sonrisa, manejo de una situación, ...)*. Allí..."

- *Explíquese*

"¿No sé si usted sabe o le mencioné que tengo un negocio exitoso que se encuentra en crecimiento acelerado y...?" o "¿No sé si le mencione que estoy desarrollando una red de mercadeo la cual está creciendo de manera acelerada y ...?"

- *Califique*

"Estoy buscando una persona clave en esta área para expandir mi negocio". Permítame hacerle una pregunta: ¿Si el dinero fuera bastante y esta nueva actividad pudiera adaptarse a su horario, se opondría usted a recibir un ingreso extra o adicional ahora mismo? ¿Por qué no nos reunimos para darle más detalles y mostrarle algunas formas potenciales de ganancia?"

- *Cierre*

"Tengo disponible el *(especifique día)* y el *(especifique día)*. ¿Cuál es mejor para usted?" Fije claramente fecha, hora, y lugar. Para establecer el lugar de

la reunión usted debe decidir en este momento si lo va a invitar a una reunión en su casa, una reunión central de patrocinio o un plan uno a uno.

¿Cómo hacer frente a objeciones?

- *Si ellos dudan y quieren más información diga lo siguiente:*

"(Nombre del prospecto), estoy seguro que tendrá muchas preguntas, es por eso que lo llamé hoy. ¿Está usted disponible (día y hora) para reunirnos y obtener los detalles?"

Fije la cita otra vez.

- *Si insisten:*

"(Nombre del prospecto), ¿Por qué no le dejo esta información (materiales de contacto) y después que la haya evaluado lo llamo para reunirnos y discutir todos los detalles?"

Llame luego para fijar la cita.

- *Si insiste una persona con quien tiene una relación estrecha:*

"(Nombre del prospecto), confié en mi en esto. Yo quiero que usted vea lo que estoy haciendo".

Fije la cita otra vez.

- *Si dice estoy ocupado:*

"Si lo sabía cuando lo llamé, pero este concepto tiene una característica de tiempo compartido que lo hace ideal para personas ocupadas y productivas como es su caso".

Fije la cita otra vez.

- *Si dan cualquier otra objeción:*

(Nombre del prospecto), ¿es la única objeción que tiene? Entonces no hay problema ya que este negocio tiene un mecanismo que resuelve esa problemática que usted comprenderá cuando nos reunamos". Fije la cita otra vez.

- *Si el prospecto pregunta:*

¿Qué compañía es? ¿Es 4Life?

Esta pregunta vendrá solo ocasionalmente pero puede venir en el momento de la invitación. Este es el momento para sentirse orgulloso y confiado. Nunca dude. Su respuesta y postura debe ser como sigue:

"Efectivamente así es. ¿Qué sabe usted de 4Life? ¿Ya pertenece usted a la red? ¿Qué sabe sobre las diferentes formas de ganar dinero? ¿Qué conoce usted sobre ingreso residual? Debido a que 4Life es una corporación libre de deuda y con un antecedente impecable de integridad, nosotros sabemos que responde por sus compromisos".

"También estamos expandiendo internacionalmente en grandes mercados y usted puede conocer personas en uno de esos países. ¿Por qué no nos reunimos y conversamos? ¿Por qué no evalúa esta información ("material de contacto") y luego hablamos?".

Fije la cita otra vez.

Recuerde que usted tiene un conocimiento superior al de ellos con respecto al negocio. Sea paciente y no esté defensivo con negativas. Comparta lo que usted ha descubierto y se admirará al ver cómo la gente puede cambiar rápidamente. Siempre vuelva a la frase: "¿Por qué no nos reunimos y así usted puede analizar todos los detalles antes de tomar una decisión?" o "Yo tenía la misma actitud defensiva, pero me enteré como este negocio ha cambiado la vida de muchas personas. ¿Crees que sería mejor invertir un poco de su tiempo en mirar todos los detalles antes de tomar una decisión".

Fije la cita otra vez.

Nota: Si al usted entregar el "material de contacto" al prospecto, éste continúa haciendo preguntas o pidiéndole una explicación detallada del negocio, simplemente indíquele con firmeza que todo eso está explicado en el material que le acaba de entregar. Dígale que lo evalúe y que luego de que lo haya evaluado se reunirán para aclarar dudas y ampliar sobre algún aspecto del negocio.

Fije la cita.

6

Reuniones en las Casas

Haga dos reuniones en su casa

Usted podría tratar de invitar algunos prospectos a una reunión central de patrocinio o hacer reuniones de uno a uno. Pero su negocio comenzará realmente a crecer cuando usted sea el anfitrión de dos reuniones en su propia casa y presente el plan a un grupo de sus prospectos.

Programe dos fechas, permítale a sus prospectos la posibilidad de elegir. Haga la invitación en forma personal, ya que si ellos se percatan que es un grupo puede que no se sientan tan comprometidos en asistir. Usted debe vestirse de estilo formal de negocios. Entregue a cada invitado interesado o prospecto el material de seguimiento antes que se retire. Marque en su calendario una reunión de seguimiento dentro de las próximas 24 a 48 horas.

Luego de las dos primeras reuniones en su casa, deberá programar reuniones para presentar el plan en otras casas para desarrollar la profundidad, así como repetir las reuniones para reforzar y profundizar en los conceptos. Haga su presentación utilizando la Presentación Modelo sobre la oportunidad del negocio (ver página 80).

La presentación en las casas tiene como propósitos principales:

- Llevar el mensaje de que existe una oportunidad llamada red de mercadeo a través de la cual se puede lograr la independencia financiera y hacer los sueños realidad.
- Modelar al anfitrión de la casa y a las personas que van, como es que se conducen las reuniones en las casas.
- Construir la relación entre el patrocinador, el anfitrión y las personas que van de invitados a la casa.
- Desarrollo de liderazgo.

Para tener una reunión exitosa hay que considerar tres puntos de suma importancia

- I. La invitación
- II. Un buen seguimiento al anfitrión de la reunión
- III. La convicción del anfitrión.

1. La invitación

Las personas se van a atrever a hacer la invitación si saben las contestaciones para las preguntas que le van a hacer los invitados. Hay dos tipos de preguntas que son las que le hacen a uno cuando invitamos:

1. Preguntas de conocimiento
2. Preguntas de excusa

Las preguntas de conocimiento son tres:

1. ¿De qué compañía estamos hablando?

Nosotros estamos hablando de 4Life Research, compañía fundada en 1998 por un equipo de expertos en la creación de ingresos residuales. Esta compañía está creciendo enormemente a nivel internacional y está colocada la número 15 en crecimiento según la revista INC 500.

2. ¿Qué productos tienen?

La línea de productos es tan grande que cuando nos reunamos voy a entregar una información completa de cada uno de ellos.

3. ¿Podría explicarme sobre lo que estamos hablando?

Son muchos los detalles para discutir. Sin embargo, las personas que van a hacer la presentación son expertos en ayudar a la gente en como ganar ingresos residuales.

Hay dos tipos de ingresos: Ingreso lineal e Ingreso residual.

- Ingreso lineal es el que usted y yo tenemos. Trabajamos y por el número de horas que trabajamos nos pagan, o sea, cambiamos tiempo por dinero.
- Ingreso residual es el único ingreso que le puede dar más libertad de tiempo. Este ingreso no depende del 100% de su esfuerzo, sino que su esfuerzo está compartido con otras personas. Los expertos consideran que es la mejor forma para poder lograr la independencia financiera.

Nota: Si la persona insiste mucho de que quiere mas información haga una cita para entregar el DVD Construyendo para el Futuro - El Mito.

Cuando el prospecto pone excusas

"No tengo tiempo" o "Es muy lejos" o "No me gusta vender" o "No tengo dinero" o... Las preguntas de excusas se contestan con la misma excusa.

Por ejemplo:

Pedro dice: "Es que no tengo tiempo..."

Usted contesta: "De hecho Pedro, yo estoy consciente de que tú eres una persona muy ocupada. Si el tiempo fuera un impedimento para lo que vamos a hablar, ¿te estaría yo llamando?"

Si le dice que no, lo invita al día en que va a ser la presentación en su casa.
(Ver pág.33, Invitación Modelo)

I. Buen seguimiento al anfitrión

Antes de llevar a cabo la reunión en la casa tenemos que reunirnos con el anfitrión para explicarle algunos aspectos de la reunión en la casa.

1. Explicarle como invitar.
2. Explicarle porque está en el Sistema (La Guía del Éxito) y lo que el Sistema va a hacer por él o ella. El Sistema es un conjunto de elementos: La Guía del Éxito, CD, seminarios, actividades y libros), que le va a permitir convertirse en un profesional en redes de mercadeo. Este Sistema le va a brindar una oportunidad real de construir redes sólidas, estables, en crecimiento y productivas. Le va a dar la oportunidad de lograr su independencia financiera y así hacer sus sueños realidad.
3. Discutir sobre el ambiente en que se debe desarrollar la reunión. (Ver pág.42)
4. Enseñarle como presentar a su patrocinador en la reunión y como edificar para que te presente.

III. La convicción del anfitrión

El anfitrión debe tener convicción, debe creer verdaderamente en lo que hace. Los invitados le van a preguntar y es importante que esté preparado. La convicción del anfitrión es lo que determina en gran medida el éxito de la reunión.

Las reuniones en las casas se dividen en tres partes:

1. La reunión antes de la reunión:

Es cuando los prospectos invitados van llegando a la casa. Establezca una comunicación positiva. Esta comunicación puede ser con relación a temas personales de ellos: ¿De dónde son?, ¿a qué se dedican? e intercambio de opiniones.

2. Presentación de la oportunidad

Antes de la reunión, recuerde lo siguiente:

- La presentación consiste de dos partes. La primera es la presentación del orador por parte del anfitrión. La segunda es la presentación del Plan. La persona a cargo debe ser el patrocinador o el "up-line" que esté preparado. La presentación debe durar 45 minutos.
- La presentación debe ser simple y fácil de entender. Mientras más simple la mantengamos más duplicable y más poderosa va a ser. La presentación no necesita ser tan sofisticada, lo más importante es que parta del corazón; esto es lo que la hace duplicable. Si se hace muy sofisticada no se va a duplicar.
- Usar el Modelo del Plan y el CD del mismo, para aprender todo lo necesario acerca del Plan.
- El anfitrión debe grabar el Plan y tomar nota. Esto le da credibilidad al orador y a la presentación.
- En la presentación de la oportunidad del negocio, una de las cosas que hay que vencer es el miedo a dar el plan. Un líder que retrasa el dar el plan va a retrasar el proceso de duplicación en su organización. Si la persona espera tres meses para hacer una reunión, es poco probable que alguien de su organización lo haga.
- Practique la presentación del plan y grábela. Luego debe analizarla y memorizarla.
- Durante la presentación del plan hable de los productos y del plan de compensación. Haga referencia de que está por escrito en el folleto del Plan y el catálogo de productos.
- Al hablar de su historia personal como parte del Plan, debe ser un testimonio vivo de las luchas en la vida antes de involucrarse en este negocio, y lo positivo de la decisión que ha tomado.
- Es importante que al contar nuestra historia transmitamos las emociones de como nos sentimos por dentro y porque estamos envueltos en ésta oportunidad que 4Life nos ofrece.

3. La reunión después de la reunión:

Es donde se va a hablar con los diferentes invitados y a los interesados se les entrega material de seguimiento y se establece una fecha para discutir las dudas.

Nota: *Material de seguimiento recomendado: DVD "Life Rewards", folleto Salud 4Life, folleto del Plan de Compensación, revista Estilos de Vida y/o Summit.*

Puntos a considerar

- ❑ Antes de la reunión es importante conocer las respuestas a las probables preguntas que nos pueden hacer.
- ❑ Las personas que están interesadas por lo general se mueven al orador. Por lo general, si hay siete personas en la presentación de dos a tres van a interesarse. El error puede ser tratar de atenderlos a todos. Se debe concentrar en aquellos que tengan más interés.
- ❑ Si las personas preguntan sobre los productos o el Plan de Compensación se le hace referencia al folleto del Plan de Compensación, Salud 4Life y al DVD de Testimonios. Se le entrega este material al invitado interesado y se hace una cita para reunirse y aclarar las dudas. Es importante tener la agenda a mano cuando se entregue el material de seguimiento. Cuando se recoge el material de seguimiento hay que aclarar las dudas, responder a las preguntas y calificar al prospecto entre cliente, distribuidor o desarrollador de redes. Esto es importante para determinar como vamos a trabajar con él.
- ❑ Nunca pregunte: ¿Te gustó?, ¿Qué piensas?

📌 Pregunte esto:

- ¿Quiénes consideras que podrían ser tus primeros líderes?
- ¿Qué puntos fueron los más que te llamaron la atención?
- ¿Cómo crees que este proyecto podría cambiar tu calidad de vida?
- ¿Cómo te sentirás el día que logres realizar tus sueños?

Cómo organizar una reunión exitosa en su casa

A través de los años uno de los conceptos más exitosos en el negocio de redes de mercadeo ha sido el de las reuniones en las casas. Es fácil de duplicar y crea un ambiente favorable para establecer buenas relaciones. He aquí aspectos muy importantes relacionados con este tipo de reunión:

1. Establezca dos fechas en su calendario para que su patrocinador o líder de grupo venga a su casa a hacer la presentación del plan.
2. Comience a invitar a sus prospectos 7 días antes de la fecha de la reunión en su casa.
3. Use la "Invitación Modelo".
4. Siempre invite el doble de personas de las que espera que asistan a la reunión. Las personas tienen vidas ocupadas y cualquier cosa puede resultar en cancelaciones. No se arriesgue a desperdiciar el tiempo valioso de su patrocinador.
5. Asegúrese que la gente entienda que usted los estará esperando. Pídale que le confirmen su participación definitiva en el momento de hacer la cita, sino, usted puede invitar otra persona y luego hacer otra cita con ellos.

6. Usted debe vestirse formalmente, recuerde es una reunión de negocios.
7. No ponga muchas sillas, tenga sillas extra disponibles. Es mejor traerlas más tarde si las necesita, antes que tener sillas vacías.
8. Encierre cualquier animal que pueda causar distracción y asegúrese que alguien cuide a los niños pequeños durante la reunión.
9. Guarde su teléfono y apague el televisor.
10. Empiece a la hora indicada y por favor, no mencione aquellos que no han llegado a la reunión; esto crea una atmósfera de fracaso aún antes de comenzar y da la impresión a los que vinieron de que ellos no son importantes.
11. No sirva refrigerios durante la presentación. Al finalizar la reunión puede servir refrigerios, trate de usar implementos desechables para simplicidad. No queremos amas de casa compitiendo con sus vajillas.
12. Nunca sirva bebidas alcohólicas de ninguna clase.
13. El anfitrión debe comenzar presentando al que hablará como un amigo y socio exitoso. Exprese su confianza en ellos y su aprecio por el orador, de dar de su tiempo para ofrecer su ayuda en explicar este concepto.
14. Esté atento, tome notas, grabe la reunión para luego estudiarla.
15. Al cierre de la reunión, reitere en su seriedad con respecto al negocio.
16. Ofrezca refrigerios mientras el patrocinador contesta preguntas y usted distribuye el "material de seguimiento" a cada interesado.
17. Programe fechas de seguimiento para cada prospecto interesado.

18. Durante el momento social haga preguntas tales como:
 - "¿Alguna vez recibió una explicación de este tipo de negocio?"
 - "¿Es fácil entender como hacemos dinero con esto?"
 - "¿Ha pensado usted en alguna otra persona que podría introducir a la red?"
 - "¿Qué parte le interesa más de lo que usted vió y escuchó?"
19. Asegúrese de que los prospectos tengan el material de seguimiento.
20. Siempre invite sus prospectos para la próxima reunión central de patrocinio y dígales que pueden traer sus prospectos. Recuerde y mencione el hecho de que "este negocio hace más sentido la segunda vez que uno lo ve".
21. Mueva el negocio hacia el desarrollo de la profundidad programando reuniones en las casas de sus prospectos para construir la seguridad de su negocio y el ingreso residual.

Seguimiento

Una vez haya presentado la oportunidad empresarial y entregado el material de seguimiento (Salud 4Life, folleto Plan de Compensación, Revista Estilos de Vida y DVD Life Rewards) a su prospecto, este tendrá a su disposición toda la información que necesita para tomar una decisión. Dé un máximo de 24 a 48 horas y coordine una cita para dar el seguimiento. El objetivo de este seguimiento es ayudar al prospecto a pasar por el proceso de toma de decisiones. Permita que cada uno juzgue por sí mismo. No discuta, ni lo presione. Deje que elija lo que desea. No se trata de vender un kit. Si entra a su prospecto a esta oportunidad bajo presión como si fuera un argumento de venta, no significa que vaya a desarrollar el negocio. Recuerde que el Sistema Educativo ha sido diseñado para pasar a su prospecto a través de todo un proceso de información, para que sea el prospecto quien elija el camino a seguir, ya sea desarrollador, distribuidor o cliente.

Verifique si su prospecto tiene alguna pregunta o duda y aclárela con actitud positiva. Probablemente, usted tendrá que explicar ciertos aspectos de la oportunidad de nuevo. No se preocupe si hay preguntas, si el prospecto tiene preguntas es una buena señal de interés. Limitese a contestar y a aclarar las dudas de su prospecto. Un error común de los distribuidores es tratar de convencer con exceso de información técnica del producto o del plan de compensación. El exceso de información técnica retrasa la toma de decisiones, ya que pone a su prospecto a pensar lógicamente. Por ejemplo: Si le estamos dando un seguimiento a una persona cuya preparación no es en el área de la salud y le damos exceso de información técnica sobre el producto, al no poder comprenderla se confunde y puede no visualizarse haciendo el negocio, ya que lo ve muy complejo. En vez de tratar de convencer usando argumentos lógicos es mucho más sencillo y efectivo contar testimonios del producto y utilizar las herramientas que el Sistema Educativo nos provee como: DVD de testimonios y literatura (Salud 4Life, folleto de preguntas y respuestas del Transfer Factor). Esto permite que el prospecto se visualice haciendo el negocio, ya que ve que es muy sencillo.

Algunas personas no pueden tomar decisiones inmediatamente, por lo tanto usted puede decirle: "Cuando yo vi esta oportunidad por primera vez no pude entender todos los detalles, por lo cual me di una segunda oportunidad de ver otra presentación y fue allí que pude comprender mejor lo que este proyecto podría

hacer por mí y el futuro de mi familia." Invítelo a la reunión central y edifique esta reunión. El exponerlo y que pueda conocer personas que están teniendo éxito en 4Life le va a permitir tomar la decisión correcta.

Trate de no dejar gente en el aire después que usted ha hecho el seguimiento. Cuando usted ha recuperado el material de seguimiento, aclarado las dudas, contestado todas las preguntas y su prospecto le ha expresado su grado de interés, entonces es que debe ayudarle a tomar una decisión de acuerdo a las siguientes tres opciones:

1. **Desarrollador:** Comienza a construir la red para lograr la independencia financiera.
2. **Distribuidor:** Compra productos directo de la fábrica, al costo y los vende.
3. **Cliente:** Compra productos en almacén.

Una vez que usted sabe donde se ubica su prospecto, puede proseguir para que empiece correctamente. Si elige ser desarrollador haga una cita para hacer una planificación empresarial y comenzar a pasar al prospecto a través del Sistema Educativo. Déjele a su nuevo distribuidor un CD del Sistema Educativo en lo que se reúnen nuevamente.

Objeciones comunes en el seguimiento:

Una persona que sigue con dudas después que usted lo ha pasado por todo el proceso anterior, probablemente tiene objeciones. Si su prospecto no está listo para asociarse en ese momento, es posible que usted tenga que explorar sus inquietudes más a fondo. Recuerde, este es un concepto nuevo y muy diferente para la mayoría de las personas y quizás no ha comprendido lo que usted explicó o tenga miedo de que no lo pueda hacer. Usted tendrá que tratar esas inquietudes con confianza, pero también con sensibilidad. El prospecto debe darse cuenta de que usted respeta y entiende lo que está diciendo, asegúrele que usted le puede ayudar. ¡Usted sabe más de este negocio que ellos! ¡Usted sabe que cualquier persona con sueños, aspiraciones y un verdadero deseo de aprender puede tener éxito!

Además, sabe que la edad, la educación, la raza o la personalidad no son obstáculos al éxito. Las limitaciones de tiempo o dinero no son gran problema para desarrollar este negocio. Esta compañía se basa en la honestidad y es legítima.

Su trabajo reafirmará esto que ya usted sabe: ¡Que la oportunidad es real! La mayoría de los miedos reales de sus prospectos están ocultos en las siguientes respuestas:

- "Estoy muy ocupado en este momento y no tengo tiempo."
- "No se si esto es realmente para mí."
- "Todas las personas que conozco ya pertenecen a esto."

Muchos prospectos disfrazan sus miedos con respuestas como las anteriores en lugar de ser sinceros. Por ejemplo, dicen: "Estoy muy ocupado." En vez de ser sinceros y decir: "No estoy seguro si puedo o si podré hacerlo". Se nos paga generosamente en este negocio, por ayudar a la gente a sobreponerse a estas dudas y emociones negativas para que puedan tomar una decisión. Ellos le agradecerán por años si usted los ayuda a creer.

De una respuesta corta y lógica a sus inquietudes y objeciones. Luego dirija la conversación nuevamente a sus necesidades y sueños o aspiraciones. A continuación varios ejemplos para lidiar con las inquietudes y objeciones:

- *Si le dice:* "No estoy seguro si esto es para mí."

Usted debe responder: "Entiendo como usted se siente (*nombre*). Nosotros nos sentimos así cuando vimos esta oportunidad por primera vez. Reconozco que me agradó grandemente entender lo que es esto cuando ví una segunda presentación. Mi consejo es que lo vea una segunda ocasión antes de tomar una decisión. Invítelo a una reunión central."

- *Si le dice:* "No tengo tiempo."

Usted debe responder: "Yo se que usted está realmente ocupado y esa es una de las razones principales porque decidí hablarle. Yo mismo estaba ocupado todo el tiempo, pero descubrí que este negocio tiene una característica de

tiempo compartido que soluciona ese problema y lo hace ideal para gente ocupada como nosotros. Esto es justamente lo que yo estaba buscando para tener tiempo y hacer las cosas importantes de la vida. Arreglemos para que usted vaya a una segunda presentación y conozca algunas personas con las cuales usted se podría identificar." Invítelo a la reunión central.

- *Si le dice:* "Estoy preocupado con la saturación."

Usted debe responder: "Ese fue también uno de mis primeros pensamientos, pero cuanto más pienso en eso me doy cuenta que cada día más personas reconocen de las limitaciones de sus empleos. Todos los meses un número significativo de personas jóvenes se casan y buscan nuevas oportunidades. Hasta ahora nosotros hemos alcanzado solo un pequeño porcentaje del mercado."

- *Si le dicen:* "Estoy preocupado de no ser de los primeros, ya que pienso que los primeros son los más que ganan."

Usted debe responder: "En una oportunidad de Red de Mercadeo no tiene que ser necesariamente de los primeros para ganar buen dinero. Se puede demostrar matemáticamente que una persona que comienza más tarde puede ganar más dinero que estos. Hay mejor adiestramiento, más experiencia, mejores herramientas y ejemplo de personas que están teniendo resultados. Coordinemos para que usted venga a nuestra próxima reunión central y conozca a personas que empezaron hace poco y ya están obteniendo resultados."

- *Si le dicen:* "No necesito más dinero." o "Estoy incómodo con el concepto de riqueza."

Usted debe responder: "Puedo entender su preocupación (*nombre*), parece que muchas personas ponen mucho énfasis en el dinero. Nosotros estamos hablando realmente acerca de un medio financiero que puede ser usado para darnos más opciones. Este ingreso adicional ayudará a que su esposa no tenga que trabajar fuera mientras los chicos están en casa. Otras veces puede significar fondos extras para dar a personas necesitadas, la iglesia u obras benéficas. ¿Por qué no lo mira más a fondo?" Invítelo a la reunión central, para que conozca algunas personas que creían como él.

Referidos: ¿Cómo Obtenerlos?

Cuando ha aprendido a obtener referidos, nunca quedará sin prospectos, y es tan fácil. En vez de descartar a los prospectos que no tienen interés en organizar una red propia, pídale referidos. "Usted mencionó que por el momento no tenía interés en organizar una red. Pero si lo hiciera, ¿Quién le parece sería el mejor prospecto para este tipo de empresa? ¿Por qué?" En otras palabras, pida a su prospecto que se visualice como si fuera a desarrollar esta oportunidad y pregúntele los nombres de las personas que contactaría si estuviera en esa posición. Además de los prospectos que no tienen interés en esta oportunidad, también están los referidos de los clientes y distribuidores.

La clave para conseguir referidos es desarrollar una buena relación con todo prospecto. No lo de por perdido si decide no seguir adelante con esta oportunidad en este momento. Si usted mantiene una buena compenetración, sin presiones, con todos sus prospectos, ellos le proveerán a usted los nombres de otros y hablarán de usted con sus amigos. Toda relación tiene el potencial de ayudar a su empresa, aún si no rinde frutos inmediatamente. Es por eso que el sistema enfatiza el planeamiento a largo plazo. A veces las semillas que uno siembra hoy, brotan multiplicadas en un año o dos.

Puntos a considerar

- ❑ Coordine una cita 24 a 48 horas después para recoger el material de seguimiento y aclarar las dudas del prospecto.
- ❑ Establezca el día, hora y lugar de la cita.
- ❑ Dé opciones a sus prospectos. No presione, ni arrincone. Permita la libertad de elegir entre: Cliente (ofrecer algunos productos básicos), Distribuidor (le interesa la venta) o Desarrollador (su visión es desarrollar redes que le den la libertad).
- ❑ Si aún después del seguimiento tiene dudas, invítelo a una segunda presentación o a la reunión central.

Consulte con su Patrocinador

El consultar y evaluar periódicamente el progreso en el negocio con nuestro patrocinador o líder de grupo es de gran importancia. Esto nos permite establecer donde se encuentra nuestro negocio y así desarrollar estrategias, ajustes y acciones que permitan poner en marcha nuestra empresa.

Es necesario preparar mensualmente un diagrama que incluya lo siguiente:

- Nombre y puntaje por pata (línea descendente).
- Haga proyecciones de crecimiento para el próximo mes.
- Revise el diagrama mensualmente. ¿Está conforme con el crecimiento que ha tenido? ¿En qué áreas debe mejorar?
- Volumen logrado en tres niveles y volumen total de la organizan.
- En base al diagrama fije compromisos y metas mensuales.
 - :: ¿Cuántas reuniones en las casas voy a dar este mes?
 - :: ¿Cuántas personas de mi organización voy a llevar a la próxima actividad, seminario, feria de productos,...?
 - :: ¿Cuántos clientes nuevos? ¿Cuál es el volumen de venta personal para este mes?

Duplíquese Enseñe la Guía del Éxito a otros

- Enseñe constantemente los nueve pasos de La Guía del Éxito a sus nuevos distribuidores. La forma de enseñarlos es: siguiendo los pasos y modelándolos.
- Es importante aprender bien las cosas para que pueda transferir correctamente a su gente. Nuestro ejemplo es la mejor manera de transferir nuestros conocimientos a la red.
- Mantenga su negocio simple. Haga cosas que la gente encuentre sencillas de duplicar y copiar.
- Primero, usted aprende; luego enseña a otros y finalmente enseña a enseñar, a través de historias, testimonios y preguntas. Esta es la mejor forma.

**“No tratemos de eliminar la lucha...
tengamos sueños grandes.
Transformémonos en una persona líder y
pongamos acción”.**



El Ciclo del Momentum

El objetivo principal del ciclo del momentum es crear un ambiente que haga posible encaminar al prospecto a través de un proceso educativo y de desarrollo. Es sumamente importante que las personas pasen por este proceso educativo sin ser forzados. El ciclo del momentum debe prepararlos para poder tomar las decisiones correctas. Además, permite fortalecer la relación entre el distribuidor y el prospecto. Si usted está pasando al prospecto a través del ciclo del momentum y la relación no es buena debe ir más despacio, tal vez requiera otros medios como el DVD de contacto (Construyendo para el Futuro el Mito).

El ciclo del momentum comienza con la lista de prospectos. Seleccione los prospectos y haga la invitación, siguiendo las guías de la "Invitación Modelo". Los prospectos con los cuales hay buena relación o muestran interés, invítelos directamente a la reunión en la casa o a la reunión central. Aquellos prospectos que necesiten una introducción más detallada a la comercialización en redes de mercadeo antes de presentarles la oportunidad empresarial, pueden ser preparados usando el DVD de contacto (Construyendo para el Futuro el Mito).

El DVD de contacto (Construyendo para el Futuro el Mito) magnifica el apetito del prospecto por más información. Este habla de las oportunidades financieras y del concepto de la comercialización en redes de mercadeo, de manera que encamine en ese sentido el pensamiento del prospecto. Tenga un DVD de contacto

(Construyendo para el Futuro el Mito) en todo momento. Dígame a su prospecto que usted quiere su opinión acerca de la información prestada. Este método tiene como objetivo final, el llevar al prospecto a una presentación empresarial en la casa o a la reunión central. Después de un contacto inicial con un prospecto, la presentación de la oportunidad empresarial debe ocurrir dentro de un periodo de 5 días. La reunión en la casa y la reunión central son el lugar más apropiado para hacer la presentación. Algunos quedan impresionados con una reunión grande y más planificada como la Reunión Central; otros responden mejor en un ambiente más íntimo y reposado, como la reunión en la casa. Use su buen juicio para determinar en que medio será más receptivo su prospecto.

La reunión en la casa es la piedra angular de todas las demás reuniones. Las relaciones se fortalecen mejor en una reunión en la casa donde hay más confianza. Por otra parte, las reuniones centrales son una muestra impresionante del éxito colectivo. De la misma manera que la reunión en la casa aumenta el compromiso personal, la reunión central aumenta el compromiso de toda la red.

Si no ha programado reuniones en las casas o reuniones centrales dentro del periodo de 5 días después de su contacto con el prospecto, haga arreglos para una presentación individual (uno a uno). Una vez que usted domine el modelo de la presentación empresarial, ya no tendrá problema en adaptar su presentación a un ambiente individual. La presentación individual cuando se maneja bien puede ser efectiva, pero no llega a reemplazar la efectividad de la reunión en la casa o la credibilidad de la reunión central. La presentación individual puede ser una herramienta efectiva en situaciones en donde todavía no se ha establecido la relación con el prospecto.

Independientemente de donde reciba la presentación de la oportunidad empresarial, el prospecto debe recibir un material de seguimiento (Salud 4Life, folletos del Plan de Compensación, revista Estilos de Vida y DVD Life Rewards). A diferencia del DVD de contacto que solamente habla superficialmente, este material de seguimiento contiene una información más detallada de la presentación que usted acaba de hacer. En la presentación, usted siembra una semilla; el material de seguimiento asegura que esta eche raíces.

En el seguimiento para recoger el material prestado, tenemos la oportunidad de fortalecer la relación con el prospecto. El seguimiento conduce a tres caminos u opciones: convertirse en desarrollador, distribuidor o cliente. No importa lo que decida su prospecto, usted y su red se beneficiarán. Como indica el diagrama del ciclo del momentum, cada opción conduce directa o indirectamente a la lista de prospectos y el proceso comienza de nuevo. Los 9 pasos para la duplicación y el ciclo del momentum representan la forma más potente de la duplicación, estos dos son el núcleo del poderoso motor del Sistema Educativo.

EL CICLO DEL MOMENTUM



DESARROLLADOR • Apertura de la Guía del Éxito • Descubra sus sueños • Establecer metas y compromisos • Lista de Prospectos • Dos reuniones en casa • Entrega del Kit de 4Life

DISTRIBUIDOR • Entrega del Kit de 4Life • Cómo ordenar productos • Entregar Índice de Enfermedades y CD de Testimonios

CLIENTE • Cómo hacer órdenes • Referidos • Índice de Enfermedades • Cliente puede convertirse en distribuidor • Catálogo de productos

CULTURA ORGANIZACIONAL ORIENTADA HACIA LOS RESULTADOS Y BASADA EN LA EDIFICACIÓN

Uno de los errores comunes del patrocinador con el nuevo distribuidor es dar demasiada información en las primeras etapas. Este exceso de información reduce la efectividad para que el nuevo distribuidor pueda enfocarse en las cosas que son determinantes para hacer crecer su red en las primeras etapas. Así que nuestra principal función como patrocinador es enseñar y modelar los conceptos básicos que van a ayudar a este nuevo distribuidor a auspiciar personas, retener a estas personas e incrementar los volúmenes de su negocio.

En un negocio de redes de mercadeo estos tres conceptos son fundamentales para producir resultados. International Networkers Team en su interés por ayudar a cada miembro del equipo a que pueda alcanzar los resultados que está buscando, ha desarrollado un plan de acción que va a llevar a cada miembro a ser más efectivo en su negocio. Este plan de acción tiene como objetivo desarrollar una cultura organizacional orientada hacia los resultados y basada en la edificación.

La implementación de estas dos culturas en nuestras organizaciones, nos va a elevar a un nivel de excelencia, donde la edificación y los resultados van a ser nuestra mejor carta de presentación. Esto se logrará, cuando juntos como equipo tengamos una conciencia colectiva donde la edificación y los resultados se conviertan en un hábito organizacional. El plan de acción de convertir a INT en una organización con una cultura de resultados y una cultura basada en la edificación, va a permitir que alcancemos nuestro objetivo como equipo, convirtamos en la organización más grande en la historia de las redes de mercadeo.

Para tener éxito en este plan, hemos desarrollado una serie de estrategias enfocadas en el auspicio, retención e incremento de volumen, que son los tres pilares indispensables para desarrollar redes sólidas, estables y productivas.

Estos tres pilares se sostienen sobre la base de la edificación de:

1. la compañía
2. el equipo (INT)
3. el sistema educativo
4. su línea de auspicio.

Cuando edificamos constantemente estos cuatro puntos, estamos creando confianza, seguridad, credibilidad, compromiso, relaciones y lealtad en la red, lo cual produce un círculo de protección, permitiendo construir redes para toda una vida.

Cultura Organizacional Orientada hacia los Resultados

Las organizaciones exitosas y productivas son aquellas cuya cultura organizacional está orientada hacia los resultados. Para esto, dichas organizaciones son eficaces al establecer hábitos organizacionales hacia cinco puntos fundamentales:

- Objetivos claros
- Planificación
- Estrategias
- Modelar (implementar)
- Evaluación de los resultados

- Objetivos claros :

Objetivo INT: Construir la organización más grande en la historia de las redes de mercadeo.

- Planificación

Desarrollar una cultura organizacional orientada hacia los resultados y basada en la edificación.



- **Las estrategias para lograrlo:**

¿Cuáles son los tres pilares que nos permitirán desarrollar una cultura organizacional orientada a los resultados?

Auspiciar, retención e incrementar el volumen por distribuidor. Estos son los tres pilares que nos permitirán construir redes sólidas, estables y productivas.

La Oportunidad



COMPAÑÍA

- Visión
- Administración
- Servicio
- Tecnología en sus productos
- Plan de Compensación

INTERNATIONAL NETWORKERS TEAM

Estructura de apoyo mundial
a través de:



- Reuniones centrales
- Seminarios
- Universidades
- Rallies
- Convenciones
- Actividades



SISTEMA EDUCATIVO

- Es el cómo hacerlo
- Nos da el conocimiento para transformarnos en empresarios en redes de mercadeo.



LÍNEA DE AUSPICIO

- Líderes formados con el conocimiento en nuestro sistema educativo para dar apoyo y modelar el sistema.

¿Cómo hacemos conscientes a las personas de la oportunidad que le ofrecemos?

A través de la Edificación

¿Qué es la Edificación?

Construir o crear una imagen

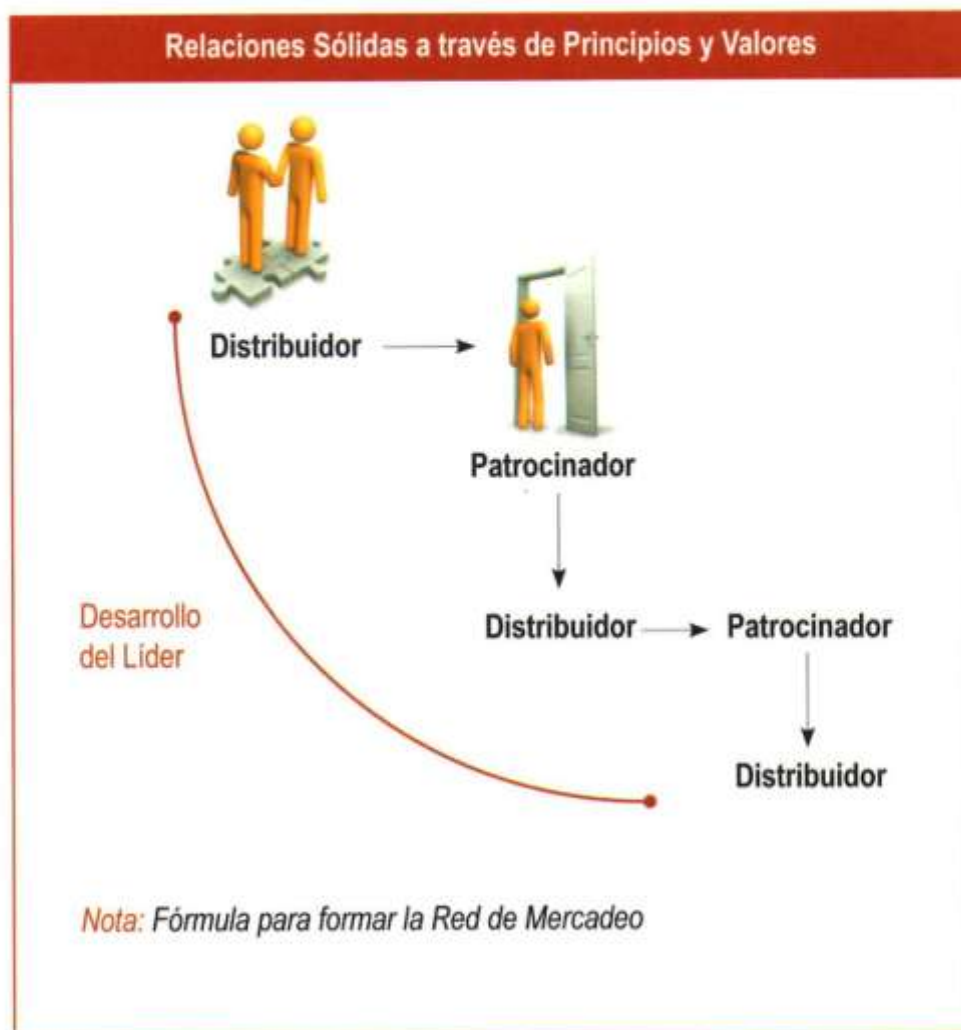
¿A qué o a quién vamos a edificar para construir esa imagen?

- Compañía
- Equipo
- Sistema Educativo
- Línea de Auspicio



¿Por qué la edificación es la base para auspiciar, retener e incrementar el volumen?

Porque a través de la edificación creamos la confianza, la credibilidad, el compromiso, la seguridad, la lealtad y las relaciones; factores que son indispensables para que tanto el consumidor como los prospectos y los miembros de la organización crean en la compañía, el equipo, el sistema y la línea de auspicio. Esta confianza, credibilidad y seguridad son indispensables para que el consumidor tome la decisión de usar el producto, para que el prospecto tome la decisión de ingresar al negocio y para que la organización trabaje en equipo, se conecte al sistema y se apoye en su línea de auspicio.



¿Cómo creamos una cultura organizacional basada en la edificación?

Modelando con nuestro ejemplo la edificación en todas sus formas.

- Edificación hablada: Tiene que ser sincera, con gratitud y reciproca.
- Edificación no hablada: Es llevada a cabo a través de nuestras acciones

¿Dónde y cuándo edificamos?

Todo el tiempo y en todas partes

- Prospectando
- Invitando en el seguimiento
- Reuniones en las casas
- En el uno a uno
- Reuniones centrales
- Planificación
- Eventos y Actividades
- Cuando estamos hablando con el "downline", "upline" y "crossline"



Estrategias para auspiciar, retener e incrementar el volumen

1er Pilar: Auspiciar

Nuestra profesión en redes de mercadeo es construir una red de distribución. Dicha red está constituida por gente, por tal razón nuestro primer paso para ser exitosos en redes de mercadeo es auspiciar personas. Una red cuyos miembros son efectivos en auspiciar personas, va a tener una organización en continuo crecimiento. Las organizaciones de redes de mercadeo más exitosas, son aquellas cuyos miembros están conscientes de que su objetivo final es desarrollar una red constituida por tres categorías de personas: consumidor, distribuidor y desarrollador de redes. Cuando las estrategias que desarrollamos están alineadas para afiliar personas a estas tres categorías, es entonces que estamos maximizando la productividad de la red.

Para poder ser eficaces en auspiciar personas en cada una de estas tres categorías hemos creado unas estrategias dirigidas a esto. Si observamos La Guía del Éxito en el diagrama del "Ciclo del Momentum", podemos observar que en el seguimiento el prospecto puede tomar uno de tres caminos al momento de tomar la decisión, esto es, puede decidir ser consumidor, distribuidor o desarrollador. Uno de los errores comunes que cometen los desarrolladores es no dar importancia a las primeras dos categorías o no tener las estrategias correctas para manejar eficazmente al consumidor y distribuidor.

¿Cuáles son las tres categorías de personas que constituyen una red?

- Cliente (consumidor)
- Distribuidor
- Desarrollador

Estrategias para auspiciar clientes

- ¿Qué es un cliente?
 - Es una persona que al escuchar el plan de oportunidad se interesa en consumir los productos.
 - Persona que le gusta consumir productos naturales.
 - Persona con alguna condición de salud, que ha entendido que el producto puede ayudarlo.
- Si la persona elige la categoría de cliente siga los siguientes pasos
 - :: Cuénteles lo bien que usted se siente desde que utiliza los productos, mencione que todos en su familia están fascinados con los productos de 4Life, cuente algunos testimonios.
 - :: Edifique la tecnología única de 4Life (Transferenceutical, Trifactor eleva las defensas un 437%).
 - :: Presente el video y literatura de combinaciones de productos.

- :: Enseñe el Índice de productos y enfermedades y el catálogo de productos.
- :: Haga una orden de los productos para el cliente y su familia.
- :: Llene un formulario de datos personales del cliente (nombre, teléfono, correo electrónico ("e-mail"), dirección, productos que compró y la fecha), para poder proveer información de nuestros productos y cualquier información general de la buena salud.

International Networkers Team • Formulario para Clientes

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

E-mail:

Producto(s) Adquirido(s):

- :: Pregunte si es posible dar una orientación de buena salud, bienestar y prevención en su casa, con su familia, vecinos y amigos.
- :: Invítelo a la próxima feria de la buena salud.
- :: Pídale referidos.
- :: Contáctelo mensualmente para saludarlo y ver cómo le va con los productos y saber si necesita alguno.

Estrategias para auspiciar distribuidores

- ¿Qué es un distribuidor?
 - Es una persona que entiende el potencial de la oportunidad en términos de venta y distribución del producto.
 - Persona que por naturaleza propia le agrada la venta directa y es profesional en esa área.
 - Persona que está muy interesada en sacar el máximo beneficio de las bonificaciones del plan de incentivo.
- Si la persona elige la categoría de distribuidor siga los siguientes pasos: (Ver pág. 71, Estrategias para los Tres Pilares)
 - Llene el contrato y el formulario de la orden de respaldo.
 - Explique los beneficios de ingreso al distribuidor
 - :: Ganancia por la diferencia entre precio distribuidor y precio consumidor.
 - :: Recibe un 25% de ingreso de todo lo que venda en exceso de los 100 puntos.
 - :: Productos gratis cuando compra por caja.
 - Recomiende comprar un pequeño inventario de los productos de mayor venta para que pueda tener productos a la mano y vender a sus clientes.

- Enseñe a promover la venta de productos en combinaciones.
- Enseñe como ordenar los productos.
- Recomiende las herramientas que le van a ayudar a vender sus productos.
 - :: Índice de productos y enfermedades.
 - :: Literatura de las combinaciones de productos y de discovery salud.
 - :: Video de testimonios y de la buena salud
 - :: PDR – Portada del “Physicians’ Desk Reference”, donde indica que nuestros productos están en ese libro.
 - :: Catálogo de productos.
- Pregunte si es posible dar una orientación de buena salud, bienestar y prevención en su casa, con su familia, vecinos y amigos.
- Invítelo a la feria de la buena salud y conferencias de los productos para que aprenda sobre ellos.
- Pida referidos.

Estrategias para auspiciar desarrolladores

- ¿Qué es un desarrollador?
 - Es una persona que desea convertirse en un profesional en la industria de redes de mercadeo.
 - Persona que combina a la perfección los beneficios de las tres categorías: clientes, distribuidores y desarrolladores.
 - Es un buen consumidor de los productos, se convierte en el mejor promotor y a su vez consigue al menos 5 clientes que lo repiten mensualmente (CD 5x5x5 = Libertad).
 - Se convierte en el mejor distribuidor del mundo, maximizando el plan de incentivo.

- Transfiera la visión, manténgalo motivado y entusiasmado. ¿Cómo podemos hacer esto? El día que esté llenando el contrato es el momento ideal para reforzar esto. Dígale que la decisión que ha tomado de ser desarrollador de redes es una de las decisiones más importantes que ha tomado en su vida. Que a través de esta oportunidad él va a poder lograr sus sueños y ayudar a muchas personas a hacer lo mismo. Es importante que usted le pinte el cuadro completo de cómo va a ser su futuro debido a esta decisión. Usted debe convertirse en el profeta del futuro del nuevo distribuidor. Dígale que usted está ahí para ayudarlo y para apoyarlo.
- Edifique su línea de auspicio para que él sienta que más allá de usted hay todo un equipo de personas que lo van a apoyar. Esto le dará gran seguridad al nuevo prospecto. Llame inmediatamente alguno de sus líderes "upline", para que le den la bienvenida al equipo y lo feliciten por la decisión que ha tomado. Además para que estos líderes se pongan a su disposición. Esto creará gran confianza y seguridad en el nuevo socio.
- Edifique la línea de auspicio y preséntele algunos líderes "upline" para que sienta el apoyo de todo un equipo.

2. Conéctelo al sistema

- Edifique el sistema educativo para conectarlo a este.
- Es importante que él sienta que más allá de usted hay toda una metodología para enseñarlo como hacer este negocio a nivel profesional. Dígale que usted le va a modelar este sistema a través de su ejemplo.
- Entréguele La Guía del Éxito con los 4 cd. Explíquelo que este va a ser nuestro manual de instrucciones del sistema y una guía de consulta constante para aprender las estrategias correctas que le permitirán lograr los resultados. Dígale que estudie el capítulo del "Ciclo del Momentum" y que escuche el CD 1 (La naturaleza del negocio) y el CD 2 (Como tener una reunión exitosa en casa).
- Muévelo a la reunión central. Explique que esta reunión es determinante para poder ser un desarrollador de redes. Que es el lugar donde nos reunimos todos los socios para adiestrarnos en el sistema y para llevar invitados a que vean la oportunidad.

- Entregue la taquilla del próximo evento y motíVELO a asistir.
3. Enséñelo a mover gente:
- Haga la lista de prospectos.
 - Seleccione los mejores 10 de la lista para hacer llamadas de conferencia con el apoyo del patrocinador, para invitarlos a la presentación de la oportunidad.
 - Enseñe al nuevo socio a mover gente a la presentación.
 - Una de las cosas que he observado a través de los años es que la mayor parte de los nuevos socios pierden gran parte de su mercado caliente por no conocer buenas técnicas para abordar a las personas de su lista. Por lo general, el nuevo distribuidor aborda este mercado directamente cuando va a ofrecerle una oportunidad de negocio o un producto para su salud. Esta práctica de abordar a su prospecto directamente perjudica al nuevo distribuidor cuando está tratando de mover gente a una presentación, ya que este no goza de credibilidad, de fluidez y el conocimiento para hablar con propiedad de este tema. Con el objetivo de abordarlos correctamente y no agotar nuestro mercado caliente es importante utilizar las técnicas de cómo abordar este mercado.
 - Técnicas para abordar el mercado caliente:

Preguntas de conciencia:

Ejemplo:

Te voy a hacer una pregunta, ¿Tu ingreso actual te permite cumplir con tus compromisos económicos y de familia? ¿Te gustaría quedar libre de deudas en un periodo de 2 a 5 años? ¿Has pensado alguna vez en retirarte de tu empleo sin tener que cumplir con los años de servicio que exigen los planes de retiro?

Edifique

Ejemplo:

¿Pues sabes algo? Al igual que tú, yo no sabía cómo lograrlo, pero conocí una persona que pertenece a un equipo de empresarios internacionales que se dedican a adiestrar a las personas en cómo mejorar las finanzas de la familia en tiempo de crisis. Estoy bien agradecido porque me están enseñando y me gustaría que

lo conocieras. Esta persona va a estar en mi casa dándome una orientación el viernes a las 7:00 pm. ¿Puedes acompañarme para que lo conozcas?

4. Tener una reunión exitosa en casa (Ver pág. 42 y escuche el CD #2)

- Responsabilidades del anfitrión (nuevo socio)
 - Estar motivado y entusiasmado con la presentación y con lo que le está sucediendo con la oportunidad.
 - Edificar en palabras y acciones al orador.
 - Dar un mínimo de 5 planes a la semana.
- Responsabilidades del orador (patrocinador)
 - Vestimenta de negocio.
 - Llegar puntual.
 - Tener pizarra y trípode.
 - Llevar pequeño inventario de productos
 - Dar un plan en base al modelo.
 - Coger lista de los asistentes.
 - Abordar los invitados y hacerle preguntas para tener un margen de referencia.

Ejemplo:

- ¿Qué fue lo más que te llamó la atención de lo que viste?
- ¿Has pensado en algún sueño que te gustaría hacer realidad?
- ¿Has pensado en alguien que pudiera ser tu primer socio?

- :: Determina si quieren más información para luego entregar paquete de seguimiento y formalizar la cita con la agenda.

Ejemplo:

- ¿Te gustaría llevarte información de todo lo que hablamos aquí para que la puedas evaluar? (El objetivo es establecer más reuniones con las personas que asistieron).

- :: Luego de la reunión, llene formulario de resultados de la reunión.

International Networkers Team • Formulario de Resultados de la Reunión

Patrocinador:

Anfitrión:

Dirección:

Teléfono:

Fecha de Reunión:

Número de familias atendidas

Número de charlas fechadas en la reunión

Número de paquetes de seguimiento entregados

Número de puntos vendidos en la charla

Número de referidos

2do Pilar: *Retención*

Se divide en tres áreas importantes:

1. Conectar a las personas al Sistema Educativo
 - a. Actividades del sistema
 - b. Herramientas del sistema

2. Edificación
 - a. Compañía
 - b. Equipo INT
 - c. Sistema educativo
 - d. Línea de auspicio

ESTRATEGIAS PARA LOS 3 PILARES

Hágalo usted primero, luego enséñelo a cada patrocinado

CLIENTE	DISTRIBUIDOR	DESARROLLADOR
<input type="checkbox"/> Cuénteles su testimonio personal sobre los productos y algunos testimonios que conozca.	<input type="checkbox"/> Llenar el contrato y el formulario de la orden de respaldo.	<input type="checkbox"/> Llenar el contrato y orden de respaldo.
<input type="checkbox"/> Edifique la tecnología única de 4Life.	<input type="checkbox"/> Explíquelo los beneficios de ingreso de un distribuidor.	<input type="checkbox"/> Presentar el Kit de diamante como opción para entrar. (Háblele de los beneficios).
<input type="checkbox"/> Presente video y literatura de los productos.	<input type="checkbox"/> Recomiende comprar un pequeño inventario de productos.	<input type="checkbox"/> Cree la seguridad.
<input type="checkbox"/> Muestre el Índice de productos y enfermedades.	<input type="checkbox"/> Enseñarle como ordenar.	<input type="checkbox"/> Edifique la línea de auspicio.
<input type="checkbox"/> Ofrezca las combinaciones de productos ideales.	<input type="checkbox"/> Enseñarle a promover la venta de productos en combinaciones.	<input type="checkbox"/> Edifique el sistema educativo.
<input type="checkbox"/> Haga una orden de productos.	<input type="checkbox"/> Recomendar las herramientas que le van a ayudar a vender los productos.	<input type="checkbox"/> Entregue La Guía del éxito con los 4 CD.
<input type="checkbox"/> Llene un formulario de información personal.	<input type="checkbox"/> Pregunte si es posible dar una orientación de buena salud, bienestar y prevención en su casa, con su familia, vecinos y amigos.	<input type="checkbox"/> Muévelo a la reunión central.
<input type="checkbox"/> Pregunte si es posible dar una orientación de buena salud, bienestar y prevención en su casa, con su familia, vecinos y amigos.	<input type="checkbox"/> Invítelo a la próxima feria de la buena salud.	<input type="checkbox"/> Entregue la taquilla del próximo evento.
<input type="checkbox"/> Invítelo a la próxima feria de buena salud.	<input type="checkbox"/> Pídale referidos.	<input type="checkbox"/> Hacer una lista de prospectos.
<input type="checkbox"/> Pídale referidos.		<input type="checkbox"/> Calificar los mejores 10 de la lista.
<input type="checkbox"/> Llámelo mensualmente para saber como le va y si necesita algún producto.		<input type="checkbox"/> Enséñele a mover gente a través de hacer preguntas de conciencia y la edificación.
		<input type="checkbox"/> Tener una reunión exitosa en casa.

Si no está teniendo éxito, revise cual de los puntos no está cumpliendo.

3. Fortalecer la relación
 - a. Enfocarse en sus sentimientos.
 - b. Tratarlos como miembros de una gran familia.
 - c. Levantarles la moral.
 - d. Mostrar interés por lo que son, no por lo que se puede obtener de ellos.
 - e. Fortalecer la relación a través de los valores.
 - f. Crear confianza mediante integridad y honestidad.
 - g. De un sentido de seguridad y credibilidad a través de la edificación.



3er Pilar: Volumen

1. Conviértase en el mejor consumidor de sus productos.
2. Conviértetase en el mejor promotor.
3. Tener un inventario para las reuniones en las casas.
4. Dar a las personas la oportunidad de entrar con el paquete de diamante.
 - Beneficios de entrar con el Kit de Diamante
 - La gente entra con un paquete profesional con productos para consumir y promover en las reuniones en las casas, lo cual facilita el incremento de volumen de negocio.
 - Las personas en la organización duplican lo que hiciste, esto te da la autoridad para promoverlo.
 - Es un buen negocio. Esta opción va dirigida a personas con una alta visión empresarial y de negocio.
 - A mayor volumen de negocio, más rápido se llega a las posiciones y se logran resultados.
 - Promoción al rango de Diamante, donde obtendrás un beneficio de un bono del 6% del 4to nivel en adelante.
 - Obtienes un inventario de productos con ahorros.
 - El que patrocina recibe el 25% de ganancia.
5. Tener literatura y herramientas de productos.



Planificación Empresarial

La Planificación Empresarial debe durar 2 horas y debe programarse en el momento en que se asocie el nuevo líder. Estas sesiones que normalmente tienen lugar cuando usted y su nuevo líder repasan el contenido de La Guía del Éxito y el kit de distribuidor, prepara a su líder para que descubra sus sueños, haga planes y comience a desarrollar su empresa. Esta planificación evita la causa más común de pérdida de distribuidores, que es no saber que hacer. Después que el líder pasa por esta sesión de 2 horas, su relación con el nuevo líder será sólida y tendrá un sentido firme de la dirección que debe tomar. Es aquí donde al líder se le enseñan los conceptos básicos que necesita saber para poder desarrollar la red y así convertirse en un profesional en la industria de Redes de Mercadeo.

Es importante explicar al nuevo líder que las Redes de Mercadeo son una profesión y que International Networkers Team tiene un Sistema Educativo que lo llevará a convertirse en todo un profesional en la industria de las Redes de Mercadeo. El desarrollador combina 3 papeles: arquitecto, constructor y líder. El desarrollador es un organizador con visión, una persona que sabe soñar y que sabe hacer sus sueños realidad. Cuando uno piensa como arquitecto, actúa como constructor y lidera como un maestro pasará a la categoría de desarrollador.

Características de un desarrollador:

1. Arquitecto
 - a. Visualiza grandes proyectos.
 - b. Estudia La Guía del Éxito.
 - c. Diseña un plan de acción.

2. Constructor
 - a. Sigue los 9 pasos para la duplicación.
 - b. Presenta la oportunidad
 - c. Establece las relaciones.
 - d. Participa de todas las reuniones.
 - e. Usa 100% los productos de 4Life.
 - f. Tiene 5 clientes que repiten pedidos.

3. Líder
 - a. Demuestra un espíritu de equipo.
 - b. Capacita a sus distribuidores.
 - c. Evalúa el éxito.
 - d. Usa y promueve las herramientas del Sistema Educativo.

I. Apertura de la Guía de Éxito:

Descubra sus sueños

Lo primero que un nuevo líder debe hacer es examinar cuáles son sus sueños. Usted que es el patrocinador de este nuevo líder debe contarle porque usted está desarrollando el negocio y decirle cuáles son sus sueños. Esto permite que el nuevo líder tenga más confianza en contar que sueños quiere lograr y además ayuda a fortalecer la relación entre ambos. Cuando se comprometen a trabajar en equipo para que los sueños de ambos se hagan realidad, crea una relación permanente. Si estamos descubriendo los sueños del nuevo distribuidor, la mejor forma de hacerlo es a través de preguntas.

Puede usar como modelo lo siguiente: Para que su empresa se encamine bien, el sueño tiene que ser preciso y no un vago deseo. ¿Puede usted describir su sueño con detalles específicos? ¿Lo puede ver en su mente? ¿Es tan verdadero su sueño que usted lo puede sentir, tocar, saborear? ¿Usted sabe lo que es su sueño total y completamente? ¿Por qué decidió usted

iniciar este negocio? ¿Qué es lo que quiere lograr? Cuando pueda contestar estas preguntas habrá identificado su sueño. ¿Cuál es su sueño ahora? Y más importante aún: ¿Qué está dispuesto a hacer para que sus sueños se hagan realidad? ¿Ha pensado en los obstáculos que encontrará en el camino? ¿Estará usted dispuesto a vencerlos? ¿Está seguro que su sueño vale todo lo que usted tendrá que esforzarse para realizarlo? En otras palabras: ¿Es su sueño algo real?

Cuando encuentre su sueño estará listo para actuar. ¿Qué sueños en específico lo inspiran a actuar? ¿Qué es lo que usted desea? Hay dos cosas que la mayoría de nosotros deseamos: tener suficiente dinero y el tiempo para disfrutarlo. Queremos seguridad financiera y la libertad para poder viajar. Queremos ser reconocidos por lo que hemos logrado, queremos ser apreciados. Queremos disfrutar de una vida sin presión, sin restricciones.

Queremos ser "Libres". Sin acción el éxito será imposible. Actuamos porque soñamos. Lógicamente, para tener éxito tenemos que encontrar un sueño sincero y preciso. ¿Cuál es su sueño?

Ponga a prueba su sueño.

Pregúntese:

1. ¿Cuánto hace que tiene ese sueño? ¿Se queda despierto por las noches imaginando como lo logrará?
2. ¿Qué otros sueños tiene?
3. ¿Está dispuesto a vencer cualquier obstáculo para que su sueño se haga realidad?
4. ¿Si fuera a seleccionar un sueño como el más importante de todos? ¿Será ese?
5. ¿Podría usted lograr su sueño con su trabajo actual?
6. ¿De qué otra manera podría usted lograr su sueño?
7. ¿Es esta oportunidad la única manera de lograr su sueño?

II. Establecer las Metas y Compromisos:

Como establecer las metas

Durante el proceso de establecer sus metas recuerde siempre: "¿Qué debo hacer?" Las metas no son sueños, se refieren a acciones específicas y a niveles de logro dentro del plan de compensación de 4Life. El primer paso es definir donde usted quiere estar al final de su plan:

1. Establezca un periodo de tiempo: ¿Cuándo usted quiere lograr su meta? Para esto puede servir como marco de referencia el Plan de Independencia Financiera de 2 a 5 años de 4Life (Ver pág. 23). Escriba su propia gráfica personal y póngale las fechas en las que quiere llegar a las diferentes posiciones dentro del Plan de Compensación de 4Life.
2. Consulte el Plan de Compensación de 4Life.
3. Establezca metas a corto plazo para Líder, Diamante, Diamante Presidencial.
4. Establezca metas a largo plazo para Diamante Internacional, Diamante Internacional Oro, Diamante Internacional Platino.
5. Anote su progreso en su propia gráfica y evalúe.

Haga el compromiso

Cuando usted establece un compromiso con su nuevo líder y él lo establece con usted, podemos comenzar a emprender la acción en el negocio para hacer que las cosas ocurran. Determinamos los días y las horas de la semana que el nuevo líder está dispuesto a invertir en su negocio. Establecemos un plan de trabajo y acciones diarias que hay que realizar para alcanzar las metas que hemos establecido. (Ver pág. 24, Acciones Diarias para Lograr el Éxito). Llenamos nuestro certificado de compromiso para identificar a los desarrolladores.

CERTIFICADO DE COMPROMISO PARA IDENTIFICAR LOS DESARROLLADORES

Yo, *(mi nombre)* me comprometo *(su nombre)* a:

- Seguir los pasos de La Guía del Éxito.
- Asistir y promover todas las reuniones y actividades.
- Trabajar en equipo contigo para desarrollar la red.
- Mantenerme activo y hacer mi consumo mensual.
- Invertir mínimo de 10 horas semanales.
- Hablar por lo menos con una persona al día de la oportunidad.

Los distribuidores de Redes de Mercadeo son empresarios independientes, no son empleados.
Por esta razón, el compromiso debe ser con usted mismo, con su empresa que es su red y con el futuro de su familia.

Firma de Lider

Fecha

Yo, *(mi nombre)* me comprometo *(su nombre)* a apoyarle sin restricciones en el inicio de su negocio de red de mercadeo, para que tenga éxito sin límites y cumpliré con los siguientes compromisos:

- Llevar a cabo una planificación empresarial con el propósito de realizar un plan de acción para poner su negocio en marcha. Con este plan de trabajo definiremos sus sueños, estableceremos metas, compromisos, desarrollaremos una lista de prospectos e invitaremos a estos a una reunión de oportunidad.
- Modelaré como se da un plan de oportunidad hasta que lo aprenda.
- Enseñaré con el ejemplo todos los pasos de La Guía del Éxito hasta que adquiera confianza en ésta y obtenga los conocimientos que le permitan desarrollar la red.

Tendremos consultoría y evaluaciones periódicas para desarrollar estrategias que le permitan lograr sus metas.

Firma del Distribuidor

Fecha



III. Haga una lista de prospectos y enséñele a invitar correctamente:

A. Desarrollar la lista de prospectos

Una de las razones por las cuales la mayor parte de los nuevos líderes no desarrollan una buena lista es porque su patrocinador no se sienta con él para prepararla. Anime a su nuevo líder a poner nombres en la lista. Tenga en cuenta que entre más nombres tenga en la lista, mayores probabilidades tendrá su negocio de tener éxito. El mayor inventario en este negocio es la gente, por ende, debemos desarrollar una lista lo más grande posible. Coloque personas en las diferentes categorías:

1. Lista cálida
2. Lista de conocidos
3. Lista de referidos
4. Lista distante.

B. Enseñe a invitar correctamente

Otra de las razones que se atribuyen a la pérdida de prospectos es porque no le enseñamos a nuestro nuevo distribuidor a invitar correctamente (Ver pag. 33, Modelo de la Invitación). Como nuestra compañía tiene productos dirigidos a la salud, la tendencia del nuevo líder es invitar a personas con problemas de salud que conoce. Esto retrasa el desarrollo del negocio, ya que la mayor parte de estas personas no desarrollan el negocio a nivel empresarial. La comercialización por Redes de Mercadeo es un negocio muy productivo y lucrativo que le puede llevar a alcanzar la independencia financiera. Si queremos desarrollar una red sólida y productiva, su enfoque debe ser el construir la red. Para que esto se logre debemos invitar correctamente. Recuerde, usted está invitando a una oportunidad de negocio.

IV. Programe las dos reuniones en las casas

Fije la fecha de estas dos reuniones y explique al nuevo líder como se van a llevar a cabo estas. Las reuniones en las casas son la base del crecimiento de la red. Es aquí donde se comienza a fortalecer la relación entre los invitados, el nuevo distribuidor y el patrocinador. La reunión en la casa es para llevar el mensaje de que existe una oportunidad a través de la cual se puede lograr la independencia financiera y que hay todo un Sistema Educativo y un equipo como International Networkers Team el cual lo llevará paso a paso a lograr todas sus metas.

V. Apertura del Kit de 4Life

1. Enséñele a llenar el contrato.
2. Enséñele a llenar la orden automática. La orden debe ser colocada antes de los 10 días, para que lo puedan colocar como líder.
3. Enséñele a llenar el certificado del Kit.
4. Envíe los documentos a 4Life a través de fax, para obtener el código.
5. Enséñele como ordenar productos y provéale el número de teléfono para ordenar.



Modelo de la Presentación Empresarial

I. Breve Historia Personal

- Historia antes de la oportunidad. Sus luchas.
- Cómo llega a esta oportunidad y lo que vió en ésta.
- Cómo la oportunidad ha transformado su vida.

II. La Compañía: 4Life Research.

Oportunidad que nos brinda 4Life Research: Salud + Dinero

- Fundadores: David y Bianca Lisonbee. Tienen más de 30 años de experiencia en la industria de Redes de Mercadeo.

- Equipo de científicos e investigadores: Dr. Calvin MC Causland, Dr. Duane Townsend, Dr. David Markowitz, Dr. Robert Robertson, entre otros.
- Equipo de Mercadeo: Steve Tew, Presidente de 4Life Research; Bruce Redd: Vicepresidente de 4Life Research.
- Oficina Central: Opera un edificio de más de 80,000 pies cuadrados.
- Crecimiento: Clasificada por la revista INC 500 como la número 15 en crecimiento de todas las compañías en Estados Unidos en al año 2003, con un 6,108% de crecimiento en 5 años.
- Compañía de expansión internacional con más de diez años de experiencia.

III. Producto

Transfer Factor

No es una vitamina, no es una mineral, no es una planta; es el paso más avanzado de la medicina preventiva. Incluido en el PDR (Physician's Desk Reference - Libro de referencia de los médicos). Patentado luego de más de 3,000 investigaciones científicas y más de 40 millones de dólares en investigaciones. Es el producto natural más impactante de la historia. Es 10 veces más efectivo en aumentar las defensas que cualquier otro producto en el mercado. Eleva las defensas 437% y transfiere información al sistema inmunológico.

Mencione en forma rápida que tenemos otros productos.

- Control de Peso
- Sistema Cardiovascular
- Sistema Músculo-esquelético
- Balance hormonal para hombre y mujer
- Cuidado de la piel

Mencione de dos a tres testimonios.

IV. La oportunidad en la industria de las Redes de Mercadeo

Pregúntese lo siguiente:

- ¿Estoy en mejores condiciones hoy que hace un año o hace cinco años? ¿Dónde quiero estar dentro de dos años? ¿Y dentro de cinco años? ¿Estoy realmente en control de mi vida y de mi futuro financiero?
- ¿Qué haría si el tiempo y el dinero dejaran de ser un obstáculo para lograr mis sueños? ¿Compraría una casa más grande? ¿Tendría un automóvil nuevo? ¿Viajaría? ¿Me tomaría vacaciones más largas? ¿Pasaría más tiempo con mi familia?

Pregunte a los invitados:

- ¿Qué alternativas tenemos para aumentar los ingresos?
 1. Un negocio propio
 2. Inversiones
 3. Dos personas que trabajan fuera del hogar (esposo y esposa)
 4. Un segundo empleo.

Diga a los invitados

- Yo quiero compartir con ustedes lo que los expertos consideran como la mejor alternativa para lograr su independencia financiera: Red de Mercadeo. ¿Qué son las Redes de Mercadeo?
- Comercialización tradicional: Fábrica - Mayorista - Almacén - Promociones - Tienda - Consumidores.
- Red de Mercadeo: Fábrica - Consumidor.

- ¿Qué beneficios tienen las Redes de Mercadeo que no tienen los negocios tradicionales?
 - Pequeña inversión, de poco riesgo y alto rendimiento.
 - Puede diversificar sus ingresos sin dejar lo que está haciendo.
 - No tiene límite: Expansión mundial.
 - Usted pone su propio horario.
 - Tiene potencial de ingreso ilimitado.
 - Ingreso residual vs. Ingreso lineal.

Ingreso Lineal	Ingreso Residual
30 años 8 horas / diarias Horario Fijo	2 a 5 años 1 - 2 horas / diarias Calendario Flexible de Tiempo

V. El Plan: ¿Cómo se gana el dinero en 4Life?

¿Qué opciones tenemos dentro de la oportunidad de 4Life?
Si usted se convierte en:

1. Cliente: Compra productos para mejorar su salud.
2. Distribuidor: Compra a precio de almacén y vende productos.
3. Desarrollador: Aprende a desarrollar la red para lograr ingresos residuales y lograr independencia financiera.
 - Compra 2 Transfer Factor Plus al mes o el equivalente a 100LP mensual.

- Adquiere su kit de distribuidor.
- Comparte la oportunidad con otras personas.
 - 25% de ganancias de los clientes, más las ganancias inmediatas.
 - 25% de la primera compra de los nuevos inscritos.
 - 25% de la ganancia del exeso de los 100LP personales.
 - Bono Power Pool.
 - Ingreso residual

Nivel	Número de Personas	Puntos	%	Dinero a Ganar
1	6	600	2%	\$12.00
2	36	3,600	25%	\$900.00
3	216	21,600	5%	\$1,080.00

- Bono Diamante: 6% del Cuarto Nivel en adelante.
- Bono Diamante Presidencial: 12% del Cuarto Nivel en adelante más 3% de dos generaciones de Diamantes Presidenciales.
- Bono Diamante Internacional: 2%.
- Bono Diamante Internacional Platino: 1%.

VI ¿Cómo obtengo los conocimientos para desarrollar un negocio de red de mercadeo y quién me va a apoyar?

International Networkers Team ¿Qué es International Networkers Team? Es un equipo de profesionales en la industria de Redes de Mercadeo que está comprometido a causar una diferencia en la vida de las personas a través de la oportunidad de 4Life. Este equipo le va a guiar a aprender los fundamentos que le permitirán construir la red y alcanzar sus sueños.

¿Qué herramientas provee International Networkers Team para desarrollar su negocio?

- Reuniones regionales llevadas a cabo por expertos a través de todo Puerto Rico, Estados Unidos, Europa, República Dominicana, México, Venezuela, Panamá, Colombia, Islas Vírgenes y otros países.
- Seminarios y Adiestramientos de negocios.
- Seminarios de Productos llevados a cabo por Profesionales de la Salud.
- Actividades de motivación y reconocimiento.
- DVD, CD, Libros, Revistas y todas las herramientas necesarias.

¿Cómo comenzar?

- Llene el contrato de distribuidor.
- Determine lo que quiere conseguir con esta oportunidad.
- Desarrolle una lista de prospectos.
- Coordine una reunión en su casa.

Puntos a considerar

La presentación de negocio o modelo del Plan de 4Life se puede dividir en 7 puntos principales:

1. Historia Personal: El comenzar el plan con nuestra historia personal es de gran importancia, ya que permite que las personas que estén escuchando se relacionen con nosotros. Cuando usted cuenta su historia, las personas son más receptivas ya que usted no está tratando de convencerlos, sino que les está contando lo que le ocurrió. Al hablar en historias, permite que se pueda relacionar emocionalmente con el público, esto facilita la entrada del prospecto al negocio ya que la mayor parte de las decisiones que se toman en estos negocios son decisiones emocionales, las cuales se justifican lógicamente a través de ir pasando por el proceso de desarrollo del negocio. Escriba su historia y practíquela.

Historia antes de 4Life: ¿Quién es usted como persona? ¿De dónde viene? ¿Cuáles son sus luchas? Debe ser como un recuento corto de donde usted estaba antes de conocer esta oportunidad.

2. La compañía: El segundo punto en el plan después de la historia es edificar la compañía. ¿Quién es 4Life y las personas que están detrás de 4Life? Cuando edificamos a 4Life y a las personas que están detrás de la compañía esto crea seguridad en los prospectos de que 4Life es una compañía seria y bien administrada. Una persona segura toma acción. Una persona insegura se detiene.

3. Los Productos: Mencione que los productos de 4Life van dirigidos a lo que los expertos consideran que va a ser la mayor tendencia económica en los próximos 20 años: La salud.

Cuente la historia del Transfer Factor y resalte las características y beneficios de éste. Una de las principales dudas que tiene el prospecto al cual le presentamos la oportunidad es si el producto funciona. Para que se de cuenta que funciona, lo podemos hacer contando testimonios. Si hay alguien presente del público con testimonio es importante que lo comparta con los invitados. También cuente usted los testimonios que conoce. Haga siempre referencia que la información del producto está por escrito y que hay un video de testimonios que la persona que lo invitó le va a prestar para que lo vea. Recuerde, la información de la compañía como es el folleto del Transfer Factor, salud de 4Life y el video de testimonio es más que suficiente para que el prospecto crea en el producto. Evite el exceso de información.

4. La oportunidad que nos ofrece la industria de las Redes de Mercadeo: Hablar del concepto de Red de Mercadeo. Es importante resaltar que es una de las mayores tendencias económicas a nivel mundial. Mencione que es una profesión y que las personas que aprendan los fundamentos de esta profesión van a ser los profesionales mejores pagados en el siglo 21.

Resalte los beneficios que tienen las Redes de Mercadeo con relación a las otras opciones que tenemos como segundo trabajo, negocio propio, inversiones, etc. En el DVD del Mito hay mucha información y datos estadísticos que nos pueden ayudar grandemente.

5. El Plan: ¿Cómo se gana dinero en 4Life?

- Cuando presentamos el plan se debe presentar y resaltar los conceptos generales más importantes. Manténgalo simple, entre más simple más duplicable es. No trate de explicar todos los bonos, esto crea confusión e inseguridad en sus prospectos.
- Haga referencia a que la persona que lo invitó le va a entregar un folleto del plan donde está todo por escrito.
- En vez de concentrarse en números y cifras, hable del potencial que tiene el plan para hacer los sueños realidad.

6. Edificar al equipo de International Networkers Team: La principal duda que el prospecto tiene, es saber como va a hacer el negocio, ya que no sabe nada de Redes de Mercadeo. Cuando edificamos al equipo de International Networkers Team y al sistema, le damos seguridad al prospecto. Diga que hay todo un equipo de profesionales y un sistema que le va a apoyar y que le va a enseñar como se desarrolla la red, para que pueda obtener los resultados que desee.

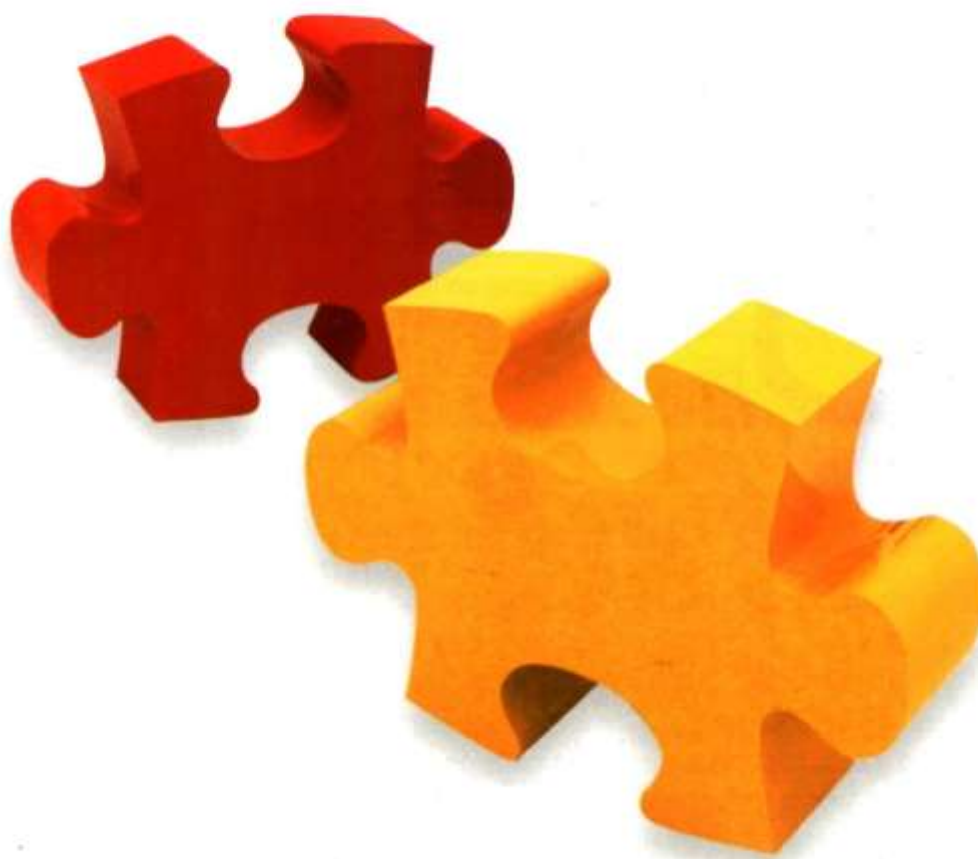
7. Los sueños: Presente la posibilidad que tienen de viajar el mundo, tener un carro, una mejor casa. La posibilidad de un nuevo estilo de vida lo logra convirtiéndose en un profesional en el negocio de redes de mercadeo.

8. ¿Cómo comenzar?

- Hacer siempre referencia que la persona que lo invitó tiene toda la información para que pueda leer, evaluar y así pueda tomar una decisión.
- Recuerde nunca presionar al prospecto.
- Nuestro sistema está diseñado para proveer información y mover la gente. En el proceso son los prospectos mismos los que toman la decisión de hacerlo. El llenar un contrato no garantiza que el prospecto vaya a hacer el negocio. Dele información y muévelo a otra reunión.

Permita que el sistema haga el trabajo por usted.

Logística Organizacional





8

Pasos para Desarrollar la Red

La estrategia de 8 pasos para desarrollar la red le proporciona una excelente maquinaria para desarrollar su empresa. Esta es una manera dinámica, firme y eficiente de desarrollar y mantener el impulso que necesita para crear una enorme red estable en poco tiempo. Comience esta estrategia desde su primer día en el negocio y esta le proveerá una guía para los próximos 2 a 4 años, que le darán como resultado la formación de una red de desarrolladores dinámicos, motivados y con buen liderazgo. Si usted se enfoca en mover gente, puede generar números en su negocio. Recuerde que la gente mueve el producto, el producto no mueve a la gente.

Estos 8 pasos serán los cimientos claves para poder construir la red. Es como cuando se va a construir un edificio: los cimientos, las columnas y las vigas son determinantes en su construcción. Así serán estos 8 pasos, le permitirán construir una red sólida, estable, productiva y enorme. Esta estrategia le enseñará: cuantas personas debe inscribir el primer mes, como identificar los líderes, con cuantos líderes debe trabajar a la vez, cuanto tiempo le dedica a cada líder, hasta cuando trabajar con esos líderes, cuando puede disminuir el número de días que le dedica y cuando añadir otro líder.

Cuando usted trabaja con demasiadas personas no los puede atender y desarrollar a todos. Si uno quiere desarrollar organizaciones grandes tiene que trabajar con pocas personas a la vez, al contrario de lo que normalmente se piensa. ¿Por qué? Porque toda organización grande comenzó con una persona que tuvo la visión y dos o tres que creyeron en esa visión, se entrenaron y capacitaron y estos capacitaron a otros. Cuando ya hay muchas personas enseñando a otros, el crecimiento es el proceso de duplicación. Su negocio no comenzó superficialmente con muchos miembros, empezó con pocos y profundamente. Uno puede patrocinar 10 personas pero no todos van a ser líderes. Hay que tener un proceso rápido de identificación de esos líderes y a través de esta guía usted lo aprenderá. Entre más rápido identifique líderes, más rápido su organización comenzará a crecer.

1

Desarrolla Relaciones Sólidas

La duplicación está asociada directamente con la medida en que se fortalece la relación entre el patrocinador y el distribuidor. Esta relación es fortalecida a través de expresar, vivir y ser los valores. Trate a sus distribuidores como miembros de una gran familia, enfóquese en sus sentimientos, levántele la moral, demuestre interés por lo que son y no por lo que puede obtener de ellos. Cree confianza mediante la integridad. Edifíquelos, esto creará seguridad y credibilidad en ellos. Descubra los sueños de sus distribuidores.

El compartir sueños es una manera perfecta de fomentar los lazos de amistad. Usted se encontrará con el deseo de hacer realidad los sueños de otros, así como los suyos propios. Cuando otra persona siente que usted está promoviendo los sueños de él o de ella, así como los suyos, nace una relación permanente. Trate a sus prospectos y distribuidores de su "downline" como amigos. Promueva los intereses de ellos. Esté presente si ellos lo necesitan, anímelos cuando tropiezan y elógielos cuando triunfan. Comparta la felicidad de ellos y ofrezca consuelo cuando las cosas no salgan bien. Al aceptar los valores y promover los lazos de la amistad en su red, usted eliminará muchos de los problemas que otras redes afrontan.

2

Patrocine de 10 a 15 Distribuidores

El paso dos es dinámico. Para algunos este será el obstáculo más grande que tendrá que vencer. El patrocinio personal de 10 a 15 distribuidores es esencial si usted quiere empezar con fuerza. Recuerde que el impulso, una vez en movimiento, será cada vez más fácil de mantener. El paso dos es decisivo, porque es el que da el impulso. ¡Imagínese lo rápido que puede crecer una red si cada distribuidor nuevo logra el paso dos durante el primer mes de negocio! Ese tipo de crecimiento exponencial es imprescindible para el éxito. Para poder lograr este segundo paso va a comenzar haciendo una lista grande y luego presentar la oportunidad a otras personas.

La frontalidad produce rentabilidad (dinero rápido), esto te da un número de gente con la cual puede trabajar para identificar líderes. Va a tener tres categorías de personas en el negocio:

1. Los que quieren hacerlo ahora mismo.
2. Los más lentos y que van a su paso.
3. Los que van a sentarse a ver que pasa y se retiran del negocio.

La razón por la cual pone frontalidad a su negocio es por rentabilidad. Para tener personas en las tres categorías debe existir frontalidad y profundidad, no puede tener una sin la otra. Es como respirar; usted inhala y exhala, si no lo hace muere. Debe tener ambas cosas para que su negocio no muera.

3

Identifique y Patrocine 3 Líderes

Durante las reuniones en las casas con sus distribuidores, usted identificará personas que comparten su deseo de desarrollar una red grande y estable. Si usted ha formado "amplitud", según el paso número dos, podrá encontrar por lo menos tres líderes buenos. Cuando encuentre esas personas que lo quieren hacer ahora mismo, con esos se va a dedicar a trabajar. Hábleles acerca del concepto del desarrollador y el deseo que usted tiene para trabajar con ellos y ayudarles a construir la red. De todas las personas inscritas personalmente, identifique tres líderes y construya profundidad bajo ellos. Luego coordine sus actividades con esos líderes con reuniones en las casas, reuniones centrales, seminarios.

4

Desarrollar a los Tres Líderes Identificados y Establecer el Modelo con Ellos.

Trabaje con estos líderes para que logren el nivel de Diamante, Diamante Presidencial y Diamante Internacional. ¿Por qué Diamante Internacional? Porque es aquí que la mayoría de los líderes pueden dedicarse 100% al negocio, ya que en esta posición su ingreso promedio podría estar sobre los \$70,000 al año (Ver pág. 94).

5

Agregue un Cuarto Líder

Continúe inscribiendo 1 a 2 nuevos distribuidores por mes, hasta encontrar un cuarto líder para que forme parte de su equipo. Dedíquese a trabajar con el nuevo líder identificado. Pase una noche por semana con sus tres líderes establecidos. Continúe trabajando con sus líderes hasta que por lo menos 3 de los cuatro lleguen a Diamante Internacional. Es aquí donde usted logrará la posición de Diamante Internacional Oro.

6

Ascenso a Platino

Una vez que tres de sus líderes en las diferentes organizaciones llegan a Diamante Internacional, el enfoque suyo cambia a la red de ellos. Ayúdelos a que desarrollen tres Diamante Internacional, en tres patas diferentes. Al concluir el paso seis, usted tendrá una red estable de buen crecimiento. Sus tres líderes habrán alcanzado la posición de Diamante Internacional Oro y usted llegará a la más alta posición de 4Life: Diamante Internacional Platino.

7

Continúe Trabajando la Profundidad

Identifique los futuros Presidenciales e Internacionales en la profundidad y trabaje directamente con ellos para crear grandes volúmenes en su negocio.

Ascenso a Oro



8

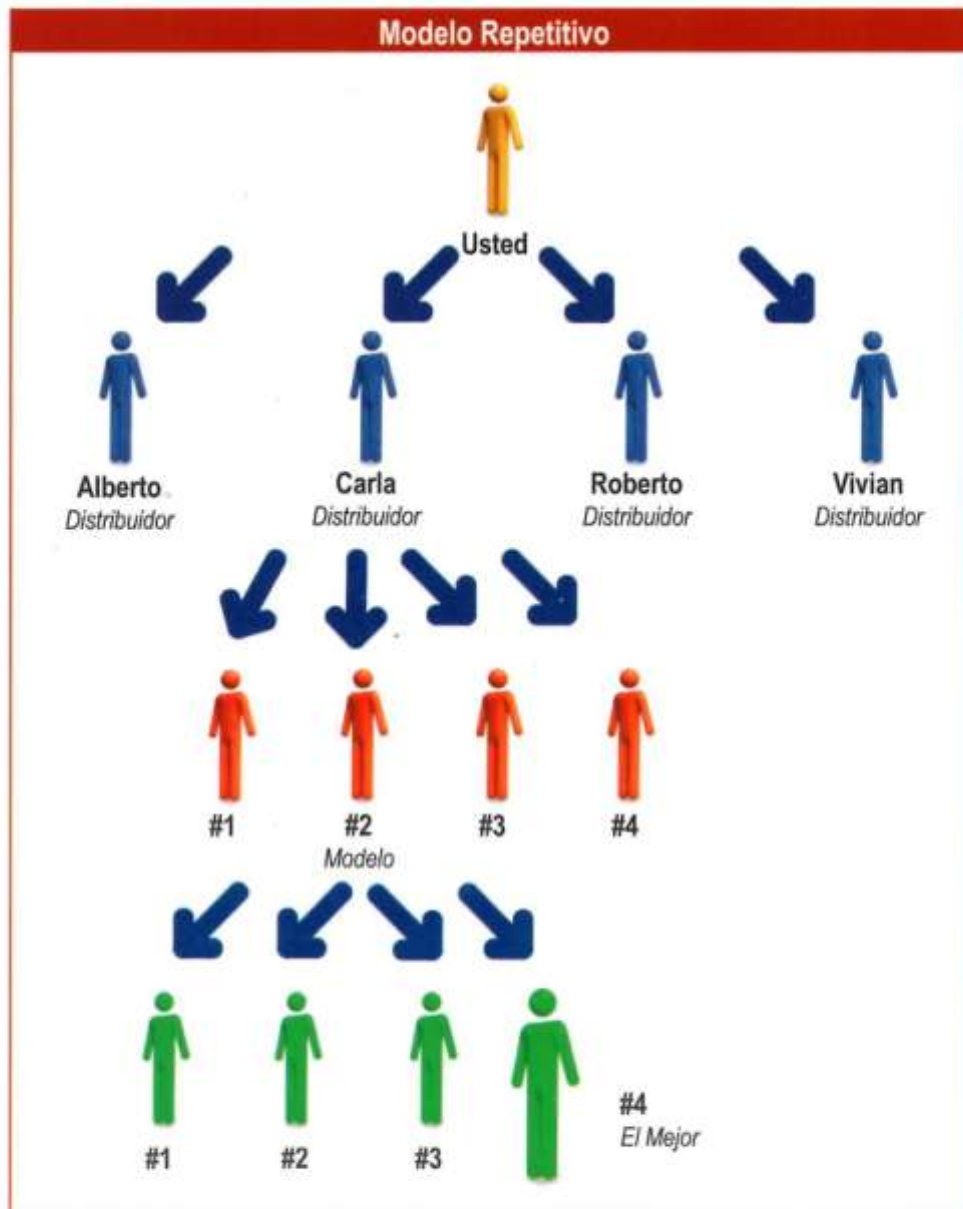
Duplique estos 8 Pasos

¡Adelante!

Estructura Organizacional

¿Cómo construir la estructura organizacional?

Supongamos que auspicia a Carla. Haga el siguiente compromiso con ella:



- "Mi compromiso con usted es ayudarle a llegar a Diamante Internacional. Su compromiso conmigo es que vamos a hacer una lista de prospectos juntos".
- "Trabajamos su lista para ayudarle a auspiciar de 3 a 4 distribuidores".
- "Luego usted me va a observar trabajando con esos 3 ó 4 distribuidores para que aprenda como se hace".
- "De estos 3 a 4 auspiciados vamos a escoger el mejor para trabajarlo y sacarle profundidad. Vamos a escoger el mejor porque esta va a ser su escuela de aprendizaje y quiero que aprenda rápido. Para lograr esto tenemos que trabajar con alguien que lo quiera hacer ahora, para que usted vea como se hace".
- Repetimos este proceso nuevamente con el mejor líder seleccionado y vamos bajando en profundidad. Luego usted hace el compromiso y le dice lo mismo. "Le voy ayudar a auspiciar 3 a 4 distribuidores..." (Ver pág. 98)
- Carla va a establecer el mismo modelo que usted le enseñó. Carla va a trabajar cada pata de uno a dos días por semana todas las semanas. Si usted trabaja de uno a dos días por semana la pata modelo de Carla, ella va tener más tiempo para dedicar a sus patas 1, 3 y 4. Carla y usted se comunican todos los días para saber como le fue en las otras patas que está desarrollando. Esta comunicación constante permite hacer evaluación del trabajo realizado por Carla y poder corregir los errores para seguir trabajando las patas de la forma correcta.

Repita estos 6 pasos cuantas veces quiera para construir nuevas organizaciones. Recuerde, no deje nunca de trabajar la profundidad. El tamaño de su organización dependerá de cuan grande sea su sueño.

¡Libertad!



¿Cómo Identificar los Líderes?

En un negocio de Red de Mercadeo si queremos desarrollar redes sólidas, estables y productivas es de gran importancia aprender a identificar los líderes con los cuales vamos a trabajar para desarrollarlos. Inicialmente seleccione a tres que compartan su compromiso de desarrollar la red. A continuación enumeremos algunas características que le puedan servir de guía para seleccionar los líderes potenciales:

- Tienen un sueño claro y definido y están dispuestos a trabajar fuertemente para lograrlo.
- Su actitud es positiva y entusiasta.
- Presentan frecuentemente la oportunidad de su negocio.
- Utilizan y consumen los productos de su negocio.
- Tienen 5 clientes repetitivos o más.

- Leen libros y escuchan CD que le den la motivación y el crecimiento personal diariamente.
- Asisten a los seminarios, actividades y reuniones.
- Fomentan el trabajo en equipo.
- Edifican a todos de corazón.
- Son un ejemplo vivo de los valores que son: Valor del ser humano, igualdad, libertad y amor.



“Un líder no da órdenes, da el ejemplo”



Conceptos Avanzados



El Ciclo Mental del Éxito

El ciclo mental del éxito es la llave que desata el poder mental que hace que las ideas se conviertan en realidad. El primer paso es creer en usted y en el negocio, cuando en lo profundo de nuestro corazón creemos en lo que hacemos, las cosas que pensamos comienzan a hacerse realidad. Esta profunda fe interior nos llena de energía y de entusiasmo. El entusiasmo que se genera en nuestro interior se manifiesta en cada expresión del rostro y tono de voz, actuando como una fuerza magnética para atraer a los que nos rodean. Este estado mental positivo que se crea cuando estamos entusiasmados nos inspira y nos estimula a ponernos en acción. Nuestro esfuerzo y trabajo basado en principios y valores correctos, producirán los resultados sobre el proyecto en el cual creemos y en la medida que se produzcan estos resultados será la medida en que volvemos a creer para iniciar nuevamente el ciclo mental de éxito.



Los Valores Esenciales

El Sistema Educativo de Intertational Networkers Team está respaldado por un poderoso conjunto de creencias que se llaman los Valores Esenciales. Debido a que la comercialización en Redes de Mercadeo es un negocio impulsado por las relaciones, los valores esenciales son un aspecto vital de las relaciones interpersonales. Los Valores Esenciales se basan en los principios de tratar a los demás tal como uno quiere ser tratado: con dignidad, respeto e interés genuino. A nadie le gusta ser presionado antes de tomar una decisión, por más correcta que esta parezca. La presión viola el principio de la libertad. Es por eso, que nuestro Sistema Educativo fué estructurado para que la introducción del prospecto a la oportunidad sea un proceso educativo y no un argumento de venta.

Definición de los Valores:

1. **Valor del Individuo:** Cada persona de su red es un miembro valioso del equipo. Las acciones que usted toma deben subrayar la importancia de

cada persona para el éxito del equipo. La Guía del Éxito está basada en que el individuo como ser humano tiene un valor intrínseco, por ejemplo, puede ser que alguien haya estudiado más que otro o tenga más dinero, pero eso no lo hace que tenga más valor que otro. Es aquí donde International Networkers Team hace la diferencia, porque valoramos a las personas no por lo que tienen, sino por lo que son como personas.

2. **Igualdad:** Nuestra oportunidad es para todos. Trate a los recién llegados con el mismo respeto que a los líderes comprobados. Es importante comprender que cada miembro de la organización está al mismo nivel. Todos son empresarios independientes y no empleados.
3. **Libertad:** Como empresario independiente, cada miembro del equipo está en la libertad de actuar o no actuar. Usted los puede ayudar, los puede asesorar, pero no puede obligarlos. Cuando trata de obligarlos o presionarlos, está violando el principio de libertad y por lo general abandonan el negocio. Recuerde que no son sus empleados, son sus socios. Dentro de la red, el principio que más promovemos es el de la libertad. Pero no es la libertad que nos da la democracia, porque en un país democrático todos somos libres.

La libertad que promovemos tiene que ser luchada, tiene que ser ganada con su esfuerzo y sus méritos personales. Es la libertad a vivir donde usted quiera, porque tiene el dinero para comprar la casa de sus sueños. Es la libertad de viajar cuando quiera, porque tiene el tiempo y el dinero para hacerlo. Es la libertad de poder enviar a sus hijos a las mejores universidades. Es la libertad de poder ayudar a alguien que esté en necesidad, porque usted tiene el dinero para hacerlo. Es la libertad de poder contribuir en cambiar la vida de otras personas. Es la libertad de poder explotar al máximo el potencial. Este tipo de libertad se puede alcanzar a través de ser un profesional en la industria de las Redes de Mercadeo.

4. **Amor:** Podemos actuar en beneficio de otros seres humanos. Los lazos de amistad trascienden los vínculos comerciales. Desarrolle relaciones duraderas con las personas que forman parte de su red. El principio del amor es el que más influye en el trabajo en equipo.

5. **Gratitud:** Esto es un sentido de gratitud a tu creador y a la persona que le presentó esta oportunidad, porque su sueño puede convertirse en realidad.

En nuestro Sistema Educativo, donde único los distribuidores vamos a ser creativos es en como podemos expresar mejor los valores para crear la visión y el deseo. Esa es la única parte dentro del Sistema Educativo donde podemos crear, ya que las demás partes son lógicas y están dadas por escrito.

Los valores son lo que hace posible el fortalecimiento de la relación entre el distribuidor y el patrocinador. La relación entre el patrocinador y el distribuidor va a depender en gran medida de cómo nosotros nos podemos expresar, pero más que expresar vivir y más que vivir, ser esos valores. Por ejemplo: Si uno respeta a las demás personas, es porque esa persona tiene un gran valor. Si nosotros respetamos las diferencias, entonces respetamos la libertad de los demás. Mantener una relación bajo esa condición es una expresión de amor. La duplicación está en relación directa en la medida en que se fortalece la relación entre el patrocinador y el distribuidor. Si yo patrocino a Juan y Juan patrocina a Ángel en la medida en que se fortalece la relación se va creando una red permanente.

Esto establece un compromiso en la red que es de por vida, porque más que un negocio hay una amistad. En la medida que nosotros podamos entender esto, será la medida en que podemos construir la red. Si preguntas: ¿Cuál es el fallo que se ve una y otra vez en el campo?. El fallo es no vivir los valores. Nosotros somos los valores, más que vivirlos los somos.

Necesidades Básicas del Ser Humano

El ser humano tiene 4 necesidades básicas:

1. **Mental:** Aprender y Crear.
2. **Social:** Amar y ser amado.
3. **Física:** Salud, Albergue, Comida y Dinero.
4. **Espiritual:** Dejar un legado.

La necesidad espiritual controla el tiempo de todo ser humano y controla las otras tres (3) necesidades. La necesidad espiritual tiene que ver con perpetuarnos a nosotros mismos, que el mundo sea mejor porque nosotros pasamos por él; que dejemos la huella que vinimos a dejar; que encontremos nuestro camino hacia la excelencia y que caminemos ese camino día a día. Pero más que eso, ayudamos a otros a hacer lo mismo y por ende, cambiamos la vida de otras personas y dejamos un legado para futuras generaciones.

Es aquí donde International Networkers Team hace una gran diferencia con relación a otras organizaciones de Redes de Mercadeo. Estas otras organizaciones le dicen a la gente: "Únete que aquí vas a ganar mucho dinero, vas a tener un carro nuevo, una casa". Si usted le habla a una persona solo de esto ¿Usted cree que eso le atraerá? ¿Sí o No? Por ejemplo: Si le hablamos a un abogado, el ya tiene esto, por lo cual no le va a interesar. Aquí se está atacando una de las necesidades que no es la más fuerte del ser humano. Este punto es uno de los principales errores en el campo, donde los distribuidores se concentran en el plan de compensación y los productos; olvidándose de la más importante que es dejar un legado.

Al contrario, si usted se dirige a una persona que tiene una profesión o es exitosa y le dice: "International Networkers Team está haciendo historia, estamos cambiando el mundo. No porque lo cambiamos físicamente, sino porque podemos cambiar la vida de personas que están en necesidad. Nosotros podemos llegar a sitios donde las personas no tienen comida y enseñarle a que ellos mismos puedan poner comida en su mesa...". Usted puede hablar así a alguien que tiene dinero y probablemente no puede causar en su profesión un impacto en la vida de las personas como lo puede causar con 4Life.

La tarea de dejar un legado hay que desarrollarla porque la tendencia de los distribuidores es caer en la parte física; que es el plan de compensación y los productos. Debe dar énfasis a los sentimientos, no se desvíe en argumentos lógicos y técnicos. La decisión del prospecto es emocional, no lógica y mientras más se complique más difícil será la decisión para éste.

El hablar en exceso de productos y del plan de compensación impide la relación e impide que el prospecto decida, ya que lo pone a pensar lógicamente y en lo que el prospecto interpreta toma mucho tiempo. Esto retarda la duplicación y por

ende el desarrollo de la red. Las personas aprenden el plan de compensación y los productos en el proceso. En vez de dar cifras y números, hable del poder del plan de compensación y del Sistema Educativo para poder hacer realidad sus sueños. En otras palabras, hable del concepto de libertad y de la oportunidad de dejar un legado.

La Naturaleza del negocio

¿Cuál es la mejor manera de patrocinar gente en la red?

Usted quiere que toda persona que se asocie a su red haga un compromiso personal profundo. Usted quiere que tome su propia decisión acerca de este negocio y persevere en ella.

Imagine que usted está arando un campo. Usted sabe que mientras más gente lo ayude, más rápido se arará. Esa es una simple fórmula para el éxito. De manera que su primer instinto será pedir ayuda a la primera persona que encuentre. Usted estará más interesado en la cantidad que en la calidad; conseguir mucha gente que lo ayude más.

Pero suponga lo siguiente: Que las primeras personas que pasan por allí no quieren ayudarlo. Pero usted los convence para que lo hagan. Comienzan a arar con usted, pero parece que cada vez que usted voltea su espalda están tomando un descanso y algunas veces aran en la dirección equivocada. Muchas veces desperdician su día durmiendo y usted emplea más tiempo vigilándolos para que trabajen. Luego, cuando la semilla que usted recién ha plantado no germina inmediatamente, los nuevos ayudantes se desaniman y comienzan a irse.

¿Cuál era el problema con su sencilla estrategia para el éxito o para el triunfo?

Las matemáticas eran correctas; mientras más personas usted tiene en el trabajo más rápido se completa. Si las personas fueran solo números, su plan hubiese dado resultado. Pero el problema de este plan es el mismo que tiene la mayoría de las estrategias sencillas: No comprenden la diferencia fundamental entre los números y la gente. Todos somos individuos, somos iguales y libres para hacer lo que queremos. La razón por la cual el enfoque de cantidad no logra que se labre el campo, es que no se toma en consideración que algunas personas no quieren arar el campo. Si usted va a arar el campo necesita ayuda, pero esa

ayuda no puede venir de cualquier persona. Usted necesita gente que quiera unirse. Usted necesita gente con el deseo de arar y una visión de como se verá el cultivo algún día.

Volvemos a la pregunta original: ¿Cuál es la mejor manera de patrocinar gente en su red?

Ahora usted sabe cual es la respuesta. La mejor manera de patrocinar gente en su red es crear en ellos el deseo de construirla. Las relaciones sólidas son el primer paso para crear un deseo de construir. Una red exitosa es aquella en la cual todos quieren construir. Su red no crecerá porque la gente piense que debe construir o sabe que debería construir. Ellos tienen que querer.

¿Cómo logra usted que la gente quiera construir la red?

Usted puede lograrlo mediante su relación, enfocado en los sentimientos. Sus amigos no son sus amigos porque usted intelectualmente haya decidido que una amistad sería ventajosa para ambos. Sus amigos, son sus amigos porque usted se siente bien con ellos. El enfoque sobre el sentimiento de la gente es la clave de las relaciones sólidas. Trate a la gente con respeto y sobre todo con amor. Una de las razones por la cual he perseverado en mi red a pesar de todas las dificultades; es que mi patrocinador y toda su gente son como si fueran mi familia. Si usted quiere que alguien se sienta bien acerca de su red, trátelos como si fueran de la familia. Si usted ve a alguien de mal humor no deje que se quede así, edifíquelo y estimule su ánimo.

Usted los quiere no por lo que puedan hacer por usted, o por lo que usted pueda sacar de ellos, sino por lo que ellos son. Entonces usted construirá un puente entre ellos y usted. ¡Y usted sabe lo que va a viajar por ese puente!

Si usted quiere saber como tratar a la gente, examine los valores esenciales. Si la gente se siente valiosa, igual, libre y amada; usted sabe que está construyendo relaciones sólidas y duraderas. Pero si ellos piensan que usted es mejor que ellos, entonces no se sienten igual y cuando estén alrededor de usted se sentirán incómodos, bajo presión y hasta pueden pensar que no significan nada para usted. Si es así, usted no está construyendo relaciones, usted está manipulándolos. Los valores son barómetros personales para las relaciones.

Cinco elementos esenciales:

- Valor del individuo
- Igualdad
- Libertad
- Amor
- Gracitud

Siempre que usted combine estos cinco elementos, entonces las cosas prosperarán y la gente confiará en usted. La confianza y el deseo de construir una red van de la mano. Cuando usted presenta la oportunidad, la gente tiene que saber que usted es una persona honesta e íntegra. Ellos no lo están mirando a usted para ver si pueden hacer dinero; ellos quieren saber si pueden confiar en usted. Afirmando los valores esenciales en su vida, usted muestra que es digno de confianza. Esto da a ellos un sentido de seguridad y creerán en usted.

Existe un error que puede estrellar esa fe temprano; así que mucho cuidado. Este error es promover actitudes negativas. Todo lo que usted dice mientras está construyendo relaciones debe edificar la oportunidad, la compañía y la gente en su organización. Edifique a todos desde su patrocinador, su línea de auspicio y hasta la compañía. Asegúrese que sus prospectos vean el lazo positivo que pasa por usted y su organización y llega al tope. Ese lazo positivo crea confianza y seguridad. No lo dañe promoviendo actitudes negativas.

**El deseo de construir su red de mercadeo
requiere dos elementos esenciales:
Visión y Pasión.**

¿Tiene usted la visión?

Si usted tiene la visión, entonces puede compartirla con sus prospectos. Consiga que piensen en algo mayor que ellos mismos. Algo más grande y más importante que el aquí y el presente. Todos necesitamos una sensación de propósito; necesitamos dejar un legado. Al morir tenemos que saber que lo que hicimos

valió el esfuerzo. Esa es la visión y lo que significa. Dejar algo para la gente que viene detrás de nosotros.

Para realizar nuestra visión tenemos que tener pasión. Eso significa que tenemos que hacer lo que amamos. Una vida vivida con amor y con pasión indudablemente le llevará a un gran deseo de construir la red. Hay una explicación práctica y sencilla a todo esto.

¿Recuerda el campo que estamos arando?

Hay manera de asegurarse que la gente se una y no pierdan la esperanza. Hay una manera de mantenerlos concentrados, felices y exitosos. Todo comienza con recordar que se trata de gente y no de números.

1. Establezca una relación con cada uno de sus prospectos. Muéstrole que ellos son importantes para usted.
2. Provea un sentido de seguridad, confianza y credibilidad. Ellos necesitan saber que esta oportunidad es para toda la vida y que pueden creer en ella.
3. Asegúrese de fomentar la autoestima y una confianza en ellos mismos. Ellos deben saber que hay un lugar para ellos en la red y que ese lugar es importante.
4. Ayúdelos a comprender la naturaleza del negocio mediante el trabajo en equipo, el liderazgo y la edificación estratificada. Ese enlace positivo que va directo al tope.
5. Provea a sus prospectos una visión para que desarrolle su pasión. Cuando usted haya hecho todo eso, le habrá dado la llave más grande al éxito: Fe y Esperanza.

Ahora, sus prospectos tienen un sueño. Si creen en esta oportunidad pueden hacer que el sueño se haga realidad. Nada en el mundo lo detendrá de unirse a nosotros. Así que la pregunta es:

¿Cómo les muestra a ellos que esta oportunidad puede hacer sus sueños realidad?

Descubra sus sueños. Encuentre lo que sus prospectos quieren en lo profundo de su ser. Luego construya un puente entre los prospectos y sus sueños. A ese puente se le llama la oportunidad y cuando sus prospectos se den cuenta que cruzar el puente los llevará a sus sueños, ellos crearán el deseo de construir la red por sí mismos.

Como dijo Nikos Kazanizakis: ***“Maestros son los que se ofrecen ellos mismos como puentes, por los cuales invitan a cruzar a sus alumnos. Tras haber facilitado ese cruce, se desmoronan alegremente y los alientan a que creen sus propios puentes”.***

La Relación

La importancia de las relaciones personales

¿Por qué buscan tan ansiosamente las mega-corporaciones tener personalidad corporativa? Para que el público se pueda identificar. Las personas tomamos las decisiones más importantes de nuestras vidas en base a nuestro instinto y sentimientos personales. Por ejemplo:

1. La relación personal que su prospecto tiene con usted y con otros distribuidores es el factor más importante que contribuye a su decisión de asociarse a su red.
2. Los distribuidores aceptan orientación e instrucción en los principios correctos para desarrollar su empresa de aquellos con quienes comparten fuertes relaciones personales. Probablemente no prestaron atención a los consejos de aquellos con los que no tienen fuertes relaciones personales.
3. Sin buenas relaciones personales, se hace imposible la comunicación comercial. Si usted escatima en el contacto personal, su empresa sufriría. Su plan empresarial no tendrá éxito si usted se olvida de lo importante que son las relaciones personales. Toda decisión tomada por un cliente o prospecto desde la compra de un producto hasta el asociarse a su red, se basa principalmente en la relación que existe

entre ellos y usted. Se necesita mucha suerte para convencer a otro que le compre algo o que se asocie a su red, si no existe alguna relación personal. La suerte no es una buena base para una empresa. Las redes de mercadeo son un negocio de relación; para formar una empresa estable y segura empiece con buenas relaciones personales.

Cómo construir relaciones personales sólidas

¿Qué es una relación personal? Es cualquier contacto personal repetido entre usted y otra persona. Usted ya tiene muchas relaciones personales; su familia, amigos y conocidos. En vez de gastar miles de dólares en comprar listas de prospectos o en imprimir material publicitario o en sacar anuncios en un periódico, el sistema sugiere que usted trabaje con un medio que ya ha dominado la gente. Una buena relación personal es un mejor conducto para la oportunidad empresarial que cualquier folleto ingenioso o publicidad.

Las relaciones existen en el reino de las emociones y no de la lógica. Los prospectos se comprometen más con personas que con ideas abstractas. El concepto de la independencia financiera es poderoso, pero su atractivo es amplificado enormemente cuando es ofrecido por una persona que se preocupa por nuestros sueños y comparte nuestros sentimientos. Hable con la gente acerca de lo que desean en la vida y donde quieren estar. En otras palabras, hágase amigo de ellos. Si usted insiste en una buena relación desde un principio, sus distribuidores serán receptivos a la duplicación y llegarán a ser líderes exitosos.

Recuerde, no es difícil desarrollar una buena relación. Por lo general, unas pocas conversaciones son suficientes, siempre que usted escuche con interés genuino. Para fortalecer la relación entre el patrocinador-distribuidor y la red en general debemos considerar los siguientes puntos:

1. Enfocarse en sus sentimientos.
2. Tratarlos como miembros de una gran familia.
3. Levantarles la moral.
4. Mostrarle interés por lo que son, no por los que se puede obtener de ellos.

5. Fortalecer la relación a través de los valores (valor de ser humano, igualdad, libertad y amor).
6. Crear confianza mediante integridad y honestidad.
7. De un sentido de seguridad y credibilidad a través de la edificación. Edifique a todos, desde David y Bianca y la línea de auspicio. Edifique en cada oportunidad que tenga.

Reconocimiento

Una de las maneras más efectivas para promover relaciones positivas en su red y mantener a todos enfocados en los sueños es el reconocimiento. No olvide dar reconocimiento público a los miembros de su organización durante una reunión o actividad cada vez que logran una de sus metas. Cuando uno de sus distribuidores logra otro nivel dentro del plan de compensación, es su responsabilidad darle el pin de la posición alcanzada. Esta ceremonia simboliza el reconocimiento del logro y esto fortalece al líder reconocido.

Relaciones y Liderazgo

Ya se ha recalcado la importancia de las relaciones, pero usted debe tener en cuenta las implicaciones de ser líder en un negocio que se basa en las relaciones. Cuando éramos niños, jugábamos un juego que se llamaba *"Haga lo que haga el Rey"*.

"Haga lo que hace el Rey" era un juego sencillo:

Un jugador era "el rey". El rey ejecutaba diferentes acciones y los otros jugadores imitaban sus acciones. Caminando de la manera que caminaba el rey y copiando sus gestos y ademanes. Cuando el rey saltaba un charco, nosotros hacíamos lo mismo. Cuando el rey corría, nosotros corríamos detrás de él.

El objeto del juego era ver lo que hacía el rey y duplicar sus acciones. El adulto que nos observaba jugando, veía una fila de niños. Todos haciendo lo mismo, como si fuéramos uno. Cuando somos adultos, nos olvidamos de las lecciones de los juegos de niños. Pasamos al mundo de los negocios y hablamos del liderazgo como si fuera algo misterioso y desconocido. Creemos que los líderes así nacen

y no que se pueden desarrollar. Pensamos que el liderazgo es un arte y que para ser buen líder uno tiene que tener cierto talento.

Los líderes ejercen dominio sobre los demás, tienen influencia para que otros los sigan. Sabíamos más sobre el buen liderazgo cuando éramos niños.

Por ejemplo:

- Sabíamos que todos éramos amigos.
- Todos jugábamos el mismo juego por la misma razón: queríamos divertirnos. Por lo tanto seleccionamos a líderes o "reyes" que debían animar el juego y todos nos divertíamos al seguirlos.
- El líder inventaba diferentes cosas para lograr la meta de la diversión; cosas que todos podíamos hacer. Estudiábamos sus movimientos y hacíamos todo lo posible para copiarlos. En algún momento todos tuvimos la oportunidad de ser "rey" y nos dimos cuenta que el objetivo del juego no era ser un líder o un seguidor, sino pasar un buen rato.

Todos somos amigos

¿Usted quiere organizar una red estable? Para lograr estabilidad usted necesita distribuidores con lazos estrechos entre ellos y comprometidos con su grupo y la organización. Las rivalidades entre distribuidores en su red y el conflicto resultante, pueden frenar su crecimiento y causar discusiones en su equipo. Por eso es importante recordar lo que aprendimos con los juegos de niños: Todos somos amigos.

Aprenda a valorar la relación personal que usted tiene con cada uno de sus distribuidores. Recuerde lo fácil que fue divertirse con "Haga lo que hace el rey", cuando el rey era su mejor amigo. Es importante que los distribuidores sientan que el líder es alguien en quien se puede confiar, alguien que se preocupa por ellos. En el mundo del comercio tradicional se habla de "sacarle el máximo a alguien". En nuestro negocio, como líder usted debe dar el máximo.

Cuando trate a sus distribuidores como amigos, ellos aprenderán a tratarse bien entre sí. Casi todo grupo adopta la personalidad del líder. Si usted enfatiza que las amistades fortalecen la red, esas amistades serán importantes para todo el equipo y con eso usted tendrá una red estable.

Todos queremos lo mismo

Lo notable de "Haga lo que hace el rey" es que cada jugador se enfoca en el objetivo del juego; duplicar las acciones del "rey". ¿Por qué? Porque esa es la única manera de lograr el resultado deseado: la diversión. Cuando pasamos a ser adultos nos olvidamos de lo sencilla que es la fórmula para el éxito.

La comercialización en redes de mercadeo es un negocio que requiere solamente una red de duplicación para producir el resultado deseado: el éxito. Es tan fácil como "Haga lo que hace el rey". El reto del líder es que tiene que mantener el enfoque de la red en el acto básico de la duplicación. Los adultos tienden a desviarse de las cosas esenciales y se olvidan del objetivo. Para que la energía de su equipo esté correctamente encaminada, usted tiene que hacer saber a sus distribuidores que usted comparte con ellos una meta en común y que si ellos repiten las acciones de usted, podrán lograr sus objetivos.

Un buen líder no obliga a los demás a que se sometan y lo sigan solamente por lo enorme e irresistible de su personalidad y poder de persuasión. Si usted cree que no tiene el carisma que se necesita para ser líder, no se preocupe. Un líder efectivo ejerce su influencia al dar lo mejor de sí a sus distribuidores. Un buen líder transmite confianza a sus seguidores y los seguidores se sienten más capaces de lograr las metas que comparten con su líder. Las relaciones personales con los distribuidores en su red son el conducto ideal para el mensaje de liderazgo.

Todos compartimos las mismas metas

Al seguir el ejemplo que le he dado, usted puede lograr las metas. Cuando un distribuidor percibe que usted está enfocado en que él alcance sus metas, le dará confianza y habrá en sus relaciones la misma confianza que existe entre los niños que juegan "Haga lo que hace el rey".

Una de las lecciones más simples de "Haga lo que hace el rey" es que nadie sigue a un "rey" cuyas acciones son imposibles de imitar. Antes de comenzar a jugar, se selecciona un "rey". Seleccionamos niños que podamos seguir. Al principio los elegimos a ellos porque parecían ser los mejores. Pero no pudimos mantenerlos a la par. Poco después de comenzar el juego, esos líderes se habían adelantado tanto que nadie se podía acordar del orden de acciones que ellos habían indicado. En frustración, dejamos de jugar o seleccionamos a un nuevo líder.

No sea el tipo de líder que nadie puede seguir. Un buen líder se queda cerca de sus seguidores y mide sus acciones según la habilidad de los demás. Ese líder no se olvida que la gente que está tratando de seguirlo son sus amigos y que un líder sin seguidores es tan triste como un seguidor sin líder.

En "Haga lo que hace el rey", la tarea del "rey" es hacer diferentes acciones que puedan ser repetidas. La tarea del seguidor es repetir las acciones del rey. Lo mismo ocurre en la comercialización en Redes de Mercadeo a través del proceso de duplicación.

Usted construye un negocio exitoso cuando determina sus objetivos claramente. Esos objetivos le ayudarán a alcanzar sus sueños y al ir lográndolos, su equipo le seguirá. Haga de su empresa un ejemplo de práctica exitosa, de hacer las cosas como se deben hacer. Y más que nada: ¡Diviértase! Su red necesita entusiasmo para desarrollarse. Sus distribuidores se tienen que sentir bien al seguirlo a usted.

¡A todos les toca, a todos le llegará su turno!

"Haga lo que hace el rey" funciona mejor con grupos pequeños. A medida que su red crece también aumenta su necesidad de tener más líderes. Un requisito importante del juego de niños y de la comercialización en Redes de Mercadeo es que los seguidores observen al líder en acción. Los distribuidores que se encuentren en el cuarto o quinto nivel tendrán menos problemas enfocando un líder que está más cerca de ellos. Eso significa que a todos les toca el turno de ser líderes. En esta fase del desarrollo de la red, el éxito todavía es sencillo. Usted simplemente tiene más grupos que practican la duplicación. Para entonces, un buen líder debe dedicar parte de su tiempo a modelar y edificar a otros líderes.

El proceso de conferir el poder a líderes nuevos es otro aspecto de la relación líder-seguidor. La relación entre ellos es muy importante. Los líderes edifican a sus seguidores, lo que ayuda a que ellos se conviertan también en nuevos líderes.

La Edificación

Edificar

Los siguientes puntos deben ser edificados constantemente:

- El Equipo de International Networkers Team
- La Guía del Éxito
- La Línea de Auspicio
- La Compañía 4Life

La edificación proveerá:

- Un ambiente positivo
- Una oportunidad para alimentar el desarrollo de liderazgo.
- Un sentido de seguridad que estimulará a la acción a los miembros de su organización.
- Dominio para hablar en público.
- Un medio para evaluar la lealtad hacia los valores esenciales.
- Un medio de transmitir poder.
- Confianza, porque sin edificación la red no puede crecer.
- Un proceso continuo.
- Distinción de las características humanas.
- La clave para determinar el nivel de compromiso y lealtad de sus distribuidores hacia el equipo.

Conceptos Avanzados de la Edificación

La pregunta que enfrenta todo líder en la comercialización en Redes de Mercadeo es: ¿De dónde viene la credibilidad y la autoridad? Estos vienen de las personas que creen en usted. La edificación es un proceso de crear una imagen para los demás. Cuando usted edifica a su patrocinador, su "upline" y los líderes de International Networkers Team en presencia de un distribuidor nuevo, usted establece la credibilidad y la autoridad de estos. Al mismo tiempo, su patrocinador, su "upline" y los líderes están creando una imagen para usted de diferentes maneras.

La edificación es recíproca. Es una manera de crear confianza a través de las relaciones personales. Cuando usted establece una relación con otra persona, la confianza que ustedes comparten se extiende a las personas que ustedes edifican. Eso le da al distribuidor nuevo el sentido de que él está vinculado, mediante las redes de confianza con usted, el patrocinador suyo, su "upline" y los líderes de International Networkers Team. Esto se llama estratificación. La seguridad que esto inspira es lo que hace tan importante la edificación.

No se puede organizar una red exitosa sin edificación. ¿Por qué? Porque a pesar de lo importante que son las relaciones personales, es imposible tener relaciones personales con todos. La edificación permite que su equipo desarrolle una red de relaciones interconectadas que unen a todos. Usted mismo no precisa tener una relación estrecha con todos, porque la gente con quien usted tiene una relación estrecha estará creando una imagen de usted para sus amigos. Ellos le harán a usted una persona reconocida.

Recuerde, la relación básica en la comercialización en Redes de Mercadeo es la del patrocinador y del distribuidor. Cuando esas relaciones son sólidas y cada miembro del equipo practica la edificación, toda la red pasa a ser un conducto para los valores esenciales, el sistema y los principios comprobados para el éxito. En otras palabras, la edificación transforma su red en un conducto para la duplicación.

La edificación aumenta el dominio de hablar ante una audiencia. Cuando usted edifica, eleva a la otra persona y al elevar a la otra persona se eleva usted mismo a un plano superior. Entonces ideas que nunca usted imaginó, comienzan a salir de su mente.

La edificación le da tanto poder a usted como al líder más poderoso de la organización. El edificar al "upline" le da poder a usted; contrario a lo que generalmente se piensa, que si uno edifica a otra persona, esto nos empequeñece. Mientras uno edifica a otra persona, uno se engrandece.

Cualquier persona que está comenzando podría dar el plan, pero si no ha aprendido a edificar, entonces de que va a hablar, si no tiene el carro, el cheque o algún sueño realizado; es por esto que la edificación es parte fundamental del plan. Es importante entender el poder que se obtiene a través de la edificación. Por esta razón, la edificación es una parte esencial de la presentación del plan. Es importante entender el poder que puede ser obtenido a través de la edificación.

Usted no puede desarrollar una red si no entiende el proceso de edificación, ya que inhibe el proceso de duplicación. La edificación es la única forma que un distribuidor tiene para determinar con quien va a trabajar. Uno de los problemas más graves en Redes de Mercadeo es determinar con quien uno va a trabajar, ya que si uno trabaja con la persona equivocada puede tener un serio problema: está perdiendo el tiempo con la persona equivocada o no está invirtiendo el tiempo con la persona adecuada.

La edificación no necesita una habilidad especial o conocimiento. Requiere un interés genuino en ayudar a otras personas honestamente. Cuando usted edifica desde el corazón, su corazón puede determinar que persona es verdaderamente leal a los valores esenciales. Usted puede percibir cual prospecto es más creativo, más apasionado, más dispuesto a trabajar cuando ellos buscan la forma de cumplir con los valores. Al edificar nosotros no vamos a hablar de lo que la persona posee, no vamos hablar de lo que tiene, ni que título obtuvo, nosotros vamos a hablar de quien es como persona, eso es consistente con los valores.

Cuando resaltamos los cinco valores esenciales en la persona que edificamos, vamos a dar énfasis en como esos valores y la relación que tenemos con esa persona ha influenciado en nuestra vida. Destacamos como esa persona se considera un líder en la sociedad, porque ha logrado desarrollar a otras personas y podemos dar un ejemplo de como ha mejorado nuestra vida. Esto produce que la persona que está escuchando quiera conocer a esa persona para ver si puede obtener esos beneficios.

Impedimentos Comunes en el desarrollo de la Red

1. La gente puede no darse cuenta de que La Guía del Éxito es un sistema completo e integrado. Tratarán de ponerle su sello personal agregándole y quitándole cosas, que eventualmente causarán confusión en su organización. Modificar La Guía del Éxito puede poner en riesgo el proceso de duplicación, la credibilidad y la sensación de seguridad. Si modelamos el cambio, el cambio será perpetuado y podemos terminar con algo totalmente diferente al expandirnos nacional y mundialmente.
2. Tómese el tiempo para adquirir una profunda comprensión y confianza en La Guía del Éxito.
3. Los líderes no nacen, no se hacen, se desarrollan. A veces la gente queda atrapada por el pensamiento de que este negocio es simplemente una cuestión de suscribir a la gente como distribuidores, en lugar de desarrollar líderes. Si usted inscribe personas y no los desarrolla, tal vez tendrá que hacerlo otra vez. Ayúdeles a ser líderes y no tendrá que hacerlo nuevamente. Una forma en que usted puede desarrollar a su líder es crear tantas oportunidades como sea posible en los primeros 90 días y demostrar que La Guía del Éxito trabajará para ellos.
4. Provea una visión mundial. Esta oportunidad es más grande que el negocio meramente local, es de amplitud internacional.
5. Incluya su propia historia en la presentación de la oportunidad empresarial: Quién es usted y por qué está en el negocio. Usted debe también edificar a sus "Upline" y a la línea de patrocinio que asciende todo el camino hasta David y Bianca Lisonbee.
6. Hable acerca de visión, pasión y sueños. Los miembros de la organización necesitan comprender como crear un equilibrio cuando hablan acerca de su pasión y visión, en vez de hablar solamente acerca de cosas materiales. Soñar debe también ser enfocado en construir una visión para dejar un

legado hacia el futuro. Esto ayudará a la gente de la organización a fijar prioridades en sus propias vidas.

7. Cuando hable con distribuidores, mencione desde el principio sus sueños y metas. La constante discusión de los sueños y metas de su distribuidor, dará valor y mantendrá a sus distribuidores enfocados y listos para construir.
8. Recuerde sus propios sueños. En cada empresa llega un momento en que usted debe detenerse a considerar sus propios sueños. Es posible que usted pierda el enfoque si se concentra puramente en números y bonificaciones, pero cuando usted piensa en sus sueños y en lo que será verlos convertidos en realidad, todo entra en perspectiva.
9. Por el simple hecho de que los sueños y visiones fueron mencionados en determinado momento, no piense que ya no hay que tratar más el tema. Todas las discusiones y conversaciones con distribuidores deben referirse a sueños, visión, pasión y tener un propósito fijo en la vida. Estas cosas sacuden sus emociones y fortalecen su compromiso y la relación entre distribuidores.
10. Los líderes deben ser conscientes de la necesidad de construir una relación sincera con sus distribuidores, para ayudar a hacer que sus sueños se hagan realidad. Esa relación es esencial para crear confianza y ser una relación a través de la cual puedan ser transferidos los valores.
11. Recuerde que el compromiso emocional es importante. Se puede adormecer al hablar demasiado acerca de cosas técnicas y lógicas. Las decisiones se toman emocionalmente, y luego son justificadas por la lógica, no basadas en ella.
12. Si una persona es verdaderamente infeliz, las cosas materiales no la harán más feliz. Al poseer cosas materiales él o ella pueden ser desdichados más cómodamente, pero el hecho de que posean más no los hará más felices. Lo contrario también es cierto. Tener muchas deudas no hará más feliz o afectiva a una persona. La felicidad no se puede lograr externamente. Necesita ser

encarada desde adentro, desde el corazón mismo de un ser humano. Tener o no tener cosas materiales no nos hará felices o infelices. Tenga cuidado en la forma de discutir cosas materiales; asegúrese de que sea a la luz de los Valores Esenciales y con un sentido de propósito y misión.

13. Para tener éxito, sus distribuidores necesitan considerar La Guía del Éxito como si ésta fuera una franquicia. Si no le dan seguimiento, no aprovecharán la experiencia y la sabiduría de este concepto tipo franquicia.
14. Al trabajar dentro de La Guía del Éxito, recuerde que si alguna cosa es omitida o hecha incorrectamente, tendrá un efecto adverso tremendo. La Guía del Éxito crea un ambiente para la duplicación. Cuando usted trata cada vez con más gente, las omisiones y los errores se magnifican. ¡Todo se duplica, incluso los errores!
15. La gente puede ser creativa en como seguir La Guía del Éxito al pie de la letra. Pueden encontrar nuevas formas de explicar por qué otros deban seguirlo, exponer los valores esenciales, mejores formas de ser edificante. También pueden crear deseo o visión, leer libros y escuchar o ver material grabado para encontrar nuevos ejemplos e historias.

Recuerde, que cuando surge una nueva idea, la idea debe cotejarse con La Guía del Éxito. Si no está reflejada en La Guía del Éxito, lo más probable es que inhiba la duplicación, la formación de relaciones y el desarrollo del liderazgo. Usted le puede sugerir a la persona que trae una idea que sería una decisión sabia seguir La Guía del Éxito por el momento hasta dominarla. Luego, él o ella serán más capaces de evaluar la idea desde distintos ángulos para juzgar sobre su validez.

16. Hay muchas maneras de ilustrar un punto. A menudo, una confrontación directa puede ser percibida como una violación de la libertad de otra persona. Al contar una historia para ilustrar un punto o haciendo preguntas a la otra persona, usted puede hacerle entender lo que usted está tratando de decir y muchas veces llegarán por sí solos a la conclusión que usted desea que lleguen.

17. Cuando usted habla acerca de la oportunidad de 4Life es muy importante saber como crear un equilibrio entre los productos y la oportunidad empresarial. Se debe hablar sobre ellos siempre en el orden correcto y separado uno del otro. Los productos tienen un lugar muy definido en este negocio, pero vienen después de la creación de la red. Recomiende los videos de los productos a sus nuevos distribuidores que deseen mayor información. De esta forma, usted puede enfocar su tiempo, energía y conversación hacia la construcción de la red.
18. La información principal requerida para el movimiento eficiente de los productos es compartir los beneficios y como usarlos. Tenga confianza en que la información del producto que da la compañía es suficiente para mover los productos. A menudo hay una sensación de hacer algo más para mover los productos, esto da a menudo por resultado que los líderes proporcionen información técnicamente compleja sobre productos a través de información escrita y cintas grabadas.
19. Meterse a jugar a ser doctor diagnosticando problemas de salud no es beneficioso para su negocio.
20. Cuando se ponga en contacto con un prospecto, es importante fijar siempre la próxima cita y entregar algún material o literatura.
21. A cada distribuidor se le pide que se comprometa totalmente a concurrir a las diferentes reuniones o actividades. Esta responsabilidad debe tomarse seriamente.
22. La Reunión Central semanal nos es un simple lugar a donde puede llevar a sus prospectos, sino que juega un papel mucho mayor en el éxito de su negocio. Su asistencia a la Reunión Central ha de sustentar el papel de liderazgo en el que se supone que usted hará de modelo para la organización. También afirma su posición de liderazgo, dando un ejemplo de respaldo a los distribuidores y a sus prospectos presentes.
23. Algunos creen que deben tener cientos de distribuidores patrocinados personalmente para prosperar en este negocio. Nada puede estar más lejos de la verdad. Es incorrecto asumir que ellos deben ser personalmente

responsables de llenar su propia organización con distribuidores; su trabajo principal es servir de modelo al desarrollo de liderazgo.

24. Asegúrese de que todo lo que hace su equipo tiene por finalidad sustentar el concepto de la duplicación. La comercialización en Redes de Mercadeo es un proceso sencillo. Si su equipo se concentra en la duplicación, se mantendrá enfocado. Si una actividad o plan se aparta de este concepto, no se comprometa a realizarlos.
25. Encuentre un mentor y haga de mentor para otros en su organización. El énfasis de La Guía del Éxito sobre relaciones personales promueve las relaciones mentor-estudiante. Su patrocinador funcionará naturalmente como mentor a condición de que usted tenga cuidado de no quemarlos con innecesarias exigencias de tiempo y atención. Si por cualquier motivo usted no puede ver a su patrocinador como mentor, continúe por la línea de patrocinio hasta que encuentre un mentor apropiado. Las relaciones son un camino de doble vía y usted debe respetar la libertad de su mentor. Al mismo tiempo, sea usted un mentor para todos sus distribuidores. La línea del respeto y la educación evitarán un cambio de enfoque.
26. A los expertos de escritorio hay que evitarlos. Estos sabelotodo están listos para especular sobre cada aspecto de la comercialización por Redes de Mercadeo, pero no están dispuestos a construir la red. Si usted o su equipo son atraídos a su órbita, perderán el enfoque. Por regla general, nunca comparta pensamientos negativos con otros y absténgase de discutir la industria con otros hasta tanto esté totalmente preparado y confiado. Cuando encuentre un problema, pídale consejo a su patrocinador. Todas las respuestas están en La Guía del Éxito.
27. Acontecimientos mayores en la vida de los miembros de su red como cambio de trabajo, el nacimiento de un hijo, construcción de una casa nueva, un matrimonio, un fallecimiento en la familia, pueden apartarlos del enfoque de construir. En ocasiones como éstas, no deje de aumentar su construcción en profundidad para compensar hasta que el miembro del equipo esté nuevamente listo para enfocar.

28. Evite transacciones financieras con los miembros de su red, tal como dar dinero prestado; esto tiende a desviar el foco de la cooperación y transformar la relación patrocinador-distribuidor en una relación de prestador-deudor.
29. Mantenga algún pequeño inventario de herramientas para construir la red.
30. Un obstáculo común es permitir a los distribuidores que lo convenzan de presentar constantemente la oportunidad empresarial por ellos, en lugar de comenzar el proceso de presentar la oportunidad empresarial ellos mismos.
31. El proceso de edificación le proporcionará a usted el mismo poder que tienen los líderes más fuertes en la organización. A los ojos de sus prospectos y distribuidores, al ser usted edificado se convierte en líder, aún cuando recién haya empezado en el negocio. La edificación es una gran herramienta de desarrollo. Edifique a su patrocinador, su "upline" y a la compañía.
32. ¿Qué hace un líder? Es importante usar un criterio específico para medir y remunerar el desarrollo de liderazgo. En La Guía del Éxito se enumera ese criterio bajo "Como Desarrollar los Líderes". Juzgar a un líder en esta forma le agregará objetividad al proceso, fortalecerá las relaciones entre los líderes y les dará a los líderes superiores un medio de juzgar su propio desarrollo de liderazgo. También ayuda a conducir a otros a través del proceso de desarrollo de liderazgo.

Reuniones del Sistema

Reuniones Centrales:

Objetivo: Presentar la oportunidad empresarial a los prospectos con quien usted ha desarrollado una relación, donde ellos puedan encontrarse con distribuidores exitosos que tengan la misma ocupación o profesión. En esta reunión los prospectos pueden ver la grandeza del negocio y usted le presenta sus líderes uplines para relacionarlos.

Puntos a considerar

- ❑ Es importante mantener una atmósfera de compañerismo, edificación, sentimientos positivos y felices. Presente el prospecto a otros distribuidores de éxito para que se relacionen y adquieran seguridad de que la oportunidad es real.
- ❑ La oportunidad empresarial será presentada cada semana por un líder distinto en forma de rotación.
- ❑ Los líderes del área pueden cobrar en la entrada de \$3.00 a \$5.00 dólares por distribuidor, dependiendo del costo del salón de la reunión. Esto ayudará a los distribuidores a sentir que tienen una inversión en la reunión central y que hay una inversión en la construcción del negocio.
- ❑ La vestimenta debe de ser de negocio. Recuerde, su imagen es importante para causar una buena impresión a los invitados.
- ❑ Al final de la reunión Central se hacen los módulos.

Módulo al final de Reunión Central o Regional

Qué decir y qué hacer para que funcione correctamente

1. Cómo nos sentimos en nuestra primera reunión y cuál es nuestra visión del negocio hoy.
2. Hacemos la presentación de los asistentes. Planificamos la reunión de seguimiento con los invitados presentes dentro de 24 a 48 horas y se entrega el material de seguimiento.
3. Sacamos la agenda para repasar los planes que se darán en la semana con los desarrolladores y vemos si necesitan ayuda. Así trabajamos en equipo.

4. Anunciar las próximas actividades.
5. Terminamos con alguna historia de éxito y con nuestra visión de que cada uno de los presentes puedan hacer sus sueños realidad.

Nota:

- *El tiempo de duración no debe de exceder los 15 minutos.*
- *El módulo debe de ser de 7 a 10 personas para mantener el buen control del grupo.*
- *La función del módulo es dar visión, fomentar la relación y desarrollar liderazgo.*
- *Damos participación a los que estén demostrando ser desarrolladores.*

Reunión de Líderes

Objetivo: Unificar a los líderes con un objetivo común guiados por los cinco valores esenciales y un sistema uniforme a seguir.

Beneficios:

1. Consolidar las relaciones entre líderes.
2. Proveer una visión para la organización.
3. Proveer una misión para la organización en cuanto a su desempeño y posición en el área local, ciudad, estado y país.

Temas claves a tratar en la reunión de los líderes:

1. Coordinar la ejecución de las reuniones centrales, actividades, feria de productos y seminarios.
2. Movimiento de gente a los eventos y convenciones. Coordinar el movimiento de gente y boletos a las diversas actividades.
3. Enfatice el uso de historias y preguntas durante las charlas.

4. Coordine seminarios.
5. Discuta las debilidades identificadas durante la ejecución del sistema, a fin de hacer los ajustes necesarios.
6. Evalúe las relaciones entre los líderes dentro de una misma organización y entre diferentes organizaciones.
7. Esta reunión debe ser finalizada con temas emocionantes sobre visión, pasión, misión y dar un sentido de propósito.

¿Como formar el mejor equipo de líderes?

¿Qué es exactamente un equipo?

1. Tiene una meta en común.
2. Debe haber cooperación.
3. Debe haber comunicación.
4. Tener compromiso.

Cualidades de un equipo ideal:

1. Los miembros de un equipo se protegen entre si: Para que un equipo tenga éxito, sus miembros deben protegerse mutuamente. El equipo entero sufre cuando a un miembro no le importa nada más que el mismo.
2. Los miembros del equipo saben que es importante para el equipo: Cualquiera que no conozca lo que es importante para el equipo no solo falla en colaborar con este, sino que en realidad impide el éxito del equipo.
3. Los miembros del equipo se comunican entre si: Permitir que cada uno sepa lo que pasa para proteger los mejores intereses del equipo. La comunicación franca entre compañeros incrementa la productividad.

4. Los miembros crecen juntos: En una organización, es responsabilidad del líder organizar el crecimiento de todo el equipo. Participar de experiencias e intercambios juntos son los mejores medios de crecimiento del equipo.
5. Existe un equipo adecuado: Los individuos llegan a conocerse mejor a medida que se interesan mutuamente, crecen juntos y trabajan hacia una meta en común. Un buen equipo requiere actitud de compañerismo. La confianza hace que los miembros del equipo trabajen en unidad. Hay que conocer las fortalezas y debilidades de los miembros del equipo.
6. Los miembros del equipo colocan sus intereses individuales por debajo de los intereses del equipo: Creen en las metas comunes y empiezan a desarrollar sincera confianza entre sí. Deben creer de corazón que el valor del éxito colectivo es mayor que sus intereses individuales. El individualismo gana trofeos, pero el trabajo en equipo gana campeonatos.
7. Cada miembro del equipo desempeña un papel especial: Cuando notemos que no se está llevando a cabo una función, debemos hacer los ajustes necesarios para asegurar que se finalice el trabajo.
8. Un equipo eficaz tiene una buena reserva: Seleccionar, equipar y desarrollar los miembros del equipo para que den lo mejor y ejecuten el trabajo cuando se les necesite.
9. Los miembros saben exactamente en que situación está el equipo: El sentido organizacional, es la habilidad de saber lo que está ocurriendo con la organización y cómo el equipo actúa con relación a las metas. Como arreglárselas en contra de la competencia y cómo actúan los diferentes jugadores en el juego.
10. Los miembros del equipo están dispuestos a pagar el precio una y otra vez: El éxito llega como consecuencia del sacrificio, esto es, la buena disposición de pagar el precio. Todo miembro del equipo debe estar dispuesto a sacrificar tiempo y energía para practicar

y prepararse. Sin la convicción de cada individuo de que la causa vale la pena, la batalla nunca se ganará y el equipo no tendrá éxito.

Puntos a considerar

- ❑ Esta reunión no es una sección de quejas y problemas. Mantenga un ritmo de entusiasmo y motivación y no se desvíe en cuestiones individuales. Mantenga el enfoque de esta reunión.
- ❑ Discuta y tome acción sobre eventos y actividades locales.
- ❑ Usted debe establecer algún criterio mínimo para los líderes que son invitados.
 - Haber estado en el negocio por lo menos 3 meses.
 - Presentar con frecuencia la oportunidad de negocio, "El Plan".
 - Haber apoyado todas las reuniones y seminarios.
 - Usar y promover las herramientas del sistema.
 - Usar los productos.
 - Edificar el equipo, el sistema, sus "upline" y "downline" sinceramente y de corazón.
 - Haber alcanzado por lo menos la posición de Diamante.

Como desarrollar su red a larga distancia

Para expandir su negocio a larga distancia es importante que inicialmente pueda adquirir el conocimiento, experiencia y confianza a nivel local. El proceso de construir una red a nivel local le va a dar la experiencia y la seguridad para que su trabajo sea productivo cuando llegue el momento de expandirse internacionalmente. Además si desarrolla una red sólida localmente le va a proveer las finanzas necesarias para que pueda invertir en su desarrollo internacional.

Esta sección de La Guía del Éxito es para dar una idea general de que debe hacer para pasar a los prospectos a través del proceso correcto cuando lo estamos trabajando a larga distancia. Establezca una conversación inicial con su prospecto para evaluar el interés que tiene en la oportunidad. Durante el proceso usted quiere transmitir una sensación de entusiasmo e interés. Al mismo tiempo debe ser breve y profesional, para que el prospecto se quede con una impresión positiva.

Pasos a Seguir para pasar al prospecto por el proceso correcto:

1. **Llamada inicial, salude:** Una conversación informal es todo lo que se necesita para tener una idea del interés del prospecto. Hable temas apropiados como la familia, sus intereses, sus sueños y el trabajo. Si conoce bien a su prospecto, es fácil establecer una conversación. Si la relación no es nueva, establezca quien lo refirió. Elogie lo bien que la persona que lo refirió habló sobre él o ella.
2. **Establezca el propósito de la llamada:** Aquí usted va a establecer una corta conversación para despertar interés y curiosidad en su prospecto. Explique que usted ha encontrado una oportunidad confiable a través de la cual los sueños se pueden hacer realidad. Cuénteles como esta oportunidad llega a su vida y lo que está haciendo por la vida de muchas personas.
3. **Las Redes de Mercadeo:** Despertar interés y curiosidad al prospecto a través de una breve explicación del concepto de las Redes de Mercadeo (Ver pág. 8 y 9). En la conversación se deben resaltar los beneficios de las Redes de Mercadeo:
 - a. Oportunidad de tener su propio negocio en su tiempo libre.
 - b. Poca inversión.
 - c. Ingresos ilimitados.
 - d. No tiene límites de territorio, expansión mundial.

- e. Uno mismo establece las horas que va a trabajar.
 - f. Ingresos residuales. (Ver pág. 84)
 - g. No requiere inventario, ni empleados, ni local. La compañía nos lleva la contabilidad.
 - h. Sistema educativo tipo franquicia.
 - i. Equipo de respaldo.
 - j. Retiro en 2 a 5 años (Libertad financiera).
4. **Respaldo:** Edifique el equipo que nos está respaldando; International Networkers Team y su Sistema Educativo. Edifique y cuente alguna historia de líderes que sus vidas han sido impactadas con esta oportunidad.
5. **Pregunte y explore:** Pregunte al prospecto ¿Desea información adicional? Si la respuesta es afirmativa y en el área donde vive la persona hay una reunión central establecida por Internacional Networkers Team, invítelo a ésta (Ver Agenda Internacional de International Networkers Team). Edifique esta reunión y provea la dirección y hora al prospecto. Si hay un líder de la línea "upline" trabajando en el área, consulte para que alguien lo pueda recibir en la reunión central área. Envíe un paquete de seguimiento en el cual debe incluir:
- a. El CD Construyendo para el Futuro el Mito
 - b. DVD Life Rewards
 - c. Revista Summit
6. **Seguimiento:** Llame a su prospecto el día siguiente de haber asistido a la reunión central o luego de haber recibido su paquete de seguimiento. Aclare dudas si hay objeciones y use esto como marco de referencia. (Ver pág. 46) Una vez aclaradas las dudas, pregunte: ¿Está listo para formar parte del equipo e ir en camino a hacer sus sueños realidad? Si

la contestación es afirmativa, llame a la compañía y registre a su nuevo socio.

6. Seguimiento al nuevo socio:

- a. Conéctelo 100% al Sistema Educativo.
- b. Envíele La Guía del Éxito con los 4 CD. Edifique lo que el sistema está haciendo en la vida de las personas.
- c. Envíele un CD del sistema al mes para mantenerlo conectado y enfocado.
- d. Llame a su nuevo socio diariamente al principio. Aclare dudas, oriéntelo, y planifique los pasos que debe de seguir para que el sistema funcione para él.
- e. Enséñele a usar las herramientas y explíquele la importancia de las reuniones en las casas y su asistencia a la reunión central.
- f. Conéctelo a la llamada de conferencia semanal.
- g. Si el nuevo socio ha demostrado su compromiso y su capacidad de liderazgo, coordine con su línea de auspicio un plan de trabajo para ayudarlo a desarrollarse.
- h. Cuando las finanzas lo permitan, planifique un viaje para que le modele en el campo a su nuevo socio.





ACCIONES DIARIAS PARA LOGRAR EL ÉXITO

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Invitados a la Reunión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presentación de Negocios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planificación de Negocios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Patrocinados Personalmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patrocinados a otros Niveles	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Llamada por Teléfono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prospectos Nuevos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Referencias Recibidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asistencia a Reunión	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Clientes Nuevos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reuniones Llevadas a Cabo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horas de Trabajo	_____												

La suma de cada pequeña acción que usted emprenda diariamente en su negocio, es lo que lo llevará a convertir sus sueños en realidad.

Nombre: _____ Teléfono: _____

I.D. #: _____ Rango: _____ Total: _____

Mes: _____ Año: _____ Patrocinador: _____

14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Estos son mis logros hasta ahora:

Total de patrocinados personalmente: _____

Total de patrocinados a otros niveles: _____

Total de clientes nuevos: _____

Total de Diamantes de primer nivel: _____

Total de Diamantes a otros niveles: _____

Nivel Calificado: _____

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre

Dirección

Ciudad

Teléfono

Código

INFORMACIÓN DEL LÍDER

Nombre

Dirección

Ciudad

Teléfono

Código



© 2009 All Rights Reserved.
Copyright © 2009 for Herminio Nevárez
No part of this book covered by the copyright hereon
may be reproduced or used in any form or by any
means without the written permission of the author.



Dr. Herminio Nevárez
*Fundador de
International Networkers Team*



INTERNATIONAL NETWORKERS TEAM
CONSTRUCTORES DE SUEÑOS



Cuando usted comparte su esfuerzo con otros, este se duplicará. Todo lo que usted logrará dependerá de este proceso duplicativo. Desarrollará una red de personas que trabajarán juntos para obtener un ingreso adicional que les ayudará a lograr sus sueños. Esto es lo que ofrecen las redes de mercadeo, la oportunidad de tener su propio negocio.

International Networkers Team es una organización dentro de la industria de las redes de mercadeo, basada en el trabajo en equipo y sustentada en los principios y valores. Estamos comprometidos en hacer una diferencia en la vida de las personas, ofreciendo una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y lograr la independencia financiera. Tenemos un plan definido para que usted pueda tener éxito en esa industria. Ese plan está basado en nuestro Sistema Educativo, el cual le enseñará paso a paso como desarrollar un negocio sólido, estable y productivo. La forma más eficiente y efectiva de lograrlo es a través de la acción y sirviendo de ejemplo y modelo para otros.

En esta forma:

**Ellos entenderán ¿por qué hacerlo?
Aprenderán como hacerlo. Y aún más importante, ellos lo harán.**