ERIC WORRE

GO PRO

7 STEPS TO BECOMING A NETWORK MARKETING PROFESSIONAL

GoPro

Go Pro

7 Pasos para Convertirse en un Profesional del Mercadeo en Red

Eric Worre

Este libro es dedicado al Distribuidor de Mercadeo en Red.
Gracias por tener el valor de seguir tus sueños.

Introducción

Yo recuerdo el día en que fui introducido por primera vez al Mercadeo en Red. Fue en enero de 1998. Tenía 23 años y vendía bienes raíces para una pequeña compañía propiedad de mi padre y de su amigo John Joyce.

Acababa de casarme y tenía un pequeño hijo. Ya estaba atrasado en el pago de mis cuentas, y estaba asustado. El año anterior había ganado $45,000 dólares en comisiones por ventas de bienes raíces, lo cual era muy bueno. El problema era que había gastado $60,000 dólares y no había ahorrado dinero para pagar mis impuestos, los cuales debían ser cubiertos en unos cuantos meses.

Cuando John Joyce llegó a mi escritorio ese día y dijo: "Eric, creo que tengo una manera de que ganemos algo de dinero extra", yo le dije, "¡Cuéntame más!". El dijo que un buen amigo suyo tenía algo que mostrarnos y nos invitó a su casa. Así que subí al carro con mi papá y John y fuimos a verlo.

Cuando llegamos, él nos llevó a su sala de estar, puso una cinta en su VCR y presionó PLAY. Me senté y observé este loco video. Estaba lleno de mansiones, limosinas y declaraciones de personas ganando fortunas casi de la noche a la mañana. Era tan exagerado que no podía creer que fuera verdad, así que les dije que me parecía una mala idea y que no estaba interesado. Mis filtros mentales naturales no podían dejarlo entrar.

Entonces algo sucedió. John y mi padre dijeron: "Ok, lástima. Nosotros si lo vamos a hacer".

Esto tuvo un GRAN impacto en mí, ¡pues lo único peor que estar en la quiebra y con deudas era pensar que estos dos ganarían

mucho dinero sin mí! Así que cambié mi actitud, jalé a mi papá a un lado, y le pregunté si me prestaría algo de dinero para poder registrarme. Gracias a Dios él dijo que sí pues decidir convertirme en distribuidor de Mercadeo en Red cambió mi vida.

Cuando comencé, yo trataba a este negocio como la mayoría de la gente, es decir, no lo trataba como un negocio. Entraba, realizaba algunas llamadas y esperaba tener la suficiente suerte como para ganar algo de dinero. ¡Y al principio funcionó! SÍ gane dinero y fue muy emocionante, aunque tengo que decir algo. Durante esos primeros meses, toda mi estrategia era llamar rápidamente a todos los contactos de mi papá antes de que él pudiera hacerlo. Pensaba que si yo les llamaba, les decía que mi papá y John Joyce también eran parte de esto, y lograba una junta con ellos o que vieran un video, y si después ellos estaban interesados, mi padre no pelearía sobre quien lo logró pues yo estaba en su organización. Yo tenía un éxito limitado con esto pero, como pueden imaginarlo, no duró mucho.

Y así, tres meses después de comenzar, mi ingreso por Mercadeo en Red terminó. Y cuando sucedió, mi actitud positiva desapareció. Comencé a culpar a todos y a todo por mi falta de éxito. Mi contacto no me estaba ayudando lo suficiente. La compañía no brindaba una capacitación adecuada. No conocía a suficientes personas. Nadie me respetaba por ser joven. Culpaba al producto. Culpaba a la compañía. Culpaba a la economía. Culpaba a todos menos a mí mismo.

Pero tenía un gran problema. Culpar al mundo no estaba ayudando a pagar mis cuentas. Y había dejado las ventas de bienes raíces después de mi primer cheque de comisión. Iba a tomar mucho tiempo obtener una verdadera comisión por una venta en bienes raíces y yo no tenía un título universitario, así que

obtener un trabajo decente no era opción. El único lugar en donde podía lograr obtener algo de dinero era en el Mercadeo en Red.

Así que baje mi cabeza y fui a trabajar. Al principio no fue fácil. De hecho, ¡en mis primeros tres años reconstruí mi organización siete veces! Lograba levantarla y se caía en pedazos, y la volvía a levantar y se volvía a caer. Una y otra vez.

Después de esos tres años, estaba muy desanimado. Casi había perdido la esperanza. Entonces algo sucedió que cambió mi vida. De hecho fue una combinación de dos cosas. Era la noche anterior a la convención de la compañía y yo estaba observando un noticiero en la televisión. Tenían un invitado que era un experto en un tema que no recuerdo bien. Lo que en ese momento pasó por mi mente fue: "¿Cómo es que alguien se convierte en un experto en ESE tema?". Lo único en lo que pude pensar es que deben de haber decidido obtener experiencia, aprender todo lo que pudieran, leer cada libro, hablar con cada persona, y aprenderlo así por completo para poder convertirse en un experto.

Al siguiente día fui a la convención de la compañía y observe a una superestrella tras otra mientras caminaban por el escenario. Entonces, fue como ser golpeado por un rayo. Por fin mi cerebro entendió que si en verdad así lo decidía, yo podía convertirme en un experto del Mercadeo en Red. Podía enfocarme en las habilidades. Podía practicar hasta convertirme en un experto, y NADIE podía detenerme.

Hasta ese momento, yo siempre estaba buscando un enfoque. Yo esperaba tener suerte. Yo esperaba encontrar a esa superestrella que iba a cambiar todo. Y tenía miedo de perder mi oportunidad si eso no ocurría pronto.

En un instante, todo cambió. Me di cuenta de que no tenía que preocuparme sobre tener suerte. La posición y el momento indicado eran algo bueno, pero no eran necesarios para tener éxito a largo plazo. No tenía que preocuparme por mi asesor, por conocer a la persona indicada, o por nada más. Todo lo que tenía que hacer era convertirme en un experto.

Así que decidí que ese día cambiaría mi enfoque y desarrollaría las habilidades para convertirme en un Profesional del Mercadeo en Red (Network Marketing Pro). Ese fue el día que cambió mi vida.

Desde entonces, mi vida ha sido una aventura asombrosa. El Mercadeo en Red se convirtió una carrera para mí. Tengo completa libertad sobre mi tiempo. He conocido a las personas más increíbles por todo el mundo. He podido tocar y ser tocado por las vidas de cientos de miles de personas, he viajado por todo el mundo, he contribuido a las causas que son importantes para mí y, sobre todo, me he convertido en una mejor persona durante el proceso.

Todo esto sucedió para mí y también puede suceder para ti. En este libro, voy a darte los principios fundamentales que pueden guiarte a convertirte en un Profesional del Mercadeo en Red. Me han sido muy útiles durante las últimas décadas y sé que a ti también te serán muy útiles.

¡Bienvenido a una emocionante aventura!

CAPÍTULO UNO

El Mercadeo en Red No Es Perfecto... Solamente Es Mejor

¿Te sientes inquieto? ¿Te sientes insatisfecho? ¿Sientes que debe haber una mejor manera de hacer las cosas en cuanto a tu trabajo y a la manera en que ganas la vida?

Las buenas noticias: SÍ hay una mejor manera, pero es diferente a lo que te enseñaron en la escuela. Déjame explicar.

Cuando viajo y hablo por todo el mundo, me gusta jugar un juego con la participación de la audiencia. Le pido a la gente que me ayude a crear el mejor negocio posible y les pido que mencionen cosas específicas que les gustaría tener en ese negocio, así como las cosas que hay que evitar. Siempre obtengo una lista interesante. Si estuviéramos frente a frente, haría lo mismo contigo. Pero como no es así, resumamos lo que las personas de más de 30 países me han dicho mientras creo lo que me gusta llamar "La Lista de la Profesión Perfecta".

Las personas usualmente comienzan por nombrar lo que no quieren:

- Sin jefe
- Sin desplazarse al trabajo
- Sin reloj de alarma
- Sin empleados
- Sin políticas
- Sin compromisos
- Sin discriminación
- Sin requisitos educativos

Después, al ir las personas usando su imaginación en una manera más positiva, comienzan a visualizar las características positivas:

- Algo positivo
- Gran producto o servicio
- Ingresos ilimitados
- Ingreso residual
- Disfrutar de la gente con quien se trabaja
- Libertad de tiempo
- Algo significativo

El Mercadeo en Red No es Perfecto...Solamente es MEJOR

- Crecimiento personal
- Muchos beneficios
- Internacional
- Contribuir a causas loables
- Bajo riesgo
- Bajos costos de inicio
- Resistente a la economía
- Beneficios Fiscales
- ¡Divertido!

Ahora bien, tú podrías agregar algunos atributos, ¿pero no estás de acuerdo en que es un muy buen comienzo? ¡Imagina poder disfrutar de una profesión con todos esos atributos!

Todos los "empleos" que conozco pertenecen a una de cinco categorías:

- De cuello azul
- De cuello blanco
- Ventas
- Dueño de un negocio tradicional
- Inversiones

Profesiones de Cuello Azul

Esta es la definición de cuello azul en Wikipedia. “Un trabajador de cuello azul es un miembro de una clase trabajadora que realiza trabajos manuales”. Mi definición es alguien que trabaja para arreglar algo, hacer algo, limpiar algo, construir algo, o dar servicio a algo (o alguien).

En mi vida, he tenido muchas profesiones de cuello azul. Y, para quienes han estado en esta línea de trabajo, existe cierta satisfacción por un trabajo bien hecho.

Pero esta es la gran pregunta: ¿Puede un trabajador de cuello azul cumplir con la Lista de la Profesión Perfecta? La respuesta obvia es no. Claro, puede cumplir con algunos de los atributos. Puede tener un gran producto y bajos costos de inicio o con algunos de los otros puntos en la lista, pero si en verdad observas, el trabajador de cuello azul no puede llevarte a dónde quieres estar. No te lleva a “La Profesión Perfecta”.

Profesiones de Cuello Blanco

Esta es la definición de cuello blanco en Wikipedia.

> *“El término trabajador de cuello blanco se refiere a la persona que realiza trabajos profesionales, de administración o administrativos, en contraste con un trabajador de cuello azul, cuyo trabajo requiere de trabajos manuales. Usualmente, el trabajo de cuello blanco se lleva a cabo en una oficina o cubículo”.*

Mi definición es una persona que es empleada por alguien más para realizar actividades distintas a trabajos manuales o a ventas.

Muchas personas escogen una profesión de cuello blanco, pues es una de las opciones disponibles más aceptadas por la

sociedad. Ha sido establecida durante mucho tiempo como la opción segura y confiable. Recientemente, eso ha cambiado. El contrato implícito de que si eres leal hacia la compañía la compañía será leal hacia ti, hace mucho que ha desaparecido.

Yo también he sido un trabajador de cuello blanco. En mi experiencia, hay dos tipos de personas que realizan este tipo de trabajo: Triunfadores y Escondidizos.

Los triunfadores son las personas que quieren desempeñarse al nivel más alto posible. Son ambiciosos, motivados y enérgicos. Están repletos de ideas y quieren subir los peldaños corporativos, las cuales son grandes atributos a tener. Pero existe un inconveniente para el Triunfador.

En cuanto una persona decide convertirse en un Triunfador, se convierten también en un blanco. Su jefe le ve como una amenaza para su trabajo, así que comienzan a hacerlo menos o bien atacan su reputación. Sus compañeros le ven como una persona que o bien los dejará en vergüenza o bien les impedirá obtener un ascenso, por lo que comienza a hacer todo lo que pueden para minar sus logros.

Así que, para seguir siendo un Triunfador y poder sobrevivir en este ambiente hostil, una persona debe convertirse en alguien muy bueno en una cosa que no tiene nada que ver con su productividad - y eso es en la política. Deben aprender a navegar el mundo político al reducir a sus enemigos y fortalecer sus relaciones con las personas poderosas. De hecho, algunas de las personas más exitosas en el mundo corporativo no son Triunfadores. Son políticos puros.

Así que si decides trabajar en el mundo corporativo y tiene que ser como Triunfador, debes aceptar el hecho de que también debes ser un buen político.

Ahora, hablemos de los Escondidizos. Estas son las personas que ODIAN la política, pero aun así necesitan de un trabajo. Estas personas aprenden a no ser Triunfadores ambiciosos. No sobresalen. No hablan en las reuniones.

No aportan nuevas ideas. Se ESCONDEN. Mantienen bajas sus cabezas y hacen lo que se les dice que hagan. Hacen solamente lo suficiente para que no se hable de ellos de manera negativa. Ellos sobreviven.

Y esto ha funcionado durante décadas. Pero en la Nueva Economía, esconderse es cada vez más difícil. Y a las personas se les está acabando el tiempo.

Bien, regresemos a nuestra Lista de la Profesión Perfecta: ¿Puede un trabajador de cuello blanco cumplir con la lista? De nuevo, la respuesta es clara: no - ciertamente no en muchas áreas.

Ventas

Algunas personas escogen alejarse de ser un "empleado" y comienzan una carrera en las ventas. Esto ciertamente es más intrépido pues usualmente a los vendedores se les paga en base a su producción y no por hora.

He conocido a miles de vendedores. Hay un tema en común que he observado durante el curso de mi carrera. El vendedor típico tendrá un periodo en el cual todo le sale a la perfección. Todo lo que tocan se convierte en oro y ganan muy buen dinero.

En cuanto sucede eso, casi siempre establecen un estilo de vida adecuado para ese nivel de ingreso. Compran una casa nueva,

compran carros nuevos, inscriben a sus hijos en mejores escuelas, compran un hogar para vacaciones - lo compran todo. Todo está muy bien durante un tiempo.

Y entonces algo cambia.

La compañía cambia el plan de compensación, su territorio es reducido, aparece un competidor, pierden a su mejor cliente, la economía entra en recesión, una nueva tecnología hace que su oferta sea menos valiosa, o cambian las regulaciones gubernamentales para su industria. Estos son únicamente unos cuantos ejemplos. Hay cientos de razones por las que el mundo de un vendedor puede ser (y probablemente va a ser) más complicado.

Cuando eso sucede, aunado al gran estilo de vida que han desarrollado, 40 horas a la semana no es suficiente para pagar las cuentas. Así que suben a 50 horas por semana. Y después a 60. Y después a 70. Y después su vida es muy pequeña. Si, tienen muchas cosas, pero no tienen tiempo para disfrutarlas.

El otro reto para la profesión de las ventas, sin importar como se desempeña una persona, es que tendrán que comenzar desde cero el día siguiente. Puede ser muy cansado vivir bajo este tipo de presión durante un largo periodo de tiempo.

¿Puede la profesión de las ventas pagar las cuentas? Claro. ¿Puede cumplir con La Profesión Perfecta que hemos descrito antes? De nuevo, la respuesta es no.

Dueño de un Negocio Tradicional

Algunas personas optan por el gran sueño - construir su propio negocio en el que son el jefe y toman todas las decisiones. Es una

idea emocionante, ¿verdad? Esta es la realidad para la mayoría de las personas:

Paso uno: Usan sus ahorros, toman deudas nuevas y muchas veces piden dinero prestado a sus amigos y familiares para poder comenzar.

Paso dos: Incurren en más deudas en forma de rentas y garantías personales por todos lados.

Paso tres: Ahora, en lugar de enfocarse en lo que son buenos (digamos que son buenos para las ventas y deciden comenzar su propio negocio), tienen que ser todo para todas las personas. Actúan como abogado para cuestiones legales, contador para cuestiones financieras y agente de cobros para las cuentas pendientes de cobrar. Incluso sacan la basura. Hacen TODO menos vender, siendo que es para lo que son buenos.

Paso cuatro: Batallan. En lugar de ser dueños de su propio negocio, el negocio es dueño de ellos. Son la primera persona que llega a trabajar y la última en salir. Y después de que todos los demás reciben su pago, posiblemente puedan obtener suficiente dinero para por lo menos pagar sus propias cuentas, pero eso no le permite reducir la deuda incurrida para comenzar con su propio negocio.

Paso cinco: Tienen éxito o fracasan. O bien llegan a un momento en el camino en el que su negocio tiene éxito o bien fracasan en el intento, en muchas ocasiones declarándose en bancarrota y tomando de nuevo un empleo en ventas o en un ambiente corporativo. Y aún si llegan a tener éxito en su negocio, eso usualmente significa una vida repleta de largas horas de trabajo y estrés.

¿Suena romántico, cierto? Si nunca has comenzado tu propio negocio, pregunta a tus amigos que si lo han hecho sobre si esta descripción es o no apropiada. A la mayoría de las personas que comienzan su propio negocio no les importa obtener un rendimiento sobre su inversión. Solamente quieren obtener DE VUELTA su inversión. Es muy claro que ser dueño de un negocio tradicional no puede cumplir con la Lista de la Profesión Perfecta que hemos descrito.

Inversionista

La última categoría para las maneras en que puedes ganarte la vida hoy en día es la del inversionista. ¿Qué necesitas para poder ser un inversionista? Dinero, ¿cierto? Si no tienes mucho dinero, será muy difícil ganarse la vida con las ganancias sobre tus inversiones, en especial si tratas de ser conservador para reducir el riesgo de tener pérdidas.

Pero, digamos que lo haces. ¿Cuál es la segunda cosa que ocupas para ser un inversionista exitoso? Necesitas ser muy hábil y tener mucho conocimiento. Puedo hablar sobre quienes han sido hábiles inversionistas en bienes raíces. Pero cuando las cosas cambiaron de manera radical en el mercado de los bienes raíces, sus habilidades no pudieron ayudarles. Perdieron en grande.

¿Te gustaría invertir en el negocio tradicional de alguien? Buena suerte. En la mayoría de los casos, no podrás ser un inversionista; terminarás por ser un filántropo.

¿Y qué tal el mercado bursátil? A las personas no les va tan bien ahí, ¿verdad? A unas cuantas personas les va bien, por lo menos una que otra vez. Pero conozco a personas que han perdido y después ganado, en especial en la última década. Es difícil obtener un rendimiento garantizado cuando tú no tienes el

control. Y créeme, como inversionistas tú NO estás en control. Todo puede pasar, de la noche a la mañana.

Déjame contarte una historia para ilustrar este punto. A finales del 2001, yo estaba viviendo a lo grande. Acababa de vender una compañía que co-fundé, y estaba trabajando como un consultor muy bien pagado. Por mi parte de la venta, recibí aproximadamente 170,000 acciones en la nueva compañía. La empresa cotizó en la Bolsa de Nueva York y el precio era de alrededor de $44 dólares por acción, lo cual significaba que el valor de mis acciones era de alrededor de $7.5 millones de dólares. Yo tenía un gran ingreso y una gran cartera de inversión. Mi vida era de lo MEJOR.

Usé parte de mis acciones para obtener un préstamo para construir una casa de unos $2 millones de dólares, para la casa de mis sueños que iba a construir. En cuanto al resto, no diversifiqué pues sabía que la compañía se encontraba en excelentes condiciones con un buen producto y un fenomenal equipo de ventas.

Entonces sucedió algo fuera de mi control. De la noche a la mañana las acciones cambiaron a $37 dólares por acción por un grupo de inversionistas que se habían enfocado en la compañía y vendido en corto sus acciones. En sí, mientras más bajara el precio de las acciones, más dinero ganarían.

Pensé que era ridículo pues la compañía estaba muy bien, así que compré más acciones a $37 dólares, usando mis acciones actuales como un colateral, sabiendo que el precio subiría. Bajó a $33 dólares. Compré más acciones. Bajó a $27 dólares. Comencé a recibir advertencias sobre ajustes de márgenes de garantías, lo cual quería decir que si no les enviaba dinero, iban a

comenzar a vender mis acciones para cubrir las pérdidas. Yo no tenía dinero para enviar.

Las acciones continuaron bajando. Bajaron hasta $10 dólares por acción y mis $7.5 millones de dólares habían desaparecido. ¡Poof! Todo en menos de 90 días. Eventualmente, las acciones subieron de precio y la compañía fue privatizada a $65 dólares por acción. Pero yo no estaba ahí para capitalizar sobre esa situación. Estaba acabado.

¿Podría haber sido más inteligente? Claro. ¿Cometí errores? Absolutamente. Pero aquí está la lección: si vas a ser un inversionista, debes aceptar que de vez en cuando las cosas saldrán de tu control. Y cuando eso sucede, puede ser muy caro.

Bueno, regresemos a la Lista de la Profesión Perfecta.

¿Puede el ser un inversionista algo pon que cumplir con la lista? No lo creo.

Hemos hablado sobre trabajo de cuello azul, trabajo de cuello blanco, ventas, ser dueño de un negocio tradicional y sobre ser inversionista. Y ninguna de esas actividades puede cumplir con nuestra Lista de la Profesión Perfecta. ¿Es incluso posible tener la profesión perfecta? La respuesta es sí, pero para llegar hasta ahí necesitas entender que todo está cambiando. Los viejos modelos de compensación están muertos o están muriendo, y estamos pasando por el más grande cambio económico de todas nuestras vidas.

La NUEVA Economía

El mundo como lo conoces ha cambiado. Para quienes no reconocen este hecho, será el peor de los momentos. Para quienes lo hacen, será el mejor de los momentos.

Durante los últimos 100 años, ocurrió un fenómeno interesante. El ascenso de la corporación se convirtió en el estándar en la sociedad. El lugar seguro y respetado para que las personas existan en un lugar de trabajo, fue el ser un empleado.

Paso uno: Ve a una escuela para aprender cómo ser un empleado.

Paso dos: Encuentra una compañía que te contrate.

Paso tres: Trabaja para esa compañía por 40 años.

Paso cuatro: Jubílate.

En las últimas décadas, la promesa de ser recompensado por parte de la compañía por tu lealtad y duro trabajo ha sido expuesta como un mito. Las personas comenzaron a darse cuenta de que la lealtad que estaban dando a su compañía no les era devuelta. Así que evolucionó un proceso diferente.

Paso uno: Ve a una escuela para aprender cómo ser un empleado.

Paso dos: Encuentra una compañía que te contrate.

Paso tres: Cambia de compañía por varias razones políticas y económicas, cada tres a cinco años, durante el curso de tu carrera.

Paso cuatro: Date cuenta de que no puedes jubilarte de manera confortable después de 40 años, así que continuas trabajando.

Y ahora estamos pasando por el más grande cambio de todas nuestras vidas. Durante un siglo, las compañías les han pagado a sus empleados por hora, por semana, o por año. Esto está cambiando a nivel global.

El mundo se está moviendo hacia una economía en base al desempeño. Y ya está sucediendo. Aquí tienes lo que eso quiere decir: En el futuro, solamente te pagarán en base a tu desempeño. No te pagarán por tu tiempo. Las personas en la industria del servicio de la comida ya viven en este modelo. Obtienen un bajo pago por hora, por requisito de ley, y ganan su dinero en base a las propinas que se basan en su desempeño.

Si puedes imaginar que el mismo modelo sea aplicado prácticamente en todos los empleos del mundo, te darás cuenta de que está en camino. A la persona que limpia los cuartos en un hotel no se le pagará por hora, se le pagará por cuarto.

Para los trabajadores de oficina, aquí hay un ejemplo.

Una persona tiene un salario anual de $60,000 dólares.

Paso uno: La compañía reducirá su salario a unos $50,000 dólares pues en el mercado de hoy hay personas que toman un trabajo por una cantidad menor.

Paso dos: Reducirán su salario "base" a algo alrededor de los $20,000 dólares.

Paso tres: Le dirán a esa persona que pueden obtener unos $30,000 dólares adicionales durante el año si cumplen con ciertas metas de desempeño de manera mensual.

En otras palabras, si se cumple con las metas, se pueden obtener adicionalmente unos $2,500 dólares al mes. Ahora hay gran presión, y a la compañía le encanta. Si no cumples con los objetivos de la estadística, pueden ahorrarse aún más dinero. Si CUMPLES con los objetivos, ¿adivina cuál es tu futuro? Van a aumentar los requisitos.

A no ser que seas extremadamente especializado, esto te pasará a ti, si es que no ha pasado ya. Puedes apostarlo. Y eso pasará para cada profesión a nivel mundial. La evolución ha comenzado.

¿Por qué ha pasado esto? Primero, por ser un mejor modelo para la compañía. Obtendrán mejores resultad gracias a costos mejores. Segundo, la Nueva Economía necesita a menos personas, por lo que las compañías tienen a menos personas compitiendo por menos y menos empleos.

Permíteme explicar la razón por la cual la Nueva Economía necesita de menos personas. El aumento exponencial de la tecnología ha cambiado todo. Durante los últimos 100 años,

90% de la población trabajaba en la agricultura. Hoy en día, debido a los dramáticos aumentos en la eficiencia, es menos del 1%, y los empleos de granja han desaparecido.

¿Recuerdas los centros de llamadas de servicio al cliente en los que hablabas con personas? Hoy en día, hablas con una máquina, y esos empleos han desaparecido. ¿Recuerdas cuando las compañías tenían gran cantidad de vendedores? Hoy en día las personas hacen compras en línea, y esos empleos han desaparecido. ¿Recuerdas a Blockbuster Video y a todos sus empleados? Hoy en día las personas ven películas en sus dispositivos móviles y en tablets, y esos empleos han desaparecido. Me encantan los libros, y tú deberías ir a tu librería local mientras todavía puedas. Pronto serán historia, y también desaparecerán los empleos con los que cuentan esas tiendas.

Podría seguir y seguir con prácticamente todas las categorías de trabajo en el mundo. La tecnología y la eficiencia están eliminando trabajos cada día y no hay nada que podamos hacer para detenerlo. De hecho, solo continuará acelerándose. Si estás

sentado esperando que la economía se recupere y que los empleos regresen, deja de hacerlo. No van a regresar.

Justo como los hijos de los granjeros vieron las señales y dejaron la granja para encontrar nuevas vocaciones, lo mismo está sucediendo para las personas en empleos de la Vieja Economía. Para sobrevivir, necesitarán abrir sus ojos a esta realidad y encontrar algo nuevo.

El Mercadeo en Red es MEJOR

La mejor manera que conozco no solo para sobrevivir, sino para sobresalir en la Nueva Economía, es el Mercadeo en Red. Hay productos y servicios importantes hoy en día, en todo el mundo, que necesitan ser promocionados a las personas que los necesitan. Los consumidores todavía necesitan ser educados.

Las compañías tienen opciones. Pueden entrar al cada vez más fragmentado mundo de la publicidad para poder hacer que se corra la voz, pueden contratar a un grande y costoso equipo de ventas para vender sus productos o servicios, o pueden utilizar el Mercadeo en Red para contar su historia al mundo.

Más y más compañías escogerán utilizar el Mercadeo en Red pues encaja con la Nueva Economía. Pueden brindar todo el apoyo corporativo y pagar a todos los distribuidores simplemente en base a su desempeño al promover sus productos. Es extremadamente eficiente pues, en la Nueva Economía, la publicidad de boca en boca continúa siendo la mejor manera de promover un producto o servicio. La compañía puede usar el dinero que hubieran gastado en publicidad y promoción y pagar con este a sus distribuidores para hacer que se corra la voz.

Lo que eso significa para ti como empresario es que puedes recibir todos los beneficios de ser dueño de un negocio tradicional, pero sin los riesgos típicos de ello. Y no habrá un tope para tu ingreso pues las compañías de Mercadeo en Red QUIEREN que ganes todo el dinero que puedas ganar. Si de todos modos te van a pagar en base a tu desempeño, ¿para qué establecer un tope?

El "Detalle" del Mercadeo en Red

Todo esto suena muy bien, y lo es. Pero hay un detalle que la mayoría de las personas no menciona. Aquí lo tienes:

> *Debes aceptar una pérdida temporal de tu estima social por las personas ignorantes.*

Esto quiere decir que, durante un tiempo, las personas que todavía viven e intentan funcionar en el sistema viejo pensarán menos de ti. No lo entenderán. Pensarán que estás loco por estar involucrado en el Mercadeo en Red.

De hecho, la palabra "aceptar" no es completamente precisa. Necesitas hacer más que eso. Necesitas adoptar la pérdida temporal de tu estima social por las personas ignorantes. TÚ estás viendo el futuro antes de que sea evidente para los demás. TÚ eres el inteligente. TÚ eres la persona que está actuando para vivir una mejor vida.

Hay una razón por la que las personas pensarán así de ti y no es solo por estar atascados en el sistema viejo. Veamos si puedo hacerte entender de mejor manera todo esto, pues si decides que el Mercadeo en Red sea tu profesión, es importante que lo sepas.

La mayoría de la gente o se ha unido a una compañía de Mercadeo en Red o conocen a alguien que lo ha hecho. Esto es lo que pasa por la mente de casi todas las personas que deciden involucrarse. “Mmm, ¡puedo pensar en cinco o seis personas que hacen esto! ¡Mi hermana sería genial para esto! A mi amigo le encantan este tipo de cosas. ¡Conozco otra persona excelente para esto! Ok, voy a hacerlo”.

En otras palabras, no están uniéndose a la profesión. Solamente están esperando tener suerte, lograr que unas cuantas personas se unan al proyecto para cubrir sus propios costos de inicio, y se sientan a esperar que comience a llegar el dinero. La atracción de que se nos pague por el esfuerzo de alguien más es poderosa, pero usualmente es malentendida.

No han empezado un negocio verdadero. Simplemente han comprado un glorificado boleto de lotería. Imagina un boleto de lotería con seis oportunidades para rascar y ganar. Esas oportunidades representan a cada una de las personas que la nueva persona piensa que seguramente se unirán. Se acercan a esas personas y tratan de que se unan. Por su falta de habilidad, la mayoría termina sin nada - justo como pasa con un boleto de lotería. Esto se convierte en tan solo otra oportunidad perdida y, como han actuado con ignorancia y sin habilidad alguna, posiblemente también han dañado algunas amistades.

Así que rompen el boleto en lugar de tomar responsabilidad por no comenzar un negocio de verdad y culpando al Mercadeo en Red, asegurándose de decírselo a todo el mundo: “Mira, yo he estado ahí. Lo he hecho. He hablado con todas las personas que conozco, y el Mercadeo en Red no funciona. Ahórrate tu dinero”.

ESO es a lo que te enfrentarás si escoges esto como tu profesión - la opinión de personas ignorantes que piensan que lo han

hecho correctamente, y que no funciona. Si eso va a ser demasiado para ti, entonces el Mercadeo en Red no es para ti. Pero si puedes aceptarlo, el mundo es tuyo.

La gente que lo acepta obtiene MUCHO dinero. Las compañías pagan cantidades ilimitadas a las personas que pueden ayudar a que los ciegos vean, a quienes educan a los ignorantes y a quienes pueden construir una comunidad de personas con pensamientos similares.

A algunas personas les gusta decir, "la Percepción es Realidad". En verdad odio ese dicho. Todos los grandes líderes del mundo lo han ignorado por siglos. ¿Qué tal que Nelson Mándela hubiera dicho que la percepción es realidad? ¿Qué tal que Martin Luther King Jr. hubiera dicho que la percepción es realidad? ¿Qué tal que Steve Jobs hubiera dicho que la percepción es realidad? Los grandes líderes del mundo dijeron: "La realidad es la realidad y voy a hacer todo lo que me sea posible para ayudar a que la gente lo entienda".

La verdad es que el Mercadeo en Red no es perfecto. Solamente es MEJOR. ¡Y esa es la realidad!

CAPÍTULO DOS

Si Vas a Ser Parte del Mercadeo en Red, Decide Ser Profesional. Decídete Por Go Pro

Hay tres categorías de personas en el Mercadeo en Red. Las he visto a todas y he sido todas. Son los Impostores, los Amateurs y los Profesionales.

Impostores

Los impostores tratan a esta profesión como si fuera un boleto de lotería. Están esperando poder ganar mucho con el menor esfuerzo posible. Cuando comencé yo era un Impostor, esperando poder ganar gracias al trabajo de mi padre y su socio. Por suerte, obtuve algunos resultados y eso me permitió seguir adelante, por lo menos a corto plazo. Pero pienso que estarás de acuerdo conmigo que permanecer como Impostor es una mala idea. Dentro de 90 días había salido de esa categoría y me convertí en Amateur.

Amateurs

Los Amateurs se enfocan en cosas diferentes. Una de las cosas en que continué enfocándome como amateur fue en la suerte. En verdad esperaba tener suerte y firmar a un gran distribuidor que fuera a hacerme rico. Todos hemos escuchado las historias sobre una persona a quien le cambió la vida por un registro. En la realidad, aún si algunas de esas historias son verdaderas, no ayuda mucho a nuestra profesión pues hace que las personas pasen el tiempo esperando ese único gran momento.

La segunda cosa en la que me enfoqué como amateur fue el momento oportuno. Siempre me preocupaba por el momento oportuno. ¿Llegué lo suficientemente antes? ¿Podría ser la persona más joven en el nivel más alto en la compañía? ¿Cuántos otros líderes había ya en el mercado local? ¿Había ya muchos en contra de quienes competir? ¿Había suficientes como para impulsar las cosas? ¿Era demasiado grande? ¿Me perdí de la curva de crecimiento? ¿Era demasiado pequeño? Estaba obsesionado por el momento oportuno.

La tercera cosa en la que me enfoqué como amateur fue en cuanto a la posición. ¿Estaba en la organización correcta? ¿Había otras personas con una mejor posición que la mía? Tal vez no tenía al contacto indicado. ¿Me iría mejor en otro lugar?

Y la cuarta cosa en la que me enfocaba como amateur era en los atajos. Siempre estaba buscando un ángulo nuevo.

Cualquier truco que encontraba, lo usaba. ¿Publicidad en periódicos? Ok. ¿Anuncios de se busca ayuda colocados a un lado de los caminos? Hagámoslo. ¿Entregar volantes en el centro comercial? Claro. ¿Ir de puerta en puerta? Intentémoslo. No existía el Internet cuando yo era Amateur. Imagina lo increíblemente loco y feliz que estaría con todas las tácticas de

Internet que hubiera podido utilizar y que me hubieran distraído. Lo que quiero decir es que cada vez que escuchaba sobre un nuevo enfoque que era enseñado por alguien en el mundo, yo buscaba un atajo para ello.

Después, al final me decidí por Go Pro (ser Profesional). La definición de Wikipedia para un profesional es: “Una persona a quien se le paga para realizar tareas especializadas y completarlas a cambio de una cuota”. Mi definición de un

Profesional del Mercadeo en Red es: "Una persona que es un experto en las habilidades necesarias para construir una grande y exitosa organización de Mercadeo en Red".

Existe una frase en nuestra profesión que hace más daño que bien. Dice: "La ignorancia en llamas es mejor que el conocimiento congelado". El punto de esta frase es que es mejor estar emocionado e ignorante que apático e inteligente. Eso puede ser verdad pero, ¿por qué escoger una u otra?

Déjame darte un ejemplo. Digamos que necesitas de una operación. En el hospital, conoces a tu doctor. Él viene y dice: "Estoy muy emocionado de realizar tu operación. Me apasiona tanto que casi no puedo dormir. Nadie en el planeta quiere ayudarte más que yo". Tú le dices: "Vaya, gracias doctor. ¿Cuánto tiempo tiene realizando este tipo de operaciones?". Él te contesta: "Bueno, en realidad nunca he estudiado para esta operación en particular. Nunca la he practicado y nunca la he realizado, ¡pero eso no importa pues esto me apasiona mucho!". ¿Cómo te vas a sentir? El entusiasmo es bueno pero, eventualmente, necesitas unir la pasión con las habilidades.

> *Los atletas profesionales dedican horas y horas para prepararse para una competencia, pero cuando de unirse al Mercadeo en Red se trata, no dedican ni un día para aprender nuestras habilidades. Los doctores dedican décadas de sus vidas, con gastos muy altos, para ser mejores médicos, pero cuando de unirse al Mercadeo en Red se trata, no dedican ni un mes a estudiar y practicar para ser un Profesional.*

En su libro *Outliers*, la investigación de Malcolm Gladwell mostró que toma aproximadamente 10,000 horas de práctica para llegar a un nivel experto en algo. Con cuatro horas diarias de práctica al

día, esto nos lleva a un total de unos siete años. Esa fórmula también se aplica para el Mercadeo en Red. Tomará unos siete años ser de clase mundial. Las buenas noticias son que esta profesión es un poco más flexible y puedes ganar mucho dinero mientras te conviertes en un experto. El truco está en no quedarte satisfecho con ello. No dejes de aprender aún cuando estás ganando dinero.

Cuando me decidí por Go Pro (ser profesional), todo cambió para mí. Dejé de enfocarme en la suerte, en el momento indicado, en la posición y los atajos. Incluso dejé de enfocarme en el dinero. Mi mundo cambió cuando comencé a enfocarme en las habilidades y que hice el compromiso de practicar, practicar y practicar hasta dominarlo.

Otra cosa que sucedió cuando me decidí por Go Pro. De repente, mi grupo comenzó a crecer. Fue como si las personas pudieran sentir mi cambio de enfoque y mi compromiso a la excelencia y quisieran ser parte de ello. Piensa sobre un momento en tu vida en el que estuviste cerca de una persona con un compromiso a la excelencia. Puede haber sido un maestro, un entrenador, un jefe o un amigo. ¿Cómo te hizo sentir? Te inspiró, ¿cierto? Te darás cuenta que inspirarás a otros cuando haces este importante cambio.

Si vas a ser parte de esta gran profesión, decide hacerlo bien y trátala como una profesión. Si te decides por Go Pro, este negocio es genial. Si te mantienes como Impostor o Amateur, vas a ser miserable.

Ahora ya te has dado cuenta de que uso mucho la palabra profesión. Lo hago a propósito. El Mercadeo en Red es más que solo un proyecto. No es una industria, es una profesión. Si lo haces bien, es una gran carrera. Puede hacer que salgas de

trabajar en un empleo que no te hace feliz, para llegar a un estado de completa libertad.

Por eso llamé a mi sitio NetworkMarketingPro.com. Esto es lo que digo todos los días a las personas: "Señoras y señores, mi deseo para ustedes es que decidan convertirse en Profesionales del Mercadeo en Red - que se decidan por Go Pro, pues es un hecho que tenemos una mejor manera. Ahora digámoselo al mundo".

Cuando el sitio fue lanzado el 11 de marzo del 2009, muy pocas personas se llamaban a sí mismos Profesionales del Mercadeo en Red. Ese ya no es el caso. Millones de personas han cambiado como piensan sobre nuestro negocio y estoy orgulloso de ello.

- *Espero con ansias el día en que sea común para la gente escuchar:*
- *Soy un doctor, pero también soy un Profesional del Mercadeo en Red.*
- *Trabajo en la construcción, pero también soy un Profesional del Mercadeo en Red.*
- *Soy un atleta, pero también soy un Profesional del Mercadeo en Red.*

Mientras más personas escuchen estas palabras, el mundo estará más listo para una mejor manera.

CAPÍTULO TRES

Como En Cualquier Profesión, Necesitarás Aprender Algunas Habilidades

Espero que ya te hayas convencido de que el Mercadeo en Red es una mejor manera. Espero también haber dejado en claro que, si vas a ser parte de ello, es mejor convertirse en un profesional. El siguiente paso es reconocer que necesitas aprender algunas habilidades. Pero antes de revisar esas habilidades, déjame darte buenas noticias.

A diferencia de la mayoría de las profesiones, no vas a necesitar de mucho dinero para tu educación. No necesitarás obtener un préstamo estudiantil, e inclusive puedes ganar dinero mientras aprendes. Además, esta profesión no es prejuiciosa. De hecho, es la oportunidad más equitativa en todo el mundo. Tus antecedentes, experiencia, contactos, edad, raza o género no van a ser factores en cuanto a tu habilidad para aprender las habilidades que te permitirán decidirte por Go Pro.

Además, esto no es complicado. Las habilidades necesarias para que un negocio sea grande y exitoso son fáciles de aprender y te sorprenderá el número de personas que te ayudarán a aprender.

Existen tres elementos básicos para tu negocio de Mercadeo en Red.

1) Primeramente, tienes los productos de la compañía. Si algunas personas son exitosas en publicitar esos productos y tú no, no es culpa del producto. En otras palabras, todos en la compañía tienen el mismo producto a ofrecer.

2) Segundo, tienes el plan de compensación de la compañía. Si algunas personas ganan mucho dinero y tú no, no es culpa del plan de compensación. No hay un plan para hombres y uno para mujeres. No hay un plan para diferentes grupos de edades, o por antecedentes educacionales, o por color de piel.

El plan es igual para todos.

3) El tercer elemento es el más importante, y ese eres TÚ. Tú eres la única variable. Todos tienen el mismo producto y plan de compensación, pero tú serás la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Eso significa que en este momento, necesitas aceptar por completo la responsabilidad de tu negocio de Mercadeo en Red. Decide hoy que nunca culparás a nada ni nadie por tu falta de resultados.

De hecho, en el Mercadeo en Red hay algo como una epidemia. A la gente le encanta culpar a sus contactos (las personas arriba de ellos en la estructura) por todos sus problemas. "Si mi contacto hiciera esto o aquello por mí, todo sería mejor".

Si estás comprometido a construir una organización grande y exitosa, quiero aconsejarte que hagas algo importante. Quiero que le digas adiós a tu contacto. Llámales y diles algo como:

"Quiero dar las gracias por esta oportunidad. Lo aprecio. Tener un negocio propio es importante y agradezco que me introdujeras a la compañía en la que crees y en la que ahora yo creo. Pero desde ahora, cuando se trata de construir mi negocio, te utilizaré como un recurso y no como una excusa. Posiblemente te llame de vez en cuando. Si estás disponible, eso es genial. Si

no lo estás, esto también está bien. Voy a construir mi negocio y entiendo una cosa: Esto comienza y termina conmigo".

Todo cambia cuando aceptas toda la responsabilidad por tu carrera en el Mercadeo en Red.

¿Te sorprendería saber que solamente hay siete habilidades fundamentales necesarias para construir un gran negocio en el Mercadeo en Red? Siete, no 70. Cada una es muy básica, pero siempre me sorprende el poco esfuerzo de las personas para aprenderlos. Si en la universidad se ofreciera una materia sobre Mercadeo en Red, sería una de las clases más fáciles de cursar. No es ingeniería espacial, pero te dará gusto saber que es uno de los sets de habilidades mejor pagadas en el mundo.

Exploremos juntos cada una.

CAPÍTULO CUATRO

Habilidad #1—Encontrar Prospectos

Cuando vemos a las personas en el Mercadeo en Red, una de las grandes preguntas es: "¿Conozco a alguien?". Creen que si conocen a alguien, pueden tener mucho éxito, y que si no conocen a nadie no tendrán ninguna oportunidad. Suena lógico, pero no es verdad.

Como mencioné en el capítulo dos, hay tres tipos de personas en el Mercadeo en Red: los impostores, los amateurs y los profesionales. Cuando se trata de encontrar prospectos, los impostores hacen una lista mental de tres, cuatro o cinco personas que esperan que se unan a su negocio, y todo su futuro se basa en la respuesta de estas personas. Si tienen suerte de convencer a uno de ellos, pueden extender la vida de su carrera durante un corto tiempo. Pueden inclusive hacer otra lista mental de tres o cuatro personas. Eventualmente, o eso esperamos, decidirán convertirse en amateurs.

¿Te sorprendería saber que aproximadamente el 80% de todas las personas que se unen al Mercadeo en Red se enfocan a construir un negocio como impostores? Es verdad. El primer acercamiento de ocho de cada 10 distribuidores en este negocio es con la mentalidad de un impostor. Hacen una pequeña lista mental y ven que sucede. Tu trabajo es asegurarte de que no seas uno de ellos y que ayudes a tu equipo a evitar eso. Educa a las personas. Ayúdales a entender lo poderosa que puede ser esta oportunidad si la tratan con el debido respeto. Para los impostores, su única oportunidad real es la suerte, y esa suerte debe llegar rápido o fracasarán.

El segundo grupo son los amateurs. En lugar de hacer una pequeña lista mental, estas personas hacen una lista por escrito, lo cual es un paso en la dirección correcta. Digamos que hacen una lista con 100 prospectos. Se lanzan con mucho entusiasmo pero sin mucha habilidad. Comienzan con ello y su lista empieza a disminuir. Al hacerse más y más pequeña, crece su nivel de ansiedad. Su más grande miedo es que se acaben las personas con quienes hablar. Sé que ese era mi más grande miedo.

Cuando tenía poco más de 20 años edad, mi lista no era nada para presumir. Como ya mencioné, traté de utilizar los contactos de mis padres y no tardé mucho en que se me acabaran los nombres. Pronto todo mundo supo que era lo que estaba haciendo y habían dicho que sí o no. Era escalofriante. Sentía que si no encontraba a grandes personas en mi lista, y si no lo hacía rápido, iba a fracasar en este negocio.

Nunca se me ocurrió que encontrar a personas de calidad como prospectos era una habilidad. Hasta este punto en mi nueva profesión, yo siempre veía "la lista" como un boleto a la riqueza. Si tenías una buena liste, tendrías éxito, y si tenías una mala, o tenías suerte o fracasabas.

Cuando llegué a mi momento definitivo y me comprometí en convertirme en un profesional, comencé a estudiar a las personas que habían construido organizaciones grandes y exitosas. Encontré que los profesionales trataban la acción de encontrar a personas con quienes hablar como una de sus habilidades fundamentales. Era parte de su trabajo encontrar a personas nuevas. No estaban interesados en la suerte. No estaban preocupados de que se terminara su lista. Ellos desarrollaron la habilidad para asegurarse de que eso nunca sucediera. Los profesionales comenzaron con una lista por escrito. Pero

después se comprometieron a nunca dejar de agregar a la lista. Crearon algo llamado una "Lista de Candidatos Activos", y voy a mostrarte como hacer lo mismo.

Una de las personas que me enseñó cómo hacer bien esto fue Harvey Mackay, autor del bestseller *How to Swim with the Sharks Without Being Eaten Alive* (Cómo Nadar con los Tiburones Sin Ser Comido Vivo). Harvey es un buen amigo y es también uno de los mejores en el mercadeo en red en todo el mundo. Una vez le pregunté cómo construyó una lista tan larga de amigos influyentes. Me dijo que cuanto tenía 18 años de edad, su padre se sentó con él y dijo: "Harvey, a partir de ahora y por el resto de tu vida, quiero que tomes a cada persona que conozcas, obtengas su información de contacto, y encuentres una manera creativa para estar en contacto". Él ha hecho eso por más de 60 años, y hoy su lista de amigos tiene más de 12,000 personas. Y no son solamente amigos sociales. Son amigos de verdad, y me considero afortunado de estar entre ellos.

Si quieres dominar esta habilidad, sigue estos cuatro pasos sencillos:

Paso uno: Tu lista será tan completa como puedas. Incluye a todas las personas en que puedas pensar. TODAS. No importa si son o no un prospecto. Tu base de datos será uno de tus activos más importantes. Todos van a la lista. Si son negativos, los pones en tu lista. Si los odias, ponlos en tu lista. Si son tu mejor amigo, ponlos en tu lista. Si te han dicho: "Nunca te metas en el Mercadeo en Red", ponlos en tu lista. Si tienen 98 años de edad, ponlos en tu lista. Si tienen 18 años de edad, ponlos en tu lista.

Es importante hacerlo, pues al ir vaciando tu mente hacia el papel dejarás espacio para contactos nuevos. Cuando anotas a tu sobrino, comenzarás a pensar en el círculo de personas alrededor

de tu sobrino. Todas estas conexiones serán evidentes al ir trabajando en tu lista. Piensa en todo - en toda organización con la que has estado involucrado, en cada grupo del que has sido parte, en todo lo que has hecho. Si lo haces bien, serán cientos y cientos, o tal vez miles, de personas.

No es necesario que todas las personas en tu lista sean prospectos. Esa decisión es tuya. Pero es extremadamente importante que hagas el trabajo necesario para plasmar tu red en papel.

Paso dos: ¿Haz escuchado sobre el concepto de que todos estamos a seis contactos de distancia de cualquier persona en el mundo? ¿Seis grados de separación? No sé si sea un mito o si es verdad, pero creo en el concepto. El paso dos es ver tu lista y pensar en la gente que conocen - el segundo grado de separación. Es probable que conozcas a la mayoría.

Piensa en los miembros de tu familia. ¿A quienes conocen? Agrégalos a tu lista. Piensa sobre tus amigos. ¿A quienes conocen? Agrégalos a tu lista. Piensa en todas las relaciones en tu vida. ¿A quienes conocen? Agrégalos a tu lista. No te preocupes sobre lo que vas a hacer con esa lista. Hablaremos sobre eso después. Solamente continúa haciendo que crezca.

Paso tres: Expande tu lista constantemente. Es por eso que los profesionales la llaman una "Lista de Candidatos Activos". Esta nunca deja de crecer. Los profesionales tienen una meta de agregar por lo menos dos personas a su lista cada día. Pueden no ser prospectos pero, como decía el padre de Harvey Mackay, van a la lista y debes de encontrar maneras creativas de estar en contacto. El libro de Harvey, *Dig Your Well Before You're Thirsty* (Cava Tu Pozo Antes de Tener Sed) trata sobre este concepto. Si tú piensas sobre esto como una habilidad fundamental, te darás

cuenta de que no es muy difícil. Entras en contacto con personas todos los días. Solamente agrégalas a tu lista. Tú conoces personas por las redes sociales. Agrégalas a tu lista. Tú haces negocios con personas nuevas. Agrégalas a tu lista.

Mi amigo Jordán Adler es el autor de Beach Money®, y él también tiene ganancias por siete cifras gracias al Mercadeo en Red. Es un maestro del paso tres. Él vive su vida y siempre está haciendo nuevos amigos y, si vez su negocio, casi todas las personas que ha reclutado en su organización son personas a las que no conocía antes de comenzar su negocio de Mercadeo en Red. Él es un profesional.

Los profesionales desarrollan un nivel más alto de atención. Ponen atención al mundo. Saben que conocerán personas nuevas todo el tiempo. Los impostores y los amateurs no se dan cuenta. Solamente van por su día diciendo: "¿Qué personas?

No veo a ninguna persona".

¿Qué tan difícil sería aumentar tu atención y agregar a dos personas nuevas cada día? Piénsalo. Si lo hicieras seis días a la semana, serían más de 600 personas nuevas al año. Hazlo durante 5 años, y son más de 3,000 personas. ¿Puedes ver por qué a los profesionales nunca se preocupan de que se les acaben las personas con quienes hablar?

Por favor entiende que NO estoy diciendo que debes de saltar sobre estas personas con tu propuesta en el momento en que las conoces. Algunas personas en el Mercadeo en Red cometen ese error y no es bueno. Solamente agrégalas a la lista, haz amigo, desarrolla una conexión, y cuando el momento sea apropiado, puedes ayudarles a entender lo que tienes por ofrecer.

Paso cuatro: Conoce gente a propósito. Los profesionales lo hacen. Es difícil conocer nuevas personas si te estás escondiendo del mundo. Sal. Diviértete. Regístrate en un gimnasio. Ten un nuevo y divertido hobby. Participa como voluntario para una causa que sea importante para ti. Encuentra lugares y organizaciones en donde conocer nuevas personas. No solamente será bueno para tu negocio, sino que también harás grandes amigos.

CAPÍTULO CINCO

Habilidad #2—Invitar a los Prospectos a Entender Tu Producto u Oportunidad

Una vez que tienes identificados a tus prospectos, la siguiente habilidad es aprender a invitarlos adecuadamente a conocer más sobre tu producto u oportunidad. Esta es por mucho la habilidad más importante a desarrollar. Yo le llamo la habilidad de "entrada" para el Mercadeo en Red. Si no tienes éxito al tratar de que las personas vean lo que ofreces, entonces podemos adivinar cómo será tu futuro en el Mercadeo Multinivel.

La mayoría de las personas piensan que deben comenzar con una gran reputación y tener mucha influencia sobre los demás para que revisen lo que ofreces. Eso no es verdad. Cuando comencé en 1988, yo no tenía ni reputación ni influencia. Apenas terminé la preparatoria, asistí durante un semestre al colegio comunitario antes de darme de baja, y tuve un total de 18 trabajos - todos antes de cumplir los 23 años de edad. ¿Piensas acaso que tenía el respeto de mi comunidad? No tenía nada. Y al ser una persona que ganaba entre $5-10 por hora, todos mis amigos estaban en la misma situación y no podían ayudarme. La mayoría de ellos todavía vivían con sus padres.

Pero yo estaba desesperado. Al principio, complemente con números lo que me faltaba en cuanto a mi habilidad. Yo llamé a todos los que conocía y les presenté mi propuesta. Algunos se registraron. La mayoría no. Coloqué anuncios en el periódico local. Presenté mi propuesta a todos los que respondieron al anuncio. Con toda esa actividad, algunos se registraron. La mayoría no.

Lo intenté todo. Era como un cazador que buscaba un elefante. Iba por todos lados con un arma/oportunidad en mi mano, y disparaba a todo lo que se movía. No me importaban las relaciones. Todo lo que me importaba era obtener un nuevo recluta. Mi actitud era: "Algunos sí. Algunos no. ¿Qué importa? ¡El que sigue!".

Pero al ser un cazador, todos a mí alrededor se sentían como la presa y comenzaron a evitarme. Y eso no fue divertido. Aún peor fue que las personas que si se unieron a mi negocio trataron de hacer lo mismo, fracasaron y renunciaron.

Después de tres o cuatro años de frustración, llegue a mi momento decisivo y comencé a estudiar a las personas exitosas del Mercadeo Multinivel para ver que hacían. Lo que encontré me sorprendió. No eran cazadores. Eran como granjeros. Construían relaciones. Construían amistades.

Aprendían como ganarse la confianza de las personas que conocían y eran muy hábiles al transmitir lo que creían de sus productos y oportunidades. Su meta no era reclutar de inmediato a sus prospectos. Su objetivo inicial era educar a sus prospectos en lo que tenían que ofrecer y después dejar que esos prospectos decidan si era algo que querían hacer.

Esto fue un GRAN cambio de estrategia para mí y comencé a ver las cosas de manera diferente. Me coloqué en los zapatos de los prospectos y pensé sobre lo que sería atractivo para mí y lo que me pondría a la defensiva. Me di cuenta de cómo los profesionales obtenían grandes resultados. En lugar de actuar como tiburones, eran como entrenadores o consultores. Construían relaciones y después ofrecían soluciones por sentido común para los problemas de las personas. ¿A quién no le gustaría eso?

La otra cosa de la que me di cuenta con los profesionales es que no daban una “propuesta” sobre su producto u oportunidad. En lugar de eso, cuando el momento era apropiado, invitaban a las personas a hacer una de dos cosas, en base a la situación individual del prospecto.

La primera cosa que hacían era invitar a las personas para que asistieran a algún tipo de evento, tal como reuniones uno a uno o dos a uno con otro miembro de su equipo, una conversación telefónica entre tres personas, una pequeña presentación grupal en su hogar, un seminario en línea, una reunión en un hotel local o algún evento o convención de la compañía. Los profesionales entienden que la interacción personal es un componente clave cuando se busca generar confianza y transferir lo que se cree, para así intentar conectar con las personas lo más que sea posible.

La segunda cosa que hacían era invitar a las personas a reseñar algún tipo de herramienta. Soy un GRAN creyente en usar herramientas para ayudar a educar al prospecto. Las herramientas toman muchas formas. Son CDs, DVDs, revistas, folletos, sitios web y presentaciones en línea. Con algunas compañías, puedes dejar incluso que las personas prueben el producto y tratar eso como una herramienta.

No hay duda de que la tecnología evoluciona constantemente y nos ofrece así más y más maneras convenientes para ayudar a educar a los prospectos, pero tengo que agregar mi opinión personal en base a mi experiencia. Mientras que la tecnología nos permite llevar información de calidad a las personas, de manera rápida, no hay nada como una herramienta física. En un mundo de bits y bytes, y en el mundo del Mercadeo en Red en

donde es importante generar confianza, una herramienta física lo hace real.

De los dos métodos usados para ayudar a educar a los prospectos, los eventos son los más efectivos. Hay muchas razones. Existe una interacción física al reunirse con las personas, y eso ayuda a generar confianza. Hay un elemento importante de "prueba social". Es valioso para el prospecto poder ver que hay otras personas involucradas activamente, y saber cómo son esas personas. Hay educación sobre el producto y sobre la oportunidad financiera. Ven en persona el tipo de apoyo y se dan cuenta de que no tendrán que hacerlo todo por sí mismas. En la mayoría de los casos, hay emoción y urgencia en estos eventos. Y pueden escuchar las historias de cómo le va a otras personas.

Esos son algunos de los beneficios. La única desventaja de los eventos es que puede ser difícil agendar y confirmar a las personas, en especial para una persona nueva. Si no tienes la habilidad necesaria, es muy común invitar a veinte personas y que solamente una o dos lleguen. Eso puede ser desalentador.

Para construir una organización grande y en crecimiento, he encontrado que una herramienta es un mejor primer paso. Recuerda, tu meta es la educación y el entendimiento. Queremos que las personas sepan lo que tenemos y que entiendan como beneficia sus vidas. Una herramienta es una gran manera para que la gente se eduque (y ojala se emocione), aún con sus vidas tan ocupadas. Tal vez no tengan tiempo de manejar de un lado de la ciudad al otro para poder conocerte, pero pueden escuchar un CD en su carro, observar un DVD, leer una revista o bien observar una presentación en línea.

Si observaras mi carrera verías que, para mí, las herramientas lo cambiaron todo. En 1990 mi compañía lanzó un video que era

dinámico y emocionante. Aunque era muy caro a $15 dólares cada uno en ese entonces valía la pena pues, cuando aprendías a invitar a las personas a observar el video, los resultados eran considerables.

Todos en la compañía se enfocaron en un método de operación diaria centrado en invitar a las personas a ver nuestro video. No permitíamos distracciones. Toda nuestra cultura iba alrededor de esta estrategia y nuestro crecimiento subió hasta el cielo. Los eventos eran importantes, pero estaban después de lograr que una persona viera el video.

Al adoptar este nuevo enfoque mi organización al fin explotó y pude disfrutar de la experiencia de tener un grupo que crecía conmigo o sin mí. Fue algo muy divertido y difícil de describir. Mi grupo creció de unas cuantas docenas a unos cuantos cientos y después a unos cuantos miles. Todo lo que hice fue aprender como tener éxito al invitar personas a un evento, enseñando a todos a hacer lo mismo.

El segundo gran avance en mi carrera se dio con la cinta de audio. Sí, dije cinta de audio. Era 1992 y era todo lo que teníamos. La compañía estaba lanzando algo nuevo y emocionante y esta vez yo grabe personalmente un audio que explicaba a detalle la oportunidad que se presentaba. Vendíamos cada una por 50 centavos de dólar lo cual cubría nuestros costos y, en menos de un año, esa pequeña cinta de audio vendió más de un millón de copias. Le enseñamos a la gente como invitar a los prospectos para que se llevaran esa cinta de audio, la colocaran en su auto y la escucharan de inmediato. Los resultados fueron increíbles.

Entrenamos a las personas para primero obtener 100 cintas de audio, se las dieran a todos los que conocían, y después se

enfocaran en obtener a dos personas por día. Usando ese sistema tan simple, mi ingreso creció a casi $1 millón de dólares al año.

Compañías diferentes usan diversas herramientas y eventos como estrategias para hacer crecer su negocio. Algunos usan fiestas en casa. Algunos usan presentaciones en línea. Algunos usan reuniones frente a frente con revistas y gráficas.

Encuentra que es lo que funciona mejor para tu compañía en particular, desarrolla un método diario de operaciones y después entrena a las personas para que hagan lo mismo con éxito e inviten a sus prospectos.

Como un profesional, vas a invitar a tus prospectos para revisar una herramienta o asistir a un evento. Aquí tienes lo que NO harás: NO vas a presentar tu propuesta a las personas tratando de maravillar al mundo con tu sabiduría. Ese enfoque alimentará tu ego pero robara a tu cuenta de banco.

Déjame darte mi fórmula para la independencia financiera en el Mercadeo en Red.

> *Tú habilidad para lograr que un grande grupo de personas hagan de manera consistente unas cuantas cosas sencillas sobre un periodo extendido de tiempo.*

Fue esta fórmula la que me ayudó a salir de la mediocridad en el Mercadeo en Red y te ayudará a hacer lo mismo.

Durante años, me enfoqué en y dependí de mi habilidad para persuadir a las personas para que se me unieran. Después me gradué a encontrar unos cuantos líderes claves que entrenar para hacer lo que estaba haciendo. Y, por último, aprendí la fórmula que te acabo de dar y comencé a enfocarme en obtener un grande grupo de personas para que hagan de manera

consistente unas cuantas cosas sencillas, y que continúen realizándolas. Cuando eso sucedió, todo cambió para bien.

Esos son los fundamentos. Tomemos un momento para hablar sobre las emociones de invitar. Hay cuatro reglas básicas.

Regla Número Uno

Debes separarte emocionalmente del resultado. Esto es extremadamente importante. Recuerda, nuestro objetivo inicial es la educación y el entendimiento. No buscamos obtener un nuevo cliente o firmar a un nuevo distribuidor. En otras palabras, si separas tus emociones del resultado y te enfocas únicamente en la educación y el entendimiento, todo se vuelve más simple.

Suena fácil, pero en verdad es difícil de hacer. Todos entramos a esta industria con la esperanza de reclutar muy buenas personas. Es difícil desconectarse de las expectativas. Pero necesitas recordar que no somos cazadores. No somos tiburones. Nuestro trabajo es educar a las personas y ayudarles a entender lo que tenemos que ofrecer. Actuamos como consultores que ofrecen sugerencias sobre como las personas pueden vivir una mejor vida.

Si te enfocas en obtener un nuevo cliente o distribuidor, te decepcionarás constantemente y verás que tus prospectos se alejan de ti.

Si te enfocas en la educación y el entendimiento, te divertirás y tus prospectos disfrutarán de la experiencia.

Regla Número Dos

Se tú mismo. Muchas personas se convierten en alguien más cuando comienzan a invitar. Esto hace que todos estén incómodos. Se tú mismo. Enfócate en ser lo mejor.

Regla Número Tres

Trae algo de pasión. El entusiasmo es contagioso. Está bien emocionarse un poco. Enfócate. Escucha algo de música que te inspire. Sonríe cuando hablas por teléfono. Te aseguro que tus emociones positivas se traducirán en mejores resultados.

Regla Número Cuatro

Ten una postura fuerte. Esto fue algo difícil para mí. Al principio, yo era inseguro. Pensaba que nadie me tomaría en serio. Pero al ver a los profesionales, me di cuenta de su postura. Eran audaces. Tenían confianza en sí mismos. Eran fuertes.

Así que decidí que sería audaz. Dejé de disculparme todo el tiempo. En lugar de decir: "Sí, sé que he tenido muchos empleos en mi vida, pero espero que este sea el cambio que estaba buscando", yo comencé a decir, "¿Adivina qué? Estoy cansado de la vida que he llevado hasta ahora y he decidido tomar cartas en el asunto. Yo no apostaría en mi contra pues hablo en serio". ¿Sientes la diferencia?

Se tú mismo, pero más audaz. Se tú mismo, pero más fuerte. Se tú mismo, pero ten más confianza en tu persona - por lo menos estás invitando a los demás. Me di cuenta de que en un principio podía hacerlo durante periodos cortos de tiempo y, al igual que cuando se comienza a ejercitar un músculo, eventualmente podía hacerlo por más y más tiempo, hasta que se convirtió en parte de mí.

Así que ahora que hemos preparado todo, revisemos la fórmula para una invitación. Esta fórmula ha sido diseñada para ser utilizada por teléfono o frente a frente. NO debe ser usada por mensaje de texto, email, o por otra herramienta de comunicación - solamente por teléfono o frente a frente. Esto puede funcionar

con prospectos de tu mercado conocido (alguien a quien conoces) o con prospectos de tu mercado desconocido (alguien a quien conoces mientras vives tu vida). Daré ejemplos de ambos.

Hay ocho pasos para una invitación profesional. Eso puede sonar complicado pero, con un poco de práctica, te darás cuenta de que es una habilidad fácil de dominar.

Paso Uno: Tienes prisa

Paso Dos: Elogia al prospecto

Paso Tres: Realiza la invitación

Paso Cuatro: Si yo, ¿tú lo?

Paso Cinco: Confirmación #1-Compromiso de tiempo

Paso Seis: Confirmación #2-Confirma compromiso de tiempo

Paso Siete: Confirmación #3-Agenda la siguiente llamada

Paso Ocho: Cuelga

Paso Uno: Tienes prisa

Esto es una cuestión psicológica. Las personas siempre se sienten atraídas a otra persona que tiene cosas que hacer. Si comienzas cada llamada o conversación frente a frente dando la impresión de que tienes prisa, verás que tus invitaciones son cortas, con menos preguntas, menor resistencia y las personas te respetarán más a ti y a tu tiempo.

Ejemplos para prospectos de mercado conocido:

"No tengo mucho tiempo para hablar, pero siempre es importante contactarte".

“Tengo un millón de cosas que hacer, pero me da gusto poder haberte encontrado”.

“Voy de salida, pero necesito hablar contigo rápidamente”.

Ejemplos para prospectos de mercado desconocido:

“Ahora no es momento de hablar de esto y me tengo que ir, pero...”

“Me tengo que ir, pero...””

¿Entiendes? Establece en tu tono algo de urgencia.

En cuanto a los ejemplos que comparto contigo, no te preocupes demasiado por las palabras exactas. Enfócate en el concepto y usa tus propias palabras. Que las personas sepan que estás ocupado y que tienes cosas que hacer y no tienes mucho tiempo, pero que es importante para ti poder hablar con ellos rápidamente. Y hazlo con algo de pasión en tu voz.

Paso Dos: Elogia al prospecto

Esto es fundamental. Un elogio sincero (y debe ser sincero) abre la puerta a la comunicación real y hará que el prospecto pueda aceptar de mejor manera el escuchar lo que tienes que decir.

Ejemplos para prospectos de mercado conocido:

“Haz tenido mucho éxito y siempre he respetado la manera en que haces negocios”.

“Siempre me has apoyado y en verdad lo agradezco mucho” (Muy bueno con familiares y amigos cercanos).

“Tienes una increíble mente para los negocios y puedes ver cosas que las demás personas no ven”.

“Durante todo el tiempo que te he conocido, he pensado que eres el mejor en hacer lo que haces”.

Ejemplos para prospectos de mercado desconocido:

“Me has dado el mejor servicio que jamás he recibido”.

“Eres muy perspicaz. ¿Puedo preguntarte a que te decidas?”.

“Haz hecho de esta una experiencia fantástica”.

La clave para el elogio es que debe ser sincero. Encuentra algo que puedes usar con honestidad para elogiar a tu prospecto, y úsalo. Este paso tan sencillo literalmente duplicará los resultados de tus invitaciones. Cuando comienzas con urgencia y con un elogio, será muy difícil para la persona reaccionar negativamente a tu invitación. Las personas no escuchan un cumplido muy seguido. Se siente bien. Verás que los prospectos serán más receptivos.

Si estudias a los expertos, verás que constantemente ponen a las personas de buen humor mediante sus elogios honestos y sinceros. Ayudan a generar una buena relación, ayudan a abrir la mente de las personas y, sobre todo, nos ayudan alcanzar nuestra meta de educación y entendimiento.

Paso Tres: Realiza la Invitación

Esto es algo en lo que definitivamente cada situación es diferente. Hay tres tipos de estrategias en cuanto a las invitaciones del Profesional del Mercadeo en Red.

La Estrategia Directa

Esto se usa cuando invitas a las personas para que conozcan más sobre una oportunidad para ELLOS. La mayoría de las personas usan una Estrategia Directa para todos sus prospectos.

Normalmente es así: “¡Encontré una manera para que te hagas rico! Déjame contarte como. Bla, bla, bla”.

Entiendo la pasión pero, de verdad, ¿quién se va a emocionar sobre eso a no ser que les llame un millonario?

Eso no quiere decir que el Enfoque Directo no funcione. Funciona. Tiene un lugar importante en el proceso de la invitación. Pero debe ser reservado para las personas que te conocen y respetan, o para personas que sabes están buscando algo mejor.

Ejemplos para prospectos de mercado conocido:

“Cuando me dijiste que (odias tu trabajo, necesitas más dinero, quieres encontrar una casa nueva, etc.), ¿era en serio o solo bromeabas? (Casi siempre dicen que es en serio). Bien! Creo que encontré una manera para que (resuelvas tu problema/hagas que suceda)”. Esto es para situaciones en donde sabes que no están satisfechos con algo, o bien necesitan o desean algo.

“Creo haber encontrado una manera para que podamos mejorar tu flujo de efectivo”.

“Cuando pensé en personas que podrían hacer una fortuna en un negocio que encontré, pensé en ti”.

“¿Todavía estás buscando un trabajo (o un trabajo diferente)? He encontrado una manera para que ambos comencemos un gran negocio sin todos los riesgos”.

“Déjame hacerte una pregunta. Si hubiera un negocio en el que pudieras trabajar medio tiempo desde casa y que pudiera reemplazar el ingreso por tu trabajo de tiempo completo, ¿te interesaría?”.

Ejemplos para prospectos de mercado desconocido:

"¿Alguna vez has pensado en diversificar tu ingreso?".

"¿Mantienes abiertas tus opciones de carrera?".

"¿Planeas hacer lo que haces ahora durante el resto de tu carrera?".

Puedes seguir estos libretos para el mercado desconocido, o cualquier variación con lo siguiente: "Tengo algo que te puede interesar. Ahora no es el momento de hablar de ello, pero...".

La Estrategia Indirecta

Esta es otra poderosa herramienta para ayudar a que las personas sobrepasen su resistencia inicial y poder así educarlos sobre lo que tienes que ofrecerles. La Estrategia Indirecta es sobre pedir la ayuda, consejo u opinión de un prospecto. Yo usaba mucho esta estrategia y me era muy útil cuando recién comencé. Debido a mi falta de credibilidad a los 23 años de edad, no podía tener éxito con la Estrategia Directa, así que aprendí a buscar ser más tranquilo mientras hacía crecer el ego del prospecto. Me funcionó muy bien y todavía funciona hoy en día.

Ejemplos para prospectos de mercado conocido:

"Acabo de comenzar un nuevo negocio y en verdad estoy nervioso. Antes de comenzar necesito practicar con alguien amigable. ¿Te importaría si practico contigo?". (Este es GENIAL para los familiares o amigos cercanos).

"Encontré un negocio que en verdad me emociona pero, ¿qué se yo? Tú tienes tanta experiencia. ¿Podrías verlo por mí y me dices si estoy tomando la decisión correcta?".

“Un amigo me dijo que lo mejor que podía hacer al iniciar un negocio era que las personas a quienes respeto le dieran un vistazo y me ofrecieran sus consejos. ¿Podrías hacer eso por mí?”.

Ejemplos para prospectos de mercado desconocido:

Cuando conoces a alguien de otra ciudad, estado o país, y si la compañía hace negocios con esa región, puedes decir:

“Mi compañía se está expandiendo. ¿Me harías el favor de revisar algo y decirme si te parece que podría funcionar para la región en la que vives?”.

Cuando conoces a alguien que podría darte una gran opinión sobre tu producto, puedes decir:

“He comenzado un negocio con un producto que pienso tiene mucho sentido, pero me gustaría oír tu opinión. ¿Podrías darle un vistazo y darme tu opinión?”.

La Estrategia Súper Indirecta

La tercera estrategia es la Estrategia Súper Indirecta. Esta estrategia es increíblemente poderosa pues funciona a nivel psicológico. En esta estrategia, tú le dices al prospecto que no son un prospecto y que solo quieres saber si ellos conocen a alguien que puede beneficiarse con tu negocio. Es muy efectiva.

Ejemplos para prospectos de mercado conocido:

“Claramente, el negocio en el que estoy no es para ti, pero quería preguntar si conoces a alguien que tenga ambición, quiera dinero, y que le emocione la idea de tener un mayor flujo de efectivo en sus vidas”.

“¿A quién conoces que pudiera estar buscando un negocio fuerte en el que pudieren participar desde casa?”.

"¿A quién conoces que tenga problemas con su negocio y que esté buscando una manera de diversificar su ingreso?".

"Trabajo con una compañía que se está expandiendo en tu área y busco personas perspicaces que quieran algo de dinero extra. ¿Conoces a alguien que pueda cumplir con esa descripción?".

En la mayoría de los casos, van a preguntarte por más información antes de darte algún nombre (detrás de cada solicitud habrá curiosidad e intriga, pensando que esto podría ser para ellos, pero no lo van a admitir todavía).

Cuando te preguntan por más información, puedes responder con esto:

"Eso tienes sentido. Quieres saber más antes de referir alguno de tus contactos". Entonces, puedes pasar al paso cuatro.

Ejemplos para prospectos de mercado desconocido:

El mercado desconocido es exactamente igual al mercado conocido cuando se trata de la Estrategia Súper Indirecta. Solamente usa el libreto para el mercado conocido o cualquier variación con la que estés a gusto.

Paso Cuatro: Si yo, ¿tú lo?

Esta pregunta ha sido mi arma secreta durante mucho tiempo. Es la frase más poderosa que he encontrado y ayuda a construir un grande y exitoso negocio de Mercadeo en Red.

"**Si yo** te diera un DVD, ¿**tú lo** verías?"

"**Si yo** te diera un CD, ¿**tú lo** escucharías?"

"**Si yo** te diera un folleto (revista, o algún otro material impreso) ¿**tú lo** leerías?"

"**Si yo** te diera una liga a un sitio web con una presentación completa, ¿**tú lo** revisarías?"

"**Si yo** te invitara a un seminario en la web que es solo por invitación especial, ¿**tú lo** checarías?"

"**Si yo** te invitara a una llamada en conferencia que es solo por invitación especial, ¿**tú lo** harías?"

Esta pregunta es TAN PODEROSA, y por muchas razones.

Primero, es recíproca. Estás diciendo que harás algo si ellos hacen algo. Como seres humanos, estamos programados para responder de manera positiva a este tipo de situaciones.

Segundo, te coloca en una posición de poder. Estas en control. No estás rogando. No estás pidiendo favores. Solo estás ofreciendo un intercambio de valores.

Y tercero, implica que TÚ tienes algo de valor que ofrecer. Estás diciendo que harás algo, pero solamente si la otra persona hace algo a cambio. Cuando tú valoras lo que tienes, las personas te respetarán.

Cuando comencé, no sabía sobre esta mágica pregunta. Solamente decía cosas como: "De verdad, verdad, verdad quiero que tú veas mi video, pruebes mi producto, escuches este CD, etc.". Puedes imaginar los resultados. La psicología de esto es muy débil. Si usas "Si yo, ¿tú lo?", estás teniendo una conversación de negocios. Si usas: "De verdad, verdad, verdad quiero que tú", ahora suenas muy desesperado y un distribuidor desesperado NO es atractivo. Si has usado esta estrategia ya sabes de qué estoy hablando.

"Si yo, ¿tú lo?" te brinda resultados. Hace que las personas digan "sí". Ayuda a que los prospectos vean de otra manera lo que

tenemos. Recuerda, nuestra meta es la educación y el entendimiento. “Si yo, ¿tú lo?” te ayuda a lograr esa meta.

Si iniciaste la llamada con urgencia, has elogiado al prospecto, realizaste la invitación y preguntaste, “Si yo, ¿tú lo?”, su respuesta será “sí” casi durante el 100% de las veces, pudiendo pasar al paso cinco.

Si primero piden más información, solamente responde con: “Entiendo que quieras más información, pero todo lo que estás buscando se encuentra en el (DVD, CD, material impreso, sitio web, etc.). La manera más rápida para que en verdad entiendas lo que te digo será que revises ese material. Así que, si yo te lo doy, ¿tú lo revisarías?”.

Si dicen que no, agradéceles por su tiempo y sigue adelante. Además, revisa los pasos del uno al tres para ver si pudiste haber hecho algo mejor. NO les des tu material.

Ahora terminaste los primeros cuatro pasos, ¡y la persona dijo que sí! ¡Han aceptado revisar tu herramienta! ¿Eso significa que lo harán? No. De hecho, solamente un 5% de tus prospectos harán lo que dijeron que harían si solamente usas los primeros cuatro pasos-y 5% no es un buen número. Para acercarte a un 80%, necesitas completar el proceso de invitación de manera profesional.

Paso Cinco: Confirmación #l - Compromiso de tiempo

Ya preguntaste “Si yo, ¿tú lo?”, y han dicho que si. El siguiente paso es lograr un compromiso de tiempo.

“¿Cuando crees que definitivamente podrás ver el DVD?”

“¿Cuando crees que definitivamente podrás escuchar el CD?”

“¿Cuando crees que definitivamente podrás leer la revista?”

“¿Cuándo crees que definitivamente podrás revisar la liga del sitio web?”

No les sugieras cuando lo pueden hacer (ese es otro error que cometía cuando comencé en esta profesión). Solamente realiza la pregunta y espera que respondan. La pregunta les hace pensar en su agenda y sus compromisos, encontrar un momento para revisar tu herramienta, y comunicártelo. En otras palabras, lo hace real.

Cuando preguntaste “Si yo, ¿tú lo?”, y ellos dijeron sí, eso quiere decir que tal vez algún día lo hagan. Cuando obtienes un compromiso de tiempo, comienza a ser real. Lo único que importa es que te digan cuando. No importa qué momento o fecha te den. Deja que piensen sobre su agenda y que te digan cuando definitivamente habrán revisado el material.

Alrededor del 90% del tiempo, te darán una respuesta. El otro 10% del tiempo, darán una respuesta vaga tal como: “Trataré de hacerlo en algún momento”. Si te dicen eso, contesta: “No quiero hacer que pierdas tú tiempo ni quiero perder el mío. ¿Por qué no establecemos cuando definitivamente podrás revisarlo?”. Recuerda, ya dijeron durante el paso cuatro que lo revisarían. Solamente estás confirmando cuando lo harán.

La clave para todo esto es que ya han dicho sí dos veces - la primera vez cuando contestaron a “Si yo, ¿tú lo?”, y la segunda vez cuando recibiste un compromiso de tiempo por su parte.

Así que ahora ya puedes darles la herramienta, ¿cierto? No. Todavía no terminas. Los profesionales se toman unos cuantos segundos más para completar otros pasos antes de terminar.

Paso Seis: Confirmación #2 - Confirma el compromiso de tiempo

Si te dicen que verán el DVD el martes por la noche, tú respuesta debe ser algo como: "Así que si te llamo el miércoles por la mañana ya lo habrás visto, ¿cierto?". Si ellos dicen que escucharán el CD para el jueves por la mañana, tú respuesta debe ser: "Así que si llamo durante el jueves, ya lo habrás escuchado, ¿cierto?". Si te dicen que revisarán la liga para el 1ro de julio, tú respuesta debe ser: "Así que si llamo el 2 de julio, ya la habrás revisado, ¿cierto?".

Te dirán que sí, o ajustarán un poco el tiempo. En cualquier caso, la importancia del paso seis es que ahora ya han confirmado tres veces y es más probable que lo hagan - además:

La clave es que esta no es una cita que tú estableciste. Es una cita que ellos establecieron.

Dijeron que revisarían el material, que lo harían en un momento en específico y que, si les llamabas después, ya habrían revisado el material. Hiciste todas las preguntas. Sus respuestas establecieron la cita.

Paso Siete: Confirmación #3 - Agenda la siguiente llamada

Este paso es sencillo. Solamente pregunta: "¿A qué número y a qué hora sería mejor llamarte?". Te dirán lo que funcione mejor para ellos, y ahora si tienes una cita real. Todo lo que tienes que hacer es asegurarte de recordar llamarles en el momento que dijiste que lo harías.

Han dicho que sí cuatro veces. La invitación completa tomó unos cuantos minutos y tu probabilidad de lograr tu meta de

educación y entendimiento ha subido de alrededor de un 5% a alrededor de un 80%.

Paso Ocho: Cuelga

Recuerda, tienes prisa, ¿cierto? Una vez que confirmaste la cita, lo mejor que puedes decirle a alguien es algo como esto: "Genial, hablaremos luego. ¡Tengo que irme!".

Muchas personas consiguen concertar una cita y después logran echarlo a perder al continuar hablando más y más. Recuerda, nuestra meta es la educación y el entendimiento y dejaremos que la herramienta haga gran parte del trabajo.

Aquí tienes algunos ejemplos para los ocho pasos:

Un persona que odia su trabajo-Estrategia Directa

"Hola, no tengo mucho tiempo para hablar, pero era muy importante poder llamarte. Escucha, eres una de las personas más inteligentes en cuanto a finanzas que yo conozco, y siempre te he respetado por eso. Cuando me dijiste que no te gustaba tu trabajo, ¿era en serio o solo estabas bromeando?" (Dicen que era en serio).

"Bien, creo que he encontrado una manera para que puedas crear una opción de salida. Tengo un CD que describe mejor lo que te menciono. Si yo te lo doy, ¿tú lo escucharías? (Dicen sí.)

"¿Cuándo crees que definitivamente podrás escucharlo? (Dicen que el martes). "Así que si llamo él miércoles, ya lo habrás escuchado, ¿cierto?" (Dicen que sí).

"Bien, te llamaré entonces. ¿A qué número y a qué hora sería mejor llamarte?" (Te dan la información).

"Perfecto. Hablamos entonces. Tengo que irme. ¡Gracias!"

Un buen amigo-Estrategia Indirecta

"Hola, voy de salida, pero necesitaba hablar rápidamente contigo. ¿Tienes un segundo? Genial. Siempre me has apoyado y en verdad lo aprecio".

"Acabo de comenzar un Nuevo negocio y estoy muy nervioso. Pero antes de seguir necesito practicar con alguien amigable. ¿Te molestaría practicar conmigo"? (Dicen que lo harán).

"¡Excelente! Si yo te diera un DVD que presenta toda la información de manera profesional, ¿tú lo verías?" (Dicen que sí).

"Dura unos 15 minutos. ¿Cuándo crees que definitivamente podrías verlo?" (Dicen que el jueves).

"Así que si llamo él viernes por la mañana, ya lo habrás revisado, ¿cierto? Excelente. ¿A qué número y a qué hora sería mejor llamarte?" (Te dan la información).

"Perfecto. Hablamos entonces. Tengo que irme. ¡Muchas gracias!".

Una persona muy exitosa-Estrategia Súper Indirecta

"Sé que estas muy ocupado y yo también tengo un millón de cosas que hacer, pero me da gusto haberte encontrado. Eres alguien muy exitoso y siempre te he respetado por la manera en que haces tus negocios".

"Recientemente comencé algo nuevo y estoy buscando personas perspicaces. Es claro que esto no es para ti, pero quería preguntarte si conocías a alguien ambicioso, que le guste el dinero y a quien le emocione la idea de agregar un significativo flujo de dinero adicional a sus vidas" (Dicen que conocen a algunas personas).

“Entiendo que quieres saber más sobre esto antes de recomendar algunas personas. Tengo un CD que explica exactamente lo que estoy haciendo y qué tipo de personas estoy buscando. Es corto”.

“Si yo te lo envío, ¿tú lo revisarías? (Dice que lo harían). “Gracias. ¿Cuándo crees que definitivamente podrías verlo?” (Dice que el próximo lunes).

“Bien, si llamo él martes ya lo habrás revisado, ¿cierto?”.

“Bien. Te llamo entonces. ¿A qué número y a qué hora sería mejor llamarte?” (Te dan la información). “Genial. Gracias de nuevo, en verdad aprecio mucho tú ayuda. Hablamos el martes”.

Un prospecto del mercado desconocido que ha hecho un buen trabajo en venderte algo - Estrategia Directa.

“Ahora no es el momento de hablar sobre esto y me tengo que ir, pero eres muy perspicaz y yo estoy buscando a personas así. ¿Planeas continuar haciendo lo que haces por el resto de tu carrera?” (Dicen que no).

“Bien. Tengo algo que puede interesarte. Ahora no es cuando deberíamos de hablar de esto, pero tengo un DVD que explica todo a gran detalle. Si yo te lo doy, ¿tú lo verías? (Dicen que sí). ¿Cuándo crees que definitivamente podrías verlo?” (Dicen que domingo).

“Bien, si llamo él lunes, ya lo habrás revisado, ¿cierto?”

(Dicen que sí). “Ok, te llamo entonces. ¿A qué número y a qué hora sería mejor llamarte?” (Te dan la información).

“Bien, aquí tienes. Gracias por el excelente servicio, y hablaré contigo pronto”.

¿Sientes cómo es que esto funciona? Es obvio que existen muchas posibles variaciones para diferentes tipos de prospectos, pero espero que estos ejemplos te ayuden a entender como todo se une.

En cuanto a los libretos, es mejor si presentas los conceptos básicos y no te enfocas demasiado en el libreto exacto. La vida no funciona así. Pero si aprendes a hacer saber a tu prospecto que tienes prisa, lo elogias, lo invitas, le entregas una herramienta, preguntas "Si yo, ¿tú lo?", confirmas usando el proceso descrito arriba, y finalmente cuelgas o completas la invitación, te irá bien.

Recuerda que al reclutar personas no existen las experiencias buenas o malas - solamente hay experiencias de aprendizaje. En tu camino a convertirte un profesional del Mercadeo en Red, la mejor cosa que puede pasarte es que desarrollas las habilidades para poder reclutar cuando sea necesario, en cualquier situación. Entonces jamás tendrás que preocuparte por tener suerte. Así que practica, practica, practica.

CAPÍTULO SEIS

Habilidad #3—Presentar Tu Producto u Oportunidad a Tus Prospectos

Hemos hablado sobre las primeras dos habilidades para identificar prospectos e invitarlos a conocer sobre tu producto u oportunidad. Como ya aprendiste, estarás invitándolos a revisar una herramienta o asistir a algún tipo de evento.

Si van a revisar una herramienta por ellos mismos y no estarás ahí, no hay nada que puedas hacer. Solamente realiza un seguimiento cuando dijiste que lo harías. Si estas personalmente ahí, hay algunas cosas que necesitas entender, y una de las más grandes es que... ¡TÚ no eres el problema!

Esto me fue difícil de aceptar. Cuando comencé, yo leía todo lo que podía, escuchaba todo lo que podía, y asistía a todas las sesiones de capacitación que podía. Pensé que la cosa más importante que podía hacer era convertirme un experto sobre todos los datos asociados con mi compañía pues, si alguien me hacía alguna pregunta, yo tendría todas las respuestas. Suena lógico, ¿cierto?

Yo me sentaba con alguien y le decía: "Deja que YO te cuente todo sobre nuestros productos. Deja que YO te cuente todo sobre nuestra compañía. Deja que YO te cuente todo sobre nuestro plan de compensación. Deja que YO te cuente todo sobre nuestro increíble sistema de soporte". Hay grandes problemas con esa estrategia si es que buscas construir una organización grande y exitosa. Para mí, el primer problema era que, sin importar cuánto aprendía, siempre había preguntas que

me dejaban perplejo. Y como yo me presentaba como un experto, si no tenía la respuesta, hacía que el prospecto cuestionase toda la oportunidad.

El segundo problema era que la mayoría de mis prospectos sabían que yo no era un experto. Así que cuando iba con ellos y me presentaba como una autoridad en el tema, ellos sabían que no era verdad. Hacía que fueran escépticos.

El tercer problema era que, aún si en verdad pudiera convertirme en un experto, los otros distribuidores en mi organización no tenían el mismo deseo o la disposición de aprender. Como resultado, yo era la persona que daba cada presentación. No es posible crear una organización que pueda duplicarse si usas esta estrategia y sin duplicación, el Mercadeo en Red es solamente un trabajo.

En los primeros días, eso era lo que el Mercadeo en Red representaba para mí - era un trabajo. Mi organización no crecía pues me había convertido en un problema. Pero estaba determinado a cambiar y comencé a observar y tomar nota de cómo llevaban a cabo sus presentaciones los distribuidores más exitosos.

Los profesionales nunca hacían que ellos fueran el problema. Más que eso, ellos nunca se presentaban como un experto.

Ellos actuaban como un consultor que conectaba al prospecto con las herramientas, con los eventos o con otros distribuidores, para ayudarlos a educarse. Si el prospecto hacía una pregunta, ellos le guiaban a la respuesta, pero no le daban directamente la respuesta. Esto me desconcertó hasta que comencé a entender la duplicación. Los profesionales sabían que podían firmar a la persona si la asombraban con su conocimiento y experiencia,

pero también sabían que tomaría mucho tiempo para que su nuevo distribuidor pudiera hacer lo mismo, así que encontraron una estrategia más sencilla.

Fue alrededor de este tiempo que escuché un concepto que se ha quedado conmigo desde entonces:

> *En el Mercadeo en Red, no importa lo que funciona. Solamente importa lo que se duplica.*

Este debe ser un principio que guíe a cada Profesional del Mercadeo en Red.

Los profesionales usan herramientas en lugar de su propia sabiduría. Los profesionales usan los eventos en vivo en lugar de sus propias presentaciones. Los profesionales usan a otros distribuidores para proporcionar los datos en lugar de proporcionarlos ellos mismos. Los profesionales no se presentan como profesionales, solamente invitan a las personas a aprender acerca del producto o la oportunidad y permiten que sean recursos de terceros los que terminen por proporcionar la información. Los profesionales traen consigo pasión, entusiasmo, emoción y convicción. Si alguna vez observas a un profesional trabajando, apreciarás un fuego en ellos que es contagioso. Asegúrate de que esa pasión, entusiasmo, emoción y convicción sean tu prioridad, y después invita de manera profesional y deja que los recursos de terceros hagan el resto.

Además de aprender como presentar tu producto u oportunidad de manera efectiva durante tus esfuerzos personales de reclutamiento, también es importante aprender como presentar tu oportunidad a grupos de personas.

Lo he escuchado decir (y pienso que es verdad): “La persona con el marcador hace el dinero”. En otras palabras, la persona al

frente del salón dando la presentación usualmente tiene un ingreso por encima del promedio. Cuando comencé estaba aterrorizado por hablar frente a otras personas pero tenía ambición y, como todos decían que esta era una habilidad importante, estaba determinado a dominarla.

Comencé por aprender a dar una declaración corta y efectiva. Aprender a contar historias era muy valioso para hacer crecer mi negocio, y lo ha sido hasta la fecha. A las personas no les interesa que tanto sabes, pero SÍ les interesa saber tu historia, siempre y cuando no los aburras a morir.

Yo trabajé en mi historia durante un tiempo y, después de cambiarla una o dos veces, esto es lo que obtuve: "¡Hola! Mi nombre es Eric Worre y soy un fracasado retirado. Para cuando cumplí los 23 años de edad, yo ya había tenido 18 trabajos y estaba comenzando a pensar que mi futuro no sería bueno. Estaba avergonzado por mi falta de resultados y estaba buscando desesperadamente una manera de hacer algo con mi vida. En enero de 1988, fui introducido al Mercadeo en Red y fue algo que cambió mi vida. En lugar de tener miedo del futuro, ahora estoy emocionado". (Y después agregaba lo que fuera apropiado en base a mi nivel de éxito en ese momento).

El tema de mi historia fue "si yo pude hacerlo, cualquiera puede hacerlo". Y funcionaba. La usé todo el tiempo. En reuniones en hoteles, en reuniones en casas, en llamadas en conferencia - en todo.

Sin importar cuál sea tu historial, puedes crear una historia convincente. He encontrado que toda buena historia tiene cuatro elementos:

1. Tus antecedentes.

2. Las cosas que no te gustan sobre tus antecedentes.
3. Cómo el Mercadeo en Red o tu compañía te rescató.
4. Tus resultados, o cómo te sientes sobre el futuro.

Tómate tu tiempo para crear tu historia y comienza a contarla en cada oportunidad que tengas.

Después decidí dominar la presentación sobre la oportunidad de mi compañía. De nuevo, el concepto de modelar personas exitosas entro en juego. La persona de mayores ganancias en mi compañía era extremadamente poderosa y efectiva.

Además, él daba exactamente la misma presentación cada vez, palabra por palabra. Así que grabé su presentación y la transcribí a mano en un cuaderno. Cuando completé dicho paso, grabé mi propia voz dando la presentación. La hice palabra por palabra. Misma historia, mismos chistes - todo era exactamente su presentación.

Después de terminar la reproduje... ¡y era terrible! Mi voz no tenía energía. Era aburrido. La odié. Así que grabé una y otra y otra vez hasta que fuera aceptable. Al final, tenía mi presentación en una cinta de audio y la escuchaba una y otra vez en mi auto. Apostaría que debo haber escuchado esa presentación unas 500 veces y, para ese entonces, ya la había memorizado. La conocía al derecho y al revés. Podía comenzar desde cualquier parte de la presentación y continuar desde ahí.

No vas a creer la confianza que esto me dio. Pasé de tener miedo a dar una presentación, ¡a constantemente buscar la oportunidad de hacerlo! Di la presentación en llamadas en conferencia, en reuniones en casa, en llamadas conjuntas, en cualquier lugar que podía. Me convertí en un presentador constante en nuestras reuniones locales y continué pasando a

lugares mejores y más grandes, e inclusive me pedían que hablara en las convenciones de la compañía.

Para mí, la evolución para convertirme en presentador pasó por varias etapas:

1. Aprender mi historia.
2. Aprender la presentación estándar sobre la oportunidad.
3. Aprender diferentes presentaciones sobre entrenamiento.

Un gran momento decisivo como presentador llegó en 1993. Yo tenía 29 años de edad y comenzaba a ser alguien en el Mercadeo en Red. Estaba teniendo una conversación con el CEO de la compañía y con quien en ese momento era el distribuidor número uno de la compañía. No puedo recordar exactamente cómo tomamos ese tema, pero recuerdo haberle dicho al CEO algo así: *"Bueno, él (el distribuidor número uno) puede ser mejor que yo en el mercadeo en red, pero yo soy mejor que él al hablar".*

Lo había dicho como un chiste, pero el CEO alzó sus cejas y dijo: *"Muy bien, te diré que haremos. Tenemos nuestra gran convención pronto. Más de 14,000 personas van a asistir. Le daré a ambos la misma cantidad de tiempo y tendremos un concurso privado. Escogeré unos cuantos jueces y después votaremos para ver quien lo hizo mejor".*

¡Vaya! ¡Ahora si estaba en un aprieto! Yo no era un gran líder. No tenía una organización o una reputación tan grande en ese entonces como ese distribuidor. Así que hice lo único que tenía bajo control. Comencé a prepararme como si mi vida dependiera de mi presentación. Escogí un tema. Escribí mi plática, y la reescribí una y otra vez. Investigué. Practiqué. Me grabé a mí mismo dando el discurso. Hice todo lo que podía hacer.

Cuando llegó el día, jamás me había sentido tan nervioso en mi vida. Hablar frente a 14,000 personas era como hablarle a un océano. Pero mi preparación me sirvió. Me calmé, acabé con mi inseguridad y presenté mi charla.

¡La respuesta fue apabullante! El público enloqueció, literalmente. Me sentí un poco abrumado cuando salí del escenario mientras seguían aplaudiendo y me senté a escuchar el discurso del distribuidor número uno. El hizo un buen trabajo pero debo admitir que me sentí muy bien cuando el CEO vino a felicitarme por haber ganado nuestro concurso privado. Definitivamente fue un momento decisivo.

Ese discurso estuvo perdido por mucho tiempo, pero una copia acaba de ser encontrada recientemente. Si quieres escucharlo, puedes hacerlo en esta liga:

www.networkmarketinapro.com/calltoaction

Mi voz suena más joven, pero todavía soy yo.

Para resumir este grupo de habilidades, recuerda unas cuantas cosas importantes:

1) Cuando estás buscando prospectos, tú eres el mensajero - no el mensaje.- Quítate del camino y usa una herramienta de un tercero.
2) Aprende a contar tu historia de una manera que haga que tus prospectos sientan curiosidad por escuchar más.
3) Cuando se trata de hablar frente a un grupo de personas, la preparación es clave. Cuando estás preparado, es divertido.

CAPÍTULO SIETE

Habilidad #4—Seguimiento con Tus Prospectos

En el Mercadeo Multinivel, dicen que la fortuna está en el seguimiento. Pienso que es verdad, pues la mayoría de las personas en el Mercadeo Multinivel no dan ningún seguimiento, por lo menos no como profesionales. Necesitas entender algunos conceptos importantes si vas a dominar esta habilidad.

Concepto #1 - Dar seguimiento es hacer lo que dijiste que harías.

Si dices que vas a llamar a una hora en específico, hazlo. La Profesión del Mercadeo en Red está repleta de personas que se emocionan un minuto y después desaparecen por completo al siguiente. Administra tu negocio con la ayuda de un calendario físico o electrónico. Sé la persona que hace lo que dice que va a hacer. La gente te respetará por eso.

Yo vendía bienes raíces en el año antes de iniciarme en el Mercadeo en Red. Mi padre y su socio eran los dueños de la compañía. Un día yo estaba en la oficina y un caballero de nombre Chuck Aycock llegó para una reunión con mi padre a las 10 a.m. Eran las 9:55 a.m. y mi padre no había llegado a la oficina. Le di la bienvenida a Chuck y le dije que mi padre llegaría pronto. Exactamente en cuanto dieron las 10 a.m., Chuck se levantó y dijo: “Son las 10 en punto. Tu padre no está aquí. Dile que me llame si quiere volver a agendar nuestra reunión”.

No podía creerlo. ¿Él había venido hasta la oficina solo para irse 30 segundos después de la hora de la reunión? Le dije: “Sr.

Aycock, estoy seguro de que el llegará en cualquier momento. No es necesario que se vaya".

Y entonces él me dijo algo que nunca olvidé. Él dijo: "Hijo, una persona bien llega temprano o llega tarde. Él ya viene tarde y mi tiempo es valioso. Dile que me llame si quiere volver a agendar nuestra reunión". ¡Y se fue!

Mi padre llegó a las 10:10 a.m. esperando ver a Chuck. Le dije lo que había pasado, y él estaba tan estupefacto como yo. Mi padre no era alguien que llegara tarde. Esa mañana en particular solamente se le había hecho un poco tarde. Él volvió a programar la reunión y me di cuenta al pasar los años que mi padre SIEMPRE llegaba temprano a sus reuniones con el Sr. Aycock.

¿Cuál es la lección en esta historia? Para mí, la lección fue que las personas respetan a alguien que hace lo que dice que va a hacer. Las personas también respetan a quien valora su propio tiempo. Si dices que darás seguimiento a una hora en específico o de una manera en específico, hazlo o vuelve a agendar la cita con tiempo.

Concepto #2 - La única razón para tener una presentación es para establecer la siguiente presentación

Cuando comencé, yo terminaba cada presentación diciendo: "¿Qué te parece?". Nadie me dijo que eso era lo peor que podía hacer. Me parecía algo de lo más natural que decir, pero mis resultados eran terribles.

Pedí ayuda a uno de mis primeros mentores y él me dijo:

"Eric, la única razón para tener una presentación es para establecer la siguiente presentación".

Eso cambió mi manera de pensar. ¡Yo pensaba que la razón para tener una presentación era para que la persona firmara! Él me explicó que si terminaba cada presentación estableciendo la siguiente, el prospecto eventualmente será educado sobre la oportunidad y podrá realizar una decisión informada.

La meta en mi mente cambio de "obtener" al prospecto en la primera presentación a solamente mantener vivo el proceso al establecer la siguiente presentación, y después la siguiente, y la siguiente, hasta que tomaran una decisión. Cuando realicé esta pequeña mejora, mis resultados mejoraron dramáticamente.

Anteriormente hablamos sobre como invitar profesionalmente a tu prospecto para que revise lo que tienes por ofrecer. Al final de ese proceso, revisamos varios pasos para establecer la SIGUIENTE presentación, lo que equivale a tu llamada de seguimiento. Esa fue tu siguiente cita.

Cuando realices esa llamada, preguntarás si revisaron el material. Dirán "No, no lo hice", o dirán "Sí, lo hice". Hablemos sobre como establecerás la siguiente presentación en ambos casos.

Si dicen que no, que no tuvieron tiempo de revisar el material, es importante que no demuestres estar disgustado por no haber cumplido su palabra. Es gracioso como muchas personas inmediatamente regañan a sus prospectos diciendo: "¡Pensé que dijiste que seguramente ya lo habrías revisado!". Obviamente, esto no te ayudará a construir la buena relación en la que estás trabajando.

La mejor manera de responder es: "Eso está bien. Entiendo que en ocasiones la vida nos ocupa. ¿Cuándo crees que definitivamente de verdad podrás revisarlo?". Ahora, podrías decir que "definitivamente de verdad" es un poco de más, pero

lo he usado por décadas en esta situación de seguimiento y lo uso pues funcional. En cualquier caso, usa cualquier mensaje que te gusta para establecer una nueva cita y sigue los mismos pasos para obtener un compromiso. Una vez que lo tengas, incluye la fecha y hora de la siguiente llamada (la siguiente presentación), cuelga y llámalos cuando dijiste que lo harías.

Si los llamas cuando dijiste que lo harías y todavía no han revisado el material, solamente repite el proceso. Recuerda, ellos están estableciendo la cita y tú estás siendo profesional al dar seguimiento cuando dijiste que lo harías.

Si tú llamas a tu prospecto y ellos dicen que sí, y han revisado el material, entonces les harás unas cuantas preguntas inteligentes. Primeramente, NO vas a preguntar: "¿Qué te parece?". Esto solamente abre la puerta a la parte crítica de la mente del prospecto y puede presentar objeciones para tratar de sonar como alguien inteligente.

La mejor pregunta de seguimiento que he utilizado es esta: "¿Qué fue lo que más te gustó?". Esta pregunta te llevará en una dirección muy positiva y te dará pistas sobre el nivel de interés del prospecto. Si dicen "el producto", entonces posiblemente tu siguiente presentación será relacionada con el producto. Si ellos dicen "libertad financiera", entonces tu siguiente presentación será relacionada con la oportunidad que se les presenta.

Otra gran pregunta por hacer es esta: "En una escala del uno al 10, con uno siendo cero interés y 10 siendo estar listo para comenzar de inmediato, ¿en dónde estás ahora mismo?". Con esta pregunta, cualquier número mayor a uno es BUENO.

Quiere decir que tienen algo de interés. La mayor parte del tiempo, obtendrás un cinco o un seis. Sin importar que número

te den, todo lo que vas a preguntarles es cómo puedes ayudarles a llegar a un número más alto. Normalmente, esa respuesta dependerá de cómo respondieron a la pregunta: "¿Qué fue lo que más te gustó?".

Si la respuesta es muy positiva y el número es considerablemente alto, puedes pasar directamente al proceso para cerrar el trato (lo cual veremos en la siguiente sección). Si no es obvio que puedes hacerlo, entonces solamente establece la siguiente presentación.

Ellos tal vez quieran probar el producto, así que ayúdales a hacer eso y establece una fecha de seguimiento - un día y hora para llamarles y ver cómo fue su experiencia (la siguiente presentación). Tal vez quieran hablar con su cónyuge, así que envíalos a casa con material que puedan compartir con su cónyuge y establece una fecha y hora para tu seguimiento (la siguiente presentación). Sea lo que sea, nunca termines una presentación sin establecer la siguiente. ¡Nunca! Si lo haces, se terminó.

Eso es lo que me pasaba a mí en un principio. Hacía que alguien viera la oportunidad. Cuando terminaban, les decía: "¿Qué te parece?". Usualmente murmuran algo como "Luego te diré", o "Te lo diré después", o "Necesito pensar más sobre esto", o algo similar. Y poof, desaparecían. Entonces, cuando trataba de llamarlos de nuevo, los estaba molestando. Todo era muy incómodo.

Una vez que cambié a nunca terminar una presentación sin establecer la siguiente, todo cambió para bien. Estaba siendo profesional. Estaba en control. El prospecto tenía más respeto para mí y para la oportunidad. Todo esto sucedió con este pequeño cambio de enfoque.

Concepto #3 - Toma un promedio de cuatro a seis presentaciones para que una persona sea parte de esto

Cuando las personas no entienden que la única razón para realizar una presentación es para establecer la siguiente presentación, ponen demasiada presión sobre los prospectos y sobre ellos mismos. En la cultura del Mercadeo Multinivel de "algunos si, algunos no, no importa, siguiente", las personas se enfocan en una persona una sola vez y si no deciden firmar de inmediato, la hacen a un lado y nunca dan un seguimiento. En muchos casos, lo llevan más allá al dañar la relación con el prospecto gracias a su actitud.

Los profesionales entienden que toma un promedio de cuatro a seis presentaciones para que un prospecto decida ser parte de esto. Su meta es la educación y el entendimiento. Es difícil educar a alguien con una sola presentación. Así que los llevan de presentación a presentación a presentación, sabiendo que eventualmente todo tendrá sentido. Mediante ese proceso, también construyen una relación más fuerte con el prospecto. Fortalecen una amistad. Eso ayuda a generar confianza, y las personas disfrutar trabajar con las personas que les gustan.

Cuatro a cinco presentaciones es un promedio, lo cual quiere decir que por cada persona que se une en la primera exposición, habrá una persona que tarda más de 10 presentaciones en ser parte de esto. Tú nunca puedes saberlo. Algunas de las mejores personas en el Mercadeo en Red fueron prospectos durante años antes de finalmente tomar la decisión de ser parte de la oportunidad.

Siempre mantén tu urgencia - pero sé paciente.

Concepto #4 - Condensa la presentación para mejores resultados

Los Impostores tratan de convencer a alguien una vez y después siguen adelante. Los Amateurs tratan de convencer a alguien con varias presentaciones al pasar el tiempo. Los Profesionales condensan estas presentaciones en el menor tiempo posible.

Las personas están ocupadas. Constantemente tienen distracciones en su vida. Cuando tú te acercas a ellos para que revisen algo nuevo, es importante que mantengas su interés; la mejor manera de hacerlo es colocar las presentaciones lo más cerca que sea posible.

Si vas lentamente, podrías comenzar con que revisen un video. Unas semanas después, logras que escuchen una llamada en conferencia. Un mes después, logras que asistan a un seminario en la web. Después de otro mes, los invitas a una llamada telefónica entre tres personas contigo y otro distribuidor. Este proceso lento es difícil pues entre cada presentación pueden distraerse por su vida. Puede ser casi como comenzar de nuevo en casa ocasión.

Por otro lado, si logras que revisen un video, sean parte de una llamada en conferencia, prueben el producto, asistan a un seminario en la web, participen en una llamada telefónica entre tres personas, para que después asistan a una reunión en persona (o en cualquier combinación de presentaciones que utilice tu compañía), y lo haces todo en una semana, les das la oportunidad de en verdad pensar sobre como esto puede cambiar sus vidas.

Preguntas y Objeciones

En cada paso del proceso de reclutamiento, encontrarás preguntas y objeciones. Esto es natural. Muchas veces, tu prospecto las hará para sonar como alguien inteligente. No quiere que parezca que es fácil convencerlos, así que lanzan objeciones para sentirse mejor. La manera en que respondes es extremadamente importante. Si actúas a la defensiva, plantarás una duda en sus mentes. Si eres ofensivo, los asustarás.

Recuerda, nuestra meta es la educación y el entendimiento. No buscas ganar un argumento. Nuestro trabajo es ayudar a que los ciegos puedan ver. Cuando alguien presenta una pregunta negativa o si ofrecen una objeción, todo lo que están haciendo es ayudarte a identificar uno de sus puntos ciegos. Es bueno saber cuáles son para poder ayudar a tus prospectos a eliminarlos.

Voy a darte algunas tácticas específicas para ayudarte a superar las objeciones, pero lo que quiero que recuerdes y en lo que debes enfocarte son los conceptos. Las tácticas vienen y van. Los conceptos son atemporales

> *He encontrado que las objeciones caen dentro de dos categorías. La primera es la creencia limitante de los prospectos en sus propias habilidades. No están seguros de que pueden tener éxito. La segunda es una creencia limitante en cuanto al Mercadeo en Red. No están seguros de que el Mercadeo en Red les ayude a alcanzar sus metas en la vida.*

Para ambas categorías, uno de los mejores conceptos es la empatia - cómo te relacionas con las personas. Y la mejor manera de relacionarse con alguien es hacerles saber que tú eres justo

como ellos. Tú tenías las mismas dudas, las mismas preguntas, los mismos miedos, y tú los superaste. Créelo o no, pero tu historia (y las historias de los demás) harán más por ti para superar las objeciones que ninguna otra cosa.

Hay una vieja táctica llamada "Sientes/Sentía/Encontré". Funciona con un concepto de empatia. Cuando un prospecto ofrece una objeción, tu respondes con esto: "Sé cómo te sientes. Yo me sentía así. Pero esto es lo que encontré". Tú puedes usar eso y tener mucho éxito. También puedes modificarlo en base a tu historia y tu prospecto.

Cuando los Prospectos Tienen una Creencia Limitante Sobre Sus Habilidades

Las objeciones comunes en esta categoría son:

"No tengo el dinero," "No tengo el tiempo", "No es para mí", "No soy un vendedor", "No conozco a nadie", o "Soy muy viejo/muy joven/no tengo experiencia".

Algunas personas enseñan estrategias sofisticadas en donde te hacen parecer inteligente y que el prospecto parezca estúpido.

"¿No tienes dinero? ¿Tienes un recibo de cable? ¿Tienes un teléfono celular? ¿Alguna vez sales a cenar? Tienes mucho dinero. Vamos, ¡despierta!".

O,

"¿No tienes tiempo? ¿Cuánto tiempo quieres tener esa realidad en tu vida? ¡Tienes que cambiar si quieres que cambie tu vida!".

¿Qué sientes cuando lees eso? ¿Cómo te sentirías si alguien te dijera eso a ti? Muy mal, ¿cierto? Una mejor estrategia para relacionarte con una persona es contarles tu historia.

Cuando una persona me dice “Yo no tengo el dinero ahora”, yo les respondo: “Yo tuve el mismo reto. No tenía dinero suficiente para pagar mis cuentas, mucho menos para comenzar un nuevo negocio. Pero cuando lo pensé, me di cuenta de que si no tenía suficiente dinero para pagar las cuentas ahora, ¿cómo iba a cambiar eso en el futuro? Estaba cansado de deber dinero. Estaba cansado de tratar de sobrevivir. Yo quería más de la vida. Así que, ¿sabes lo que hice? Yo encontré una manera, y fue la mejor decisión que tomé. Déjame preguntarte algo... si en verdad sintieras que esta era la oportunidad que necesitas para tomar control de tu futuro financiero, ¿crees que podrías encontrar una manera de hacer que suceda?”.

Nueve de 10 veces te dirán que podrían encontrar una manera. De nuevo, olvida las palabras exactas y enfócate en el concepto. Yo les decía que era igual que ellos, con la misma objeción. Les contaba sobre mi dolor. Y les decía que encontré una manera de resolverlo. Como resultado de ello, desarrollábamos un vínculo. Nos relacionábamos y nos entendíamos. Estábamos en la misma situación con los mismos sueños y esperanzas.

Y si no tenía una historia personal que se comparase con la de ellos, yo contaba la historia de otra persona. Hay muchas historias dentro de nuestra compañía que pueden aplicar para prácticamente cualquier situación. Así que cuando un prospecto te presenta su objeción, puedes decir esto: “Se lo que quieres decir. Tengo un amigo que tuvo exactamente el mismo problema. Déjame contarte su historia”.

¿Puedes ver como el enfoque podría funcionar con todas las objeciones en base a las creencias limitantes de una persona en cuanto a ellos mismos y sus vidas? El concepto es simple, ha sido probado y ofrece resultados increíbles.

Cuando los Prospectos Tienen una Creencia Limitante sobre el Mercadeo en Red

Esta categoría incluye:

"¿Esto es Mercadeo Multinivel?".

"¿Esto es una de esas cosas?".

"¿Es esto un esquema piramidal?".

"No estoy interesado en Mercadeo Multinivel".

"No quiero molestar a mis amigos" y,

"¿Cuánto estás ganando tú?".

Comencemos con uno que hace que las personas tengan miedo a nuestra profesión - "¿Esto es Mercadeo Multinivel?", o variaciones como "¿Esto es una de esas cosas?", o "¿Es esto un esquema piramidal?", o "No estoy interesado en Mercadeo Multinivel".

Algunas personas enloquecen cuando escuchan esta pregunta. Dicen algo como esto: "¿Esquema piramidal? ¿Cómo todas las corporaciones en el mundo? ¿Cómo el gobierno? ¿Cómo todo ESO?".

En lugar de enloquecer al hablar con tus prospectos, es importante entender de donde viene esta pregunta. Mi experiencia me dice que ellos usualmente conocieron a alguien que se unió a la profesión y no tuvo éxito o bien ellos mismos lo han probado (usualmente compraron un boleto virtual de lotería, como lo describí antes, y no les funcionó). Este escenario representa a más del 90% de las personas que harán esta pregunta. El resto de ellos han escuchado de oportunidades

como esta y muestran escepticismo sobre la promesa de hacerse ricos rápidamente.

Si hacen este tipo de pregunta con algo de emoción, sé que han estado involucrados en algún momento, así que les digo esto: “Un momento. Tú tienes una historia. ¿Qué sucedió? ¿Fuiste en algún momento parte del Mercadeo en Red?”. Después hay que dejar que cuenten su historia. Eso los abre. Bajan sus defensas. Y eso te permite hacer algunas preguntas sobre su experiencia.

Déjame darte un ejemplo típico. Estoy realizando el proceso de invitación cuando el prospecto dice: “Espera, ¿Esto es Mercadeo Multinivel?”. Y lo dice con emoción. Yo le contesto: “Oh, tienes una historia. ¿Lo probaste en algún momento? ¿Qué sucedió?”.

Me dice: “Si, me uní a una compañía hace unos años, compre los productos y perdí mi dinero”. Entonces contesto: “¿Cuál crees que fue la razón por la que no tuviste éxito?”.

Dice: “Bueno, mi amigo me convenció de intentarlo. Yo no tenía mucho tiempo y pensaba que más personas se unirían de inmediato pero no lo hicieron. Creo que perdieron el interés”. Entonces contesto: “¿Piensas que en verdad lo intentaste?”.

Contesta: “No, en realidad no”. Le contesto: “¿"Piensas que el Mercadeo en Red fue el problema? ¿O tal vez no era el momento oportuno?”. Me dice: “Probablemente no era el momento oportuno”.

¿Vez la dinámica? He tenido miles de conversaciones como esta y todas son un poco diferentes, pero si les haces algunas preguntas y eres amigable durante el proceso, tienes una buena posibilidad de ayudar a que se deshagan de su punto ciego y den un vistazo a lo que tienes que ofrecer.

Además, puedes conectar con ellos al decir que en un principio tú tuviste la misma objeción y decirles como la superaste. Si alguien usa la palabra "pirámide" conmigo, yo siempre digo esto: "No. Los esquemas piramidales son ilegales, y yo nunca sería parte de algo ilegal".

Para las personas que preguntan con alguna emoción, yo usualmente respondo con esto: "Sí, esto es Mercadeo en Red. ¿Sabes algo sobre eso?". De Nuevo, estoy haciendo preguntas y esperando respuestas. De esas respuestas, yo hago más preguntas y a través del proceso puedo lograr mi meta de educación y entendimiento.

"No quiero molestar a mis amigos" es un poco diferente. De nuevo, yo conecto con ellos al contarles mi historia o la historia de alguien más. Y entonces hago preguntas como estas: "¿Qué te hace pensar que molestarás a tus amigos?", o "Si en verdad creyeras en el producto, ¿le contarías a tus amigos sobre ello?", y también "Si yo pudiera mostrarte como compartir este producto con los demás sin que parezca o suene como un discurso de ventas, ¿eso te ayudaría?".

La última categoría es "¿Cuánto estás ganando TÚ?". Si tú ya estás ganando dinero, esta es una excelente pregunta. Si no es así, tu respuesta depende de cuánto tiempo has sido parte de esta profesión. Si eres nuevo, puedes decirles que apenas estás comenzando. Si ya tienes tiempo en esto y no has ganado mucho dinero, puedes decirles que estás trabajando medio tiempo y que estás muy emocionado por tu futuro. También puedes decir que estás muy emocionado sobre tu futuro con esta compañía pues sabías que las cosas no cambiarían si tú no hacías algo para cambiar.

La otra manera de responder es contando tu historia para después contar la historia de personas que SI están ganando mucho dinero. Puedes inclusive sugerir establecer una conversación telefónica con esas personas para que se sientan más cómodos sobre la oportunidad.

Todo esto toma práctica, pero si logras aprender los conceptos, verás que es fácil. Y la otra cosa que debe alentarte es que solamente tendrás este tipo de objeciones durante el resto de tu profesión. No hay nada nuevo aquí. Lo que he mencionado en esta sección es lo que verás. Recuerda, nuestra meta es la educación y el entendimiento. Esto es parte del proceso que hace que esa meta se vuelva una realidad.

CAPÍTULO OCHO

Habilidad #5—Ayudar a Tus Prospectos A Ser Clientes o Distribuidores

Esta habilidad es un subproducto natural de dar seguimiento profesionalmente. Al ir de presentación en presentación, nuestra meta de educación y entendimiento será alcanzada. Pero eso no significa que el prospecto te buscará y te pedirá un formato de orden o una solicitud. Es tu trabajo guiarlos a una decisión.

La clave para tener éxito en esta área es una combinación de tener una buena postura y realizar buenas preguntas. Una buena postura se refiere a la manera en la que te desenvuelves. Tus palabras y acciones ayudarán a que tu prospecto se sienta con más confianza para unirse a tu oportunidad, o bien puede sembrar una duda en ellos.

Cuando recién comencé, mi postura era terrible. Yo estaba tratando de "obtener" personas en lugar de tener la más noble meta de la educación y el entendimiento, y los prospectos podían sentir mis intenciones. Yo estaba emocionalmente muy atado al resultado. Incluso se podría decir que estaba muy necesitado. Cada vez que llegaba a esta parte del proceso, yo de verdad lo quería. De nuevo, el prospecto podía sentir que yo estaba emocionalmente atado y eso usualmente los ahuyentaba.

A través de la falta de resultados y sin siquiera darme cuenta, comencé a asumir que las personas no iban a estar interesadas. Y esa suposición comenzó a adentrarse en todo, lo cual llevó a un resultado obvio: el prospecto no se unía.

La mayor parte del tiempo, yo no estaba debidamente preparado. No tenía las solicitudes, el material de inicio, o lo que fuera necesario. Piensa en el impacto que tenía esto sobre mis prospectos a nivel subconsciente. Parecía que todo lo que hacía proyectada una falta de creencia y de profesionalismo.

En lugar de realizar preguntas y escuchar sus respuestas, yo hablaba, hablaba y hablaba. Estaba más enfocado en ser interesante que en estar interesado. A los prospectos no les gusta eso. A nadie le gusta.

Así que, de nuevo, seguí mi patrón de modelar a los profesionales. Observaba lo que hacían los mejores en el negocio y comencé a copiarlos. Entrevisté a los mejores para entender que era lo que hacían diferente. Y lentamente comencé a ver los errores en mi estrategia.

Primero, vi que los profesionales están emocionalmente separados del resultado. En otras palabras, su meta es la educación y el entendimiento mientras ayudan al prospecto a tomar una decisión que impactaría de manera positiva sus vidas. No actúan como si lo necesitaran. No están tratando de "obtener" a nadie. Honestamente tratan de ayudar.

Segundo, siempre asumen durante su estrategia. Asumen que la persona se unirá pues creen fuertemente en la oportunidad y en como beneficiaría al prospecto. Son sólidos como una roca. Muchos de ellos en verdad se sorprenden cuando una persona decide no involucrarse.

Tercero, fue interesante aprender que se promueven a sí mismos casi igual que como promueven el producto o la oportunidad. Lo que esto quiere decir es que ellos ayudan al prospecto a tomar la decisión al decir "¡Me tienes a MÍ!".

Cuando se promueven a ellos mismos, no es algo como: “Voy a hacer todo lo que pueda por ti”. Es algo más como esto: “Tenemos un gran producto y una gran oportunidad, pero yo voy a llevar esto hasta la cima y podemos hacerlo juntos”. Esto da a las personas la tranquilidad de saber que no tienen que aprender todo por sí mismos.

Cuarto, siempre están preparados. Siempre. Tienen todo lo que necesitan para que una persona comience desde el punto indicado.

Y quinto, hacen una y otra y otra pregunta y son muy buenos al escuchar. Actúan como consultor al ayudar a una persona con un problema. Los mejores consultores en todo el mundo tienen que realizar muchas preguntas antes de poder ofrecer una solución. Los Profesionales del Mercadeo en Red usan las preguntas como su herramienta más poderosa.

Como puedes imaginar, me tomó algo de tiempo darme cuenta de todo esto, y eso solamente era la mitad de todo. La otra parte era tener la información y es otra cosa que hay que poner en acción. Yo no era tan talentoso como los profesionales, pero podía modelar lo que hacían, así que comencé a actuar como ellos.

Actuaba emocionalmente separado (en un principio, en verdad no era así); comencé a actuar asumiendo que las personas se unirían (en un principio, en verdad no era así); comencé a decirle a las personas “¡...y me tienes a MÍ! (aunque en un principio eso no era un gran beneficio); siempre estaba preparado; comencé a realizar muchas preguntas y me enfocaba más en estar interesado que en ser interesante.

Y al seguir, actuaba menos y creía más y más. Lo mismo puede pasarte a ti.

Hablemos sobre las preguntas. Si yo fuera un consultor y tu trabajo fuera determinar si una oportunidad era buena para tu cliente, ¿qué harías? Realizarías preguntas, ¿cierto?

Al trabajar para ayudar a que un prospecto tome una decisión positiva sobre tu oportunidad, harás lo mismo. Pero en lugar de preguntar "¿Qué te parece?" - lo cual no te lleva a ningún lado - aprende a realizar preguntas que te llevan en una dirección positiva.

"¿Tiene sentido para ti?"

"¿Qué fue lo que más te gustó de lo que acabas de ver?"

"Es muy emocionante, ¿verdad?"

"¿Puedes ver como esta podría ser una oportunidad para ti?"

De estos ejemplos, el que yo uso más es "¿Qué fue lo que más te gustó?". La respuesta a esta pregunta casi siempre es positiva y te da pistas sobre el área en la que tienen un mayor interés.

Después normalmente me gusta decir esto: "Déjame hacerte una pregunta. En una escala del uno al 10, con uno siendo cero interés y 10 siendo estar listo para comenzar de inmediato, ¿en dónde estás ahora mismo?". Te darán un número y usualmente es muy obvio saber, a partir de su número, si necesitan más información antes de tomar una decisión o si están acercándose a querer empezar ahora mismo.

Si sientes que necesitan más información, solamente guíalos a la siguiente presentación que les ayudará. Pero si sientes que están listos para comenzar, realiza cuatro preguntas. Este "Cierre de Cuatro Preguntas" me ha dado resultados consistentes y fuertes

durante el curso de mi carrera. Si aprendes a usarlo, te sorprenderá ver a cuantas personas puedes ayudar.

Pregunta #1: "En base a lo que acabas de ver, si fueras a comenzar solamente por medio tiempo con esta compañía, ¿aproximadamente cuanto necesitarías ganar por mes para poder que valiera la pena?". En lugar de realizar esta pregunta, la mayoría de los distribuidores dicen algo como esto: "¿Te gustaría ganar $10,000 dólares al mes?". No hagas eso. En lugar de preestablecer lo que piensas que quieren, solamente pregunta cuánto necesitan para que valga la pena y espera por su respuesta.

Pregunta #2: "¿Aproximadamente cuantas horas a la semana puedes usar para desarrollar ese tipo de ingreso?". Ahora tiene que pensar y revisar su calendario mental para ver cuánto tiempo puede invertir para obtener esas cantidades de dinero.

Pregunta #3: "¿Cuantos meses puedes trabajar esas horas para poder desarrollar ese tipo de ingreso?". Esta pregunta hace que piensen sobre su compromiso si quieren obtener el ingreso mencionado en la respuesta a la pregunta #1.

Pregunta #4: "Si pudiera mostrarte una manera de desarrollar un ingreso de (su respuesta a la pregunta #1) al mes, trabajando (su respuesta a la pregunta #2) horas a la semana sobre (su respuesta a la pregunta #3) meses, ¿estarías listo para comenzar?". La mayoría de las veces, tendrás una respuesta positiva. Y cuando las personas dicen "claro, muéstrame cómo", puedes sacar tu plan de compensación y establecer un plan razonable para que logren sus metas.

En algunas muy raras ocasiones, las personas te dan números irreales. Pueden decir que quieren $10,000 dólares al mes

trabajando dos horas a la semana durante un mes. Esto no pasa seguido, pero si pasa. Si te encuentras ante esta situación, puedes actuar como consultor y decir esto: “Lo siento, pero tus expectativas son muy altas. Puedes obtener $10,000 al mes pero tomará muchas más horas y muchos más meses a los que estás dispuesto a comprometerte. Si estás dispuesto a cambiar tus expectativas, podemos hablar”.

Si no obtienes una respuesta positiva a las cuatro preguntas, eso está bien. Solo quiere decir que el prospecto necesita tener más presentaciones antes de estar listo. Establece la siguiente y repite el proceso una vez que hayas terminado. Esta habilidad toma práctica, pero es una habilidad que te ayudará por el resto de tu carrera. Si no estás cansado de que muchas personas piensen mucho sobre ello y no actúen demasiado, esto te ayudará.

CAPÍTULO NUEVE

Habilidad #6—Ayudar a Que Tu Nuevo Distribuidor Pueda Comenzar

En el Mercadeo en Red, las personas invierten un gran esfuerzo y una gran cantidad de tiempo y dinero en lograr que las personas firmen y se unan, pero después desperdician su inversión al dejar que su distribuidor aprenda solo como hacer todo. Los profesionales no hacen eso. Ellos establecen expectativas adecuadas, ellos ayudan a que se obtengan resultados rápidos, y después continúan guiando al nuevo distribuidor a través de las fases de nuestra profesión.

En un principio tuve suerte en tener un mentor, Michael Nelson, quien era muy hábil al guiar a los distribuidores nuevos. Michael no era parte de mi línea de apoyo, pero era claro que él era el líder en mi ciudad. Además, él tenía mucha experiencia en nuestra profesión. Así que escuchaba lo que tenía que decir, observaba lo que hacía y yo realizaba muchas preguntas.

En aquel entonces, él tenía una pequeña oficina cerca de mi hogar y yo siempre estaba ahí tratando de aprender algo. Michael era un reclutador muy exitoso. Él siempre traía personas nuevas. Y además, a las personas de Michael les iba bien en el negocio. Eso no me estaba pasando a mí. Las pocas personas que yo reclutaba no hacían nada.

Al observar a Michael, me di cuenta de que cada vez que el firmaba un nuevo distribuidor, el establecía lo que llamaba una "Entrevista para el Plan de Acción". Yo decidí modelar lo que él hacía. Así que la siguiente ocasión que él conoció a un

distribuidor nuevo, me senté cerca detrás de ellos para tomar notas sobre su conversación. Lo hice varias veces y me sorprendió aprender que realizaba exactamente la misma entrevista cada vez. Pensé que si podía aprender ese proceso de entrevista, tendría la oportunidad de obtener sus resultados.

Entrevista Para el Plan de Acción - Parte Uno

Él validaba su decisión de convertirse en distribuidor. Él decía cosas como: "Felicidades en tomar la decisión. Estoy orgulloso de ti por tomar las riendas de tu vida. De ahora en adelante, las cosas van a ser diferentes para ti y para tu familia". Siempre tomaba menos de cinco minutos pero, al final de esto, cualquier duda que tenían sobre convertirse en distribuidor había desaparecido. Se sentían muy bien.

Entrevista Para el Plan de Acción - Parte Dos

Él establecía sus expectativas. Él sabía que la mayoría de las personas llegaban a nuestra profesión con expectativas irreales, así que él siempre decía las mismas tres cosas:

"Si tienes éxito en este negocio, será porque tú creas el éxito, no yo. Y si fracasas en este negocio, será porque tú creas el fracaso, no yo. Tú serás la diferencia entre el éxito o el fracaso. Yo estoy aquí para guiarte paso a paso, pero no puedo hacerlo por ti. Estoy aquí para trabajar contigo, pero no soy tú".

Vaya, este era un concepto radical, ¡y tan diferente de las conversaciones que yo tenía cuando comenzaba con una nueva persona! Yo decía cosas como estas: "A mí me pagan dependiendo de lo que tu produzcas, ¡así que esencialmente yo trabajo para ti!".

Bueno, ¿qué tipo de expectativa piensas que ESO establece en la mente de un distribuidor nuevo? Yo también decía algo así: "NOSOTROS vamos a construir juntos este negocio", cuando eso no era verdad. ELLOS necesitaban construir un negocio. Yo podía ser un recurso, pero no podía hacerlo por ellos.

Lo que él decía después era esto: "Mi trabajo es ayudarte a que seas independiente de mí lo más rápido que sea posible. ¿Estás de acuerdo en que esa es una buena meta?".

De nuevo, esto era radical pero tenía sentido. Hasta ese momento, yo tenía un grupo que era extremadamente dependiente de mí. Solamente hacían algo cuando yo los empujaba. Pero Michael tenía un grupo que producía por sí mismo sin su ayuda constante. Él tenía duplicación y libertad.

Yo no. Esto establecía la relación para que Michael fuera el maestro para su grupo y no su esclavo. Él podía mostrarles las habilidades y entonces ellos podían después construir sobre ello de manera independiente.

La tercera cosa que decía era esto: "Habrá altas y bajas mientras construyes tu negocio. Habrá momentos buenos y momentos malos. Sabré que estás en un momento malo cuando no me estás llamando, cuando no asistes a las juntas, cuando no recibes llamadas, cuando comienzo a escuchar excusas - cosas así. Cuando eso te pase, y le pasa a todos, ¿cómo quieres tú que yo me encargue de ello? ¿Quieres que te deje solo o quieres que sea más persistente y te recuerde la razón por la que tomaste esta decisión en un principio?".

Esto era brillante pues es verdad que todos tienen momentos en que dudan de ellos mismos. Él les hacía saber que eso era natural

y, al mismo tiempo, establecía la relación para que él pudiera encaminarlos de nuevo cuando sucediera.

Lo que Michael lograba con estos tres conceptos era tan diferente a lo que yo hacía al prometer todo, que parecía el día y la noche. Con mi estrategia, el distribuidor se quedaba sin hacer nada y me veía actuar. Y si alguna vez estaba muy ocupado o por alguna razón no podía ayudarlo, me convertía en la excusa fácil y la razón por la que las cosas no estaban funcionando. Con la estrategia de Michael, las personas rápidamente se hacían independientes. Él podía aconsejarles de vez en cuando, pero no permitía que su grupo lo usara de excusa por su falta de resultados. Mientras que mis distribuidores batallaban, los suyos prosperaban.

Entrevista Para el Plan de Acción - Parte Tres

Michael revisaba una lista para comenzar, para así ayudar a la persona nueva a que tuviera una mejor oportunidad de ser exitoso. El plan exacto sería diferente para cada compañía, pero el concepto era hacer todo lo posible para obtener resultados rápidamente.

Aquí hay algunos ejemplos de lo que puedes incluir en tu lista para comenzar:

1) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor cuente con productos apropiados. Casi todas las compañías tienen productos que pueden ser usados personalmente por el distribuidor, así que asegúrate de que tu nueva persona esté haciendo eso. Dependiendo de tu compañía, esto puede incluir un compromiso mensual. Es muy importante que las personas desarrollen un apego emocional con sus productos y eso solamente sucede si los están utilizando y disfrutan de

los beneficios. Además, muchas compañías tienen productos que pueden ser probados o utilizados en demostraciones. En ese caso, los distribuidores nuevos deben tener una dotación apropiada para que puedan estar debidamente preparados.

2) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor cuente con las herramientas apropiadas. Hemos hablado sobre la importancia de las herramientas creadas por terceros para poder construir un grande y exitoso negocio de Mercadeo en Red. Tu nuevo distribuidor necesita estar preparado para ayudar a sus prospectos con las herramientas que le permitan llevarlos profesionalmente a través del proceso de presentación.
3) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor se conecte. Muéstrale cómo encontrar cosas en el sitio web de la compañía, en donde se llevarán a cabo los próximos eventos, donde se llevarán a cabo los seminarios web, etc. Recuerda, nuestra meta es ayudarles a ser independientes lo más rápido posible. Este es un paso importante para hacer de esa meta una realidad.
4) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor entienda los pormenores básicos del plan de compensación. Al principio, no necesitan saber todo el plan a detalle, pero deben por lo menos entender los puntos clave así como lo que ocurre financieramente al ir avanzando a través de los primeros niveles.
5) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor tenga un entendimiento fundamental sobre cómo invitar debidamente a los prospectos para que entiendan más sobre lo que tienen por ofrecer. Puedes evitar que salgan corriendo por todos lados y hablen y hablen obteniendo pocos o ningún resultado positivo, todo si les das un corto resumen

de cómo y porque un proceso de invitación profesional funciona.

Entrevista Para el Plan de Acción - Parte Cuatro

Michael ayudó al nuevo distribuidor a crear un plan de acción para poder pasar por los primeros niveles y los retaba a hacerlo rápidamente. El entendía, y me ayudó a entender, que será una carrera para ayudar a que la persona obtuviera resultados rápidamente. Si ellos recibían un estímulo positivo, continuarían. Y si no lo recibían, tenían una tendencia a desaparecer.

Cada compañía es diferente, así que este plan de acción también será diferente. Pero piensa sobre las acciones simples que puedes lograr que realicen las personas durante su primera semana para poder obtener los mejores resultados.

¿Cómo pueden obtener a su primer cliente?

¿Cómo pueden obtener a su primer distribuidor?

¿Puedes alentarlos a que atiendan a su primer evento de la compañía?

¿Qué pasos puedes tomar para ayudarles a obtener su primer cheque por comisión?

El éxito en el Mercadeo en Red no fue algo real para mí hasta que obtuve mi primer cheque. Cuando llegó, todo cambió para mí. Comencé a soñar con crear una mejor vida para mí y para mi familia. Ayudar a tu nueva persona a comenzar rápidamente es vital.

Entrevista Para el Plan de Acción - Parte Cinco

Michael siempre concluía estableciendo algunas tareas específicas. Una cosa que he aprendido es que los distribuidores

nuevos anhelan recibir direcciones y ellos responden increíblemente bien a las tareas simples. Michael siempre concluía estableciendo esas tareas además de una fecha límite para la cual debían de ser completadas. Él le decía a su nuevo distribuidor que lo completara para una fecha en específico. Es como una presentación durante el proceso de reclutamiento. Vas de presentación en presentación, pero eso no termina cuando se convierten en distribuidores. Los profesionales continúan pasando de exposición a exposición, de tarea a tarea.

El propósito de todo esto es ayudar al distribuidor nuevo a que pueda pasar "sobre la línea". Cuando alguien comienza, siempre existe una línea entre el éxito y el fracaso. En un lado de la línea, es más fácil renunciar que continuar. En el otro lado de la línea, es más fácil continuar que renunciar.

¿Qué puede ayudar a que una persona pase sobre la línea?

- Firmar su primer cliente
- Firmar su primer distribuidor
- Obtener su primer cheque por comisión
- Asistir a un gran evento de la compañía
- Hacer amigos dentro de la organización
- Proclamar al mundo sus intenciones
- Ser promovido a un nuevo nivel
- Ser reconocido por algún logro

Hay cientos de otras cosas que pueden contribuir a que una persona pase sobre la línea. Como patrocinador, es tu trabajo ayudarles a pasar sobre la línea y que se MANTENGAN sobre la línea. Y la línea en verdad nunca desaparece. Siempre está ahí y tú, como líder, necesitas estar constantemente atento de donde está tu gente a nivel emocional. De esa manera tú puedes continuar alentándolos para que nunca dejen ir sus sueños.

CAPÍTULO DIEZ

Habilidad #7—Promover Eventos

En el Mercadeo en Redes, las reuniones generan dinero. Es así de sencillo. Sí, la tecnología nos puede ayudar a conectarnos con más personas de maneras que se están haciendo más y más eficientes, pero nada remplaza a la interacción cara a cara.

Encontrarte con personas de uno en uno, en pequeños grupos, o en eventos locales o de mayor escala, tendrá un gran impacto en el éxito a largo plazo de cualquier organización de Mercadeo en Red. Pero un tipo de evento en particular es el de mayor poder, y ese es el evento de "destino". Puede ser un evento patrocinado por la compañía o uno creado por quien está por encima de ti en la cadena de mando, pero un evento de "destino" es aquel en el que la mayoría de los asistentes se trasladan a una ciudad diferente, se hospedan en un hotel y participan en conferencias y convenciones.

Algunos intentarán decir que los eventos de destino están muertos en el nuevo mundo tecnológico y que las personas ya no viajarán para estos encuentros. Todo lo que te puedo decir es que esas personas no tienen los más altos ingresos en nuestra profesión. Si estudias lo que las personas exitosas hacen para construir sus organizaciones de Mercadeo en Red, encontrarás que prácticamente cada uno de ellos utiliza los eventos de destino como pilar para sostener sus negocios.

Hay algo mágico al salir de tu rutina diaria y enfocarte completamente en tus sueños. Una inmersión total, incluso si es sólo por un fin de semana, es algo BUENO. Puedes utilizarlo para redirigir y comprometerte nuevamente con tu futuro, y acumular

las fuerzas necesarias para regresar a casa y hacer lo que sea necesario para impulsar tu negocio.

Tú obtienes fuerza de las presentaciones que te toca escuchar durante el evento. Algunas veces una persona dice algo en el momento justo de tu vida y te cambia para siempre. Hace más de 20 años, yo me encontraba en una convención cuando una persona, de nombre Johnny Daniel dijo, "Tú puedes conocer el tamaño de un hombre por el tamaño del problema que lo derrumba." Esa reflexión me llegó directo al corazón y me ha ayudado desde entonces. Si alguna vez me pongo triste o deprimido, algo dentro de mi dice, "¿Es este el tamaño de Eric?". Yo respondo "No", retomo mi confianza en mí y sigo adelante.

He tenido cientos de estos momentos en estos años en los eventos de destino. He dejado de culparme en un evento.

Decidí ser profesional en un evento. Me di cuenta de que nadie puede detenerme en un evento. He decidido llegar a la cima en un evento. De hecho, cuando veo hacia atrás, no puedo pensar en un solo momento significativo en mi carrera de Mercadeo en Red que no haya pasado en un evento. Así de poderosos son.

Además de obtener fuerza de parte de los presentadores, también puedes recibir una increíble validación de tu decisión de involucrarte. Es un concepto denominado "prueba social", y es sumamente importante. Como seres humanos, estamos programados para buscar pruebas de fuentes fuera de nuestros propios pensamientos y experiencias. En los eventos de destino, encontrarás a muchas otras personas que han tomado la misma decisión que tú has tomado, y eso se siente bien. También encontrarás a quienes han superado sus miedos y han alcanzado los niveles más altos de nuestra empresa.

Comenzarás a pensar, “Si ellos lo pueden hacer, tal vez yo también puedo.”

También hay un tipo de presión positiva al estar entre tus pares. La mayoría de los eventos de destino incluyen programas de reconocimiento-quién ganó el concurso, quién subió al siguiente nivel, quién obtuvo los ingresos más altos o quién habló desde el escenario.

Cuando participé en mi primer evento y vi a todas las personas que caminaban de un lado a otro del escenario, tuve un pensamiento: “La próxima vez, yo estaré caminando sobre ese escenario.” Fue inspirador que tantas personas hayan alcanzado lo que yo aún estaba por alcanzar. Me hizo pensar que yo podría hacerlo y me hizo trabajar en un plan para hacerlo posible. Además de haberme inspirado, no quería presentarme al próximo evento sin ninguna mejoría en mi negocio. Esa presión positiva de tus pares me ayudó a enfrentar mis miedos y hacerlo posible.

En general, la sensación de comunidad en los eventos de destino es reconfortante. Todos vivimos en un mundo lleno de gente ignorante cuando se trata del Mercado en Red. Eso algunas veces puede ser desalentador. Pero cuando vamos a un evento grande, estamos rodeados de personas que piensan como NOSOTROS. Tienen creencias, esperanzas, sueños, aspiraciones y actitudes positivas como nosotros. Pasar tiempo con estos fascinantes grupos de personas pueden llenarnos de nuevo para tener la fuerza para el siguiente empujón.

Una vez que entiendas lo importantes que son los eventos de destino para el éxito de tu negocio, necesitas aprender cómo promoverlos efectivamente para tu organización. En verdad es muy sencillo: Mientras más personas de tu grupo asistan a estos

eventos, más dinero estarás generando en nuestra profesión. Los principales líderes saben exactamente cuántas personas van a asistir y se aseguran de acrecentar ese número en cada nuevo evento.

Piénsalo. Imagina a dos distribuidores y cada uno tiene un grupo de 100 personas. El distribuidor A lo hace una prioridad y logra que todos asistan a los principales eventos de destino. El distribuidor B no le da esa prioridad, así que sólo unos pocos asisten. ¿Qué grupo tendrá mayor éxito? Ni siquiera es una competencia.

El primer paso para desarrollar una cultura que fomenta la asistencia a eventos de destino es que personalmente tú seas el más comprometido de todos los demás en asistir, y ayudar a los demás a que tomen esa misma decisión. Eso significa que debes guiar con el ejemplo, y nunca faltar a un evento de destino.

Cuando recién inicié en esta profesión, no sabía cómo lo iba a lograr. No tenía el dinero ni podía darme el tiempo; tenía los mismos obstáculos que cualquier otra persona. Pero algo me sucedió en mi primer evento que cambió todo. Junté el dinero suficiente para asistir y fue una experiencia asombrosa. El escenario, las luces, la gente, las historias-fue genial.

En una de las sesiones, salí para ir al baño y cuando regresé a la entrada del gran salón de convenciones, ¡estaba parado junto a uno de los mayores generadores de ingresos de toda la compañía! Era como estar parado junto a una celebridad. Él había alcanzado lo que yo quería alcanzar, y más. Yo estaba ahí tratando de pensar en algo inteligente para decirle. Al final terminé presentándome con él y preguntándole, "¿Cuál es el secreto?"

Hoy en día sé que no hay ningún secreto y que él podría haberme dicho lo mismo, pero en lugar de eso me tuvo algo de compasión y me dio una gran lección que me ha ayudado hasta el día de hoy. Me dijo, "Eric, ¿ves este cuarto? En él se encuentran alrededor de 2,000 personas. Nosotros tenemos estos eventos cerca de 3 veces al año. Aquí está el secreto. En el siguiente evento, la mitad de estas personas no regresarán, pero la otra mitad que sí regrese estará teniendo ingresos cercanos al doble del promedio de los demás que estén en ese cuarto. Tu trabajo es estar dentro de las 1,000 personas que regresen. Y no se acaba ahí. En el siguiente evento la mitad de esas 1,000 personas no volverá, pero los 500 que regresen tendrán ingresos cuatro veces mayores a la cantidad del promedio de los que estén en el salón. Esto sigue de evento a evento. Si continúas regresando, terminarás dentro de las personas mejor pagadas del salón, y tarde que temprano estarás presentándote en el escenario".

Le dije, "¿Eso es todo?", y me contestó: "Eric, obviamente vas a tener que continuar trabajando en tus habilidades entre evento y evento, pero mi experiencia me ha mostrado que si permaneces más que el resto de las personas en nuestros grandes encuentros, llegarás a la cima." Eso fue algo muy sencillo de entender. Le agradecí y en ese momento hice el compromiso de no faltar a ninguno de los grandes eventos de la empresa.

No fue sencillo. En algunas ocasiones el propio boleto para el evento fue problema. Lo hice una prioridad y encontré la manera de adquirirlos. En otras ocasiones el cuidado de mis hijos fue un inconveniente. Busqué niñeras hasta el cansancio hasta que encontramos a alguien en quien pudiéramos confiar. Algunas veces tuve problemas en conseguir cómo llegar al evento. En lugar de tomar un bonito y cómodo vuelo directo, tuve que

reservar vuelos con dos o tres conexiones. Incluso, en lugar de volar, algunas veces tuve que manejar, incluso sumándome a un vehículo junto con un grupo de personas para llegar ahí. Hubo momentos en los que tuve que reservar un autobús y reclutar personas de mi área para dividir los costos.

El punto es que lo convertí en una prioridad y llegaba al evento- sin pretextos ni excusas.

En lo que se refiere a alojamiento, hoy en día me hospedo en suites, pero no siempre fue así. Al inicio era común que compartiera cuarto con tantas personas como fuera posible. En lugar de pedir servicio a cuarto, comprábamos víveres del supermercado para cocinar platillos económicos. El mini bar estaba religiosamente fuera de nuestro alcance.

La moraleja es que el consejo que recibí hace tantos años SIRVIÓ. Porque yo era ambicioso y hambriento, encontré la manera de superar a las personas menos comprometidas y, tal y como ese líder en ingresos me lo dijo, mis ingresos continuaron creciendo en cada evento.

Además de eso, otra cosa extraña sucedió. Comencé a sentirme diferente a los demás. Comencé a sentirme como un "Iron Man". Comencé a sentirme orgulloso de mi realidad, de seguir de pie cuando otros habían perdido la fe. Así que si eres más comprometido que el resto para asistir a los eventos de destino, ese gran compromiso por lo importante te ayudará bastante.

Una vez que te hayas comprometido plenamente, el siguiente paso es acrecentar el número de personas de tu equipo que asisten junto contigo. La mayoría de las personas anuncian sus próximos grandes eventos a su grupo, se relajan y esperan que la

gente se registre. Los profesionales entendemos que hay una gran diferencia entre ser un “anunciador” y ser un “promotor”.

Los promotores hacen del evento una prioridad para su grupo. Son incansables con su mensaje. Ellos cuentan historias que inspiran a las personas a actuar. No dan nada por sentado y no descansan hasta que las personas se han registrado. Ellos crean una imagen en la mente de las personas sobre lo espectacular que será el evento y los beneficios de que asistan. Una cosa que yo aprendí hace ya tiempo era nunca tomar la excusa de nadie, cuando menos no al inicio. No terminaría de contarte cuántas personas comenzaron a darme sus razones para no poder asistir al próximo evento de destino, para darme cuenta de que su razón era sólo una excusa y que no era realmente cierta.

El problema con los amateurs es que compran la primera historia que escuchan y llegan hasta ahí. Una persona dice, “No puedo dejar el trabajo”, o, “No lo puedo costear”, o “No puedo arreglar el cuidado de los hijos”, o “¿Quién va a cuidar de mi perro?”, o “Tengo una fiesta de cumpleaños ese fin de semana.” Y el amateur dice, “Bueno, así son las cosas. Espero que puedas asistir al próximo.”

El profesional tiene su mente programada de una manera diferente. Cuando escuchan una objeción, no se compran esa historia porque saben que probablemente no sea real-o cuando menos no lo suficientemente real. En cambio, trabajan con esa persona para ayudarles a entender el significado y la importancia de asistir al evento. Entonces piensan junto con ellos para encontrar la manera de superar el problema inicial.

No puedo decirles con cuántas personas he platicado que ya habían decidido que no asistirían al próximo evento y, en tan solo cinco minutos, cambiaron de parecer y se registraron. Lo que hay

que aprender de esto es que tienes que contar tu historia, no creer la de ellos.

Considera esta habilidad como si fueras una empresa que cotiza en la bolsa y el valor de tus acciones está ligado a cuántas personas tienes en cada evento de destino. Si ese fuera el caso, sería tu prioridad garantizar tener un mayor número de participantes en el próximo evento, ¿cierto? Puedes comenzar asistiendo tú solo al primer evento, pero entonces la meta deberá ser llevar a alguien más contigo para el siguiente evento, e incrementar ese número para el próximo, y el próximo, y el próximo. No hay ninguna varita mágica en el Mercadeo en Red, pero esta habilidad es lo más parecido a ello.

CAPÍTULO ONCE

Todo lo que Vale la Pena Toma Tiempo

Si una persona comienza un negocio tradicional, esperan recuperar su inversión en los primeros años y posiblemente pagar su inversión inicial en los primeros cinco años. Pero cuando una persona inicia un negocio de Mercadeo en Red, esperan recuperar su dinero en el primer mes, tener rendimientos en el segundo mes y hacerse ricos en el tercer mes. Y cuando eso no sucede, ¡terminan culpando al Mercadeo en Red!

Es como si las personas no quisieran que las leyes del mundo de los negocios se aplicaran al Mercado en Red. Nosotros SÍ tenemos un mejor método, pero no estamos vendiendo habichuelas mágicas. Todo lo que vale la pena tarda tiempo en desarrollarse.

Yo aprendí una lección muy importante en mi carrera inicial en Mercado en Red: De vez en cuando a lo largo de tu vida, tu ingreso puede tomar un salto de suerte. Puede que estés en el lugar indicado en el momento indicado. Pero si no creces rápidamente como persona al siguiente nivel, tu ingreso volverá a bajar al nivel en el que verdaderamente estás. Al final, solo consigues hacer lo que eres.

¿Cuántas personas conoces que han tenido un muy buen momento y lo perdieron todo? Yo aprendí esta lección de la manera más difícil en mis primeros meses en el Mercadeo Multinivel. Era el año de 1988, y me había unido a una empresa que tenía un paquete de pago por adelantado de $5,000 dólares, y que pagaba al patrocinador entre $1,200 y $2,400, dependiendo de su nivel. Aún y cuando estoy alegre de que esos paquetes de mucho dinero hayan salido de nuestra profesión, en

ese entonces una persona podía obtener grandes cantidades de dinero muy rápido.

Durante mi primer mes en esa empresa, ¡obtuve alrededor de $7,400 dólares! Si recuerdas, mi estrategia era llamar a los amigos de mi padre antes de que él les llamara. ¡Fue fantástico! En mi segundo mes, gané alrededor de $12,200 dólares. ¡Increíble! Pero en eso me llegó el golpe de realidad. Yo no era una persona de $12,000 dólares mensuales. No había trabajado en mis habilidades. No me estaba desarrollando. Sólo me dejaba llevar por la corriente. Mi cheque del tercer mes fue de $1,098.60 dólares. Ver ese cheque fue verme directamente en el espejo. Me enseñó quién era. Fue una sensación horrible.

Mi primera reacción fue renunciar a ello y culpar a todos y a todo por mi pésimo cheque. Pero al poco tiempo me di cuenta que para poder ganar más, necesitaba ser más. Necesitaba trabajar en mis habilidades para no tener que dejar todo a la suerte, al momento o a mi posición.

Puede que hayas escuchado, "Te puedes volver rico rápido", o "No tienes que trabajar", o "El producto se vende por sí mismo", o cualquier tipo de argumentos sobrevaluados. Debes aprender a rechazar aquellas expectativas falsas y poco realísticas y trabajar en TI.

La Fórmula 1/3/5/7

Hay una fórmula que he visto que funciona en nuestra profesión. Yo la llamo la fórmula 1/3/5/7. Como regla general, te tomará un año ser competente y tener rendimientos en el Mercado en Red. Conocerás los conceptos básicos, podrás cubrir tus gastos y estarás aprendiendo. Te tomará cerca de tres años de esfuerzo constante de medio tiempo para poder llegar a dedicarte de

tiempo completo. Te tomará alrededor de cinco años de esfuerzo constante para tener ingresos de seis dígitos o más. Y te tomará cerca de siete años de esfuerzo constante para ser un experto.

Eso no significa que no puedas hacer más que eso a corto plazo. Muchas personas lo hacen. Sólo significa que si quieres MANTENER un nivel de ingresos como ese, eventualmente necesitas convertirte en un experto.

Cuando lo piensas, siete años no es tanto tiempo, especialmente cuando gran parte de eso es medio tiempo. De todas maneras vas a ser siete años más viejo. Igual y pudieras aprovechar para ser un experto en ese lapso en lugar de solo seguir la corriente.

Cómo Aprender.

Una vez que haces el compromiso de enfocarte en tus habilidades, el siguiente paso que debes dar es encontrar las mejores formas de aprender. Una de las mejores cosas que me ha pasado fue darme cuenta de que no hay malas experiencias ni buenas experiencias, sólo experiencias de aprendizaje. Este fue un descubrimiento significativo. Dicho de otra forma, olvídate del resultado y enfócate en lo que puedes aprender de cada experiencia. Esto me quitó mucha presión de encima. Comencé a enfocarme en CUÁNTAS experiencias podía tener, porque mientras más tuviera, más podría aprender.

Otro atributo para ser líder en ingresos en el Mercadeo Multinivel es a lo que yo le llamo "un estudiante activo". Como profesionales, ellos siempre están aprendiendo, siempre están en crecimiento y siempre están tratando de ser mejores. Lou Holtz lo ha dicho de la mejor manera: *"En este mundo o estás creciendo o estás muriendo, así que actívate y crece."*

Yo pienso que eso es verdad. Nunca dejes de aprender.

Modela una Actitud de Éxito.

Intenta evitar el querer reinventar la rueda cuando inicias en esta profesión. El trabajo difícil ya está hecho. No importa en qué empresa estés, es fácil encontrar a alguien quien es altamente exitoso. No importa si se trata de conseguir consumidores, encontrar prospectos, invitar, presentar, dar seguimiento, cerrar tratos, hacer que las personas comiencen, organizar un evento, o cualquier otra habilidad, en este momento hay personas en tu empresa que las han dominado. Y a diferencia de otras profesiones, ¡las personas exitosas en tu empresa están dispuestas a compartir sus secretos! Todo lo que necesitas es modelar su actitud y puedes comenzar a disfrutar de sus resultados.

Estudia

Yo me inicié con programas en audio. En el año de 1988, alguien me dio una copia de una charla que Jim Rohn tuvo con la empresa Shaklee, se llamaba "La Semilla y Quien la Cosecha", y estremeció todo mi mundo. Podría apostar que debo de haber escuchado esa cinta en mi auto unas 500 veces. De ahí, hice mi tarea sobre Jim Rohn y compré su programa en audio llamado "El Reto al Éxito". El Sr. Rohn me dio esperanza, pero más que eso, me dio la guía en mi continuo desarrollo personal. El programa en audio lanzó mi travesía de desarrollo personal.

A través de los años, continúe con docenas de diferentes programas en audio, todos me ayudaron increíblemente para mantener mi mente al día. Hay algo mágico sobre el audio. Te susurra al oído, recordándote tus sueños, tu potencial y cómo llegar a ellos. Además, es repetitivo. Probablemente no leas un libro una y otra vez, pero escucharás un programa en audio una

y otra vez, especialmente si es entretenido. Y pareciera que cada vez es diferente-y lo es, porque TÚ eres diferente.

Jim Rohn también me enseñó a ser un lector. No importa qué intente aprender, hay alguien que ha dedicado toda su vida en ese tema y está ofreciéndotelo por centavos. Acepta esa oferta.

En nuestra sociedad enfocada en lo electrónico, y con una falta de atención, pareciera que menos personas leen libros.

Eso no es cierto para los líderes. Más importante aún, pregúntales qué es lo que están leyendo. Yo no era un gran lector antes de unirme como profesional en el Mercado en Red. Pero desde 1988, he leído en promedio cuatro libros al mes. Esos libros han forjado mi vida y mi carrera para bien. Comprométete a leer solamente 10 páginas al día y en un mes estarás leyendo un libro de 300 páginas. Ese es un muy buen comienzo.

Video

Los videos también son una muy buena fuente de aprendizaje. Algunas veces me gusta ver programas de entrenamiento en lugar de sólo escucharlos. Es parte de las razones por las que decidí utilizar un video como mi principal enfoque en NetworkMarketingPro.com. Me di cuenta que si creaba un video corto con información interesante cada día, las personas recibirían cosas de gran valor. Si deseas revisar los cientos de videos disponibles, puedes ingresar al portal web http://networkmarketingpro.com. Es gratis.

Información en línea.

La Internet ha cambiado la forma en cómo aprendemos y obtenemos información. Puedes tomar ventaja de tutoriales en

línea, ver videos en línea, asistir a seminarios por la web o incluso ver eventos “en vivo” con tecnología streaming.

Eventos

La mejor manera que conozco para hacer propia la información que puede cambiar tu vida, es asistiendo a eventos en vivo. Como ya te lo he dicho, la mayoría de mis momentos decisivos han sido en eventos. Por una parte, siempre hay buena información para una persona que está dispuesta a escuchar. Por otro lado, cuando eliminas todos los demás distractores de tu vida y solamente te enfocas, como lo haces cuando estás en un evento, tienes la oportunidad de verdaderamente escuchar. Ambos lados son buenos.

Ten Cuidado con los Distractores

Con toda la oferta disponible en términos de estudiar tu oficio ahora, más que nunca, debes de tener cuidado sobre qué es lo que permites dentro de tu mente. Personas de todos lados intentarán distraerte con su último y más grande descubrimiento y puede ser muy tentador participar en esas oportunidades. Deberías de enfocarte en acotar tus habilidades: Buscar prospectos, invitar, presentar, dar seguimiento, cerrar tratos, hacer que las personas se inicien y promover eventos.

Asegúrate de dominar ESAS habilidades antes de agregar cualquier otra cosa a tu lista de pendientes.

Actúa

Casi todo el aprendizaje en MLM está en el hacer. Si quieres aprender a hablar con las personas a través del teléfono, entonces habla con más personas a través del teléfono. Si quieres aprender cómo hacer presentaciones en casa, entonces has más

presentaciones en casa. De seguro te darás cuenta de cómo hacerlo. Eso no significa que no debes de seguir buscando el conocimiento en las habilidades necesarias para tener éxito en el Mercadeo Multinivel, pero sí significa que no deberías de esperar para tener todo el conocimiento antes de empezar a actuar.

Parte de la razón por la que las personas evitan actuar es porque tienen miedo de que hagan el ridículo. Si quieres tener éxito en el Mercadeo en Red, debes aprender a hacer el miedo a un lado. Aquí está el por qué: Es muy difícil verte bien y mejorar al mismo tiempo. En lugar de tener miedo sobre cómo te ves cuando estás aprendiendo y creciendo, ten miedo de no actuar y vivir una vida a una fracción de tu potencial.

Déjame darte un concepto que me ha servido por más de 20 años en el campo de desarrollo de mis habilidades. A inicios de los años 90, un amigo y yo comenzamos a buscar un gran producto para el Mercadeo en Red. Viajamos a lo largo del país y conocimos a muchas personas interesantes. Nuestro viaje nos llegó a una organización en Michigan de nombre *High Scope Educational Research Foundation*. Ellos tienen un método progresivo y probado para enseñarles a los niños a aprender de una manera más efectiva.

High Scope tiene varios componentes, pero uno que me impactó entonces y que he utilizado hasta el día de hoy se llama "planea-haz-revisa". Se explica el proceso de la siguiente manera: "En el proceso planea-has-revisa, los niños hacen planes, los llevan a cabo y luego reflexionan sobre lo que han hecho. Al hacer esto, los niños aprender a tomar la iniciativa, a resolver problemas, a trabajar con otros y a alcanzar sus metas - este juego se convierte en algo con mejores propósitos y enfoque. Al hacer el proceso planea-haz-revisa una parte exitosa e integral de las actividades

diarias de los alumnos, aprenderás que puedes promover el aprendizaje y a fortalecer los intereses de los niños y su motivación intrínseca."

Mientras escuchaba lo que decían sobre utilizarlo como herramienta de enseñanza para niños, la única cosa que merodeaba en mi mente era cómo podía utilizarlo para mí y para las personas de mi organización. Aún y cuando las cosas no funcionaron para convertir a High Scope en un producto de Mercadeo en Red, les estaré siempre agradecido por ayudarme a mí y a cientos de miles de personas alrededor del mundo que utilizan este concepto para construir mejores negocios.

Aquí veremos cómo es que yo he usado y enseñado el concepto por más de 20 años:

Elige una habilidad que quieras desarrollar.

1. Realiza un PLAN.
2. HAZ lo que planeaste.
3. REVISA tus resultados para ver cómo lo puedes hacer mejor la próxima vez.

La mayoría de las personas no hacen un plan, solamente salen a HACER. Todavía son muchas más personas las que nunca REVISAN sus resultados para ver cómo pueden mejorar. ¿Ves cómo todo esto se relaciona con que no hay buenas y malas experiencias, sólo experiencias de aprendizaje?

1. Realiza un PLAN.
2. HAZ lo que planeaste.
3. REVISA tus resultados, buenos o malos, para ver cómo lo puedes hacer mejor la próxima vez.
4. Realiza un mejor PLAN.
5. HAZ ese mejor plan.

6. REVISA esos resultados, buenos o malos, para ver cómo puedes hacerlo mejor la próxima vez.
7. Nunca dejes de aplicar el proceso planea-haz-revisa y tarde que temprano te convertirás en un experto a base de prueba y error.

Este pequeño "secreto" para aprender en Mercadeo Multinivel es uno de los más poderosos que he compartido. Se ha convertido en parte de mi ADN y espero que pase lo mismo contigo.

Enseña

¿Te sorprenderías si supieras que enseñar es una de las mejores maneras de aprender? Es verdad. Si en realidad quieres dominar algo, enséñale a otros. El enseñar hace que las cosas se graben en tu cerebro como ningún otro método.

¿Quién crees que obtiene los mayores beneficios de los videos diarios en NetworkMarketingPro.com? ¡Nadie más que YO! Tengo que pensar en ello, prepararlo y presentar un mensaje cada día, así que me ayuda a estar ágil y en la cima de lo que sé. La lección para cada uno de ustedes sería encontrar alguien a quién enseñar, incluso si sólo tienes a una persona en ese grupo. Comienza así y a como tu grupo vaya creciendo, busca más y más oportunidades para enseñar. Tú serás el más beneficiado.

Tus relaciones

Esta es otra lección importante de Jim Rohn. Él me enseño la Ley de Relaciones que dice que tú serás el promedio de las cinco personas con las que pases más tiempo. Pensarás como ellos piensan, actuarás como ellos actúan, hablarás como ellos hablan, y ganarás lo que ellos ganan. Déjame decirte una cosa: esa ley es real. No puedes ir en su contra.

Yo he hecho tres cosas a lo largo de mi carrera en lo que se refiere a mis relaciones.

Primero, he dejado de relacionarme con personas que eran tóxicas para mi vida. Esta no es una decisión fácil, pero es una muy importante. Algunas personas constantemente te tendrán con la moral abajo.

Segundo, he limitado mis relaciones con personas negativas o con personas que no me estaban ayudando en mi crecimiento hacia mis sueños. He aprendido a pasar menos tiempo con esas personas y más tiempo con influencias positivas.

Y tercero, he trabajado en expandir mis relaciones con personas que pueden ayudarme a ser una mejor persona y un mejor profesional. Si tienes la intención de aprender a ser un experto en la Profesión del Mercado de Red, tiene sentido encontrar la manera de pasar más tiempo con personas que tienen las habilidades que estás buscando, ¿cierto?

Si es algo estresante para ti pensarlo cuando estás analizando a las cinco personas con las que actualmente estás pasando tu tiempo, aquí hay un pequeño consejo: Aproximadamente cada seis meses, una de esas cinco personas cambiará. Se mudarán, obtendrán un nuevo empleo, comenzarán una relación, terminarán una relación - algo pasará. El secreto es que, cuando eso pase, escojas con mucha inteligencia cuando estés pensando en quién va a ocupar ese lugar. La mayoría de las personas no pensarán en lo absoluto sobre esto. Ellos sólo permiten que la nueva persona tome ese lugar. Eso es un gran error. Encuentra a alguien que te impulse para seguir adelante. Encuentra alguien que te inspire.

Espero que estas sugerencias sobre los procesos de aprendizaje para ser un profesional te hayan sido de ayuda.

Está bien soñar en grande, pero también debes de ser paciente. Todo lo que tenga un valor toma tiempo. Continúa desarrollando tus habilidades y conviértete en un estudiante permanente. Esas habilidades estarán contigo el resto de tu vida.

Hay un concepto más que necesito entiendas. He analizado a los líderes en ingresos en el Mercadeo en Red, los he entrevistado y nos hemos hecho amigos. ¿Sabes que tienen todos ellos en común? Ellos trabajan DURO. No me malentiendas, tienen un gran nivel de vida y aman lo que hacen, pero se parten el alma haciéndolo. Si quieres tener éxito en Mercadeo Multinivel, tendrás que hacer lo mismo.

En el Mercado de Red no se trata de suerte, oportunidad, ubicación o registrar a esa persona mágica que te hará rico. La libertad es posible, pero no es gratuita. Requerirá trabajo duro para ser consistente cuando el mundo trata de distraerte. Requerirá trabajo duro aprender las habilidades necesarias para tener éxito a largo plazo. Requerirá de un gran esfuerzo ser el líder que estás destinado a ser.

Algunas personas en el Mercadeo en Red se desaniman cuando se dan cuenta de que se requiere de trabajo. La mayoría de ellos se afilian esperando que sean unas vacaciones. Cuando sienten el sufrimiento del crecimiento, salen corriendo. Se diferente. Puede ser difícil trabajar pero es un buen trabajo y es la mejor manera que conozco para que la persona promedio pueda disfrutar de libertad plena.

CAPÍTULO DOCE

Todo Vale La Pena

El Mercadeo en Red puede ser un reto. Es una experiencia emocional. Las altas y bajas pueden ser dramáticas. Pero, al final y por muchas razones, todo vale la pena.

La Carrera Que Tú Crearas

Si decides convertirte en un Profesional del Mercadeo en Red, no solamente crearas un ingreso para ti, también crearas una carrera. Yo pienso mucho sobre esto. Considero las habilidades necesarias para ser un doctor, un abogado, el CEO de una gran compañía, o incluso un músico de clase mundial. Estamos hablando de un alto nivel de habilidades, y un alto nivel de ingresos.

Ahora considera las habilidades necesarias para convertirse en un Profesional del Mercadeo en Red. ¡Son DIMINUTAS en comparación! Y aún así los Profesionales del Mercadeo en Red cuentan con mayores niveles de ingreso y ciertamente un mayor grado de libertad.

Si das un vistazo a mi carrera, hay una barrera de entrada (lo difícil que es entrar) y un beneficio a largo plazo (lo que obtienes una vez que entras). Por ejemplo, un doctor podría tener 12 años de escuela más una residencia médica. Eso requiere de la inteligencia que algunos de nosotros no tenemos, dinero que algunos de nosotros no tenemos, o incluso los contactos que algunos de nosotros no tenemos. Al final, ellos logran disfrutar de un beneficio a largo plazo (aunque muchos de ellos dirían que dicho beneficio no vale su inversión).

Siempre hay un rango entre la barrera de entrada y el beneficio a largo plazo. No hay duda alguna en mi mente sobre cómo, de todas las profesiones en el mundo, la profesión del Mercadeo en Red tiene el mejor rango cuando lo comparas con la baja barrera de entrada y las altas ganancias a largo plazo sobre tu inversión.

Una de las mejores decisiones en mi vida fue el hacer una carrera en el Mercadeo en Red en lugar de solamente perder mí tiempo. Convertirme en profesional hizo una gran diferencia, y ahora es muy divertido pasar gran parte de mi tiempo ayudando a otras personas a lograr lo mismo.

La Libertad Que Disfrutarás

Libertad es una palabra interesante. Cuando se trata del trabajo, yo pienso que entendemos el concepto, pero no el significado completo. Para mí, la libertad significa tener opciones. Significa vivir la vida que yo quiero vivir en lugar de la vida que otras personas quieren que yo viva.

¿Recuerdas la imaginación que tenías cuando eras un niño? Imagina tu vida sin límites.

- Te despiertas cuanto terminas de dormir.
- Haces un trabajo que es gratificante y te hace feliz.
- Puedes trabajar con personas que disfrutas.
- No tienes que ceder todo el tiempo.
- Trabajas cuando quieres trabajar, pero también juegas cuando quieres jugar.
- Pasas mucho tiempo con personas que son importantes para ti.
- Estás viviendo a lo grande y no desperdiciando tu tiempo en una caja.

Cuando tienes una imagen clara sobre lo que es en realidad la libertad, verás que el precio a pagar en el Mercadeo en Red es muy bajo. Enfrentar tus miedos y vivir una vida libre es algo fácil. Pasar el resto de tus días viviendo media vida es algo difícil.

Las Vidas Que Tocarás

Una cosa es crear libertad para ti y para tu familia, pero es otra cosa distinta el ayudar a alguien más a hacer lo mismo.

Hay tantas personas luchando en este mundo. Tú tienes la habilidad de ayudar a que las personas vean lo que pueden hacer para su beneficio. Puedes darle esperanza a quienes no la tienen. Puedes alentarlos a alcanzar sus sueños. Puedes darles la inspiración necesaria para superar sus miedos.

Una de mis más grandes alegrías es aparecer en el testimonial de alguien más. Es genial escuchar que alguien estaba perdido y que de alguna manera, por más pequeña que sea, pude ayudarle a encontrar su camino. El Mercadeo en Red te permite hacer esto a gran escala. No solamente ayudas a una persona, sino que ayudas a cientos o inclusive a miles a que vivan una mejor vida. Y lo más emocionante es que eso es solo el principio.

Es como lanzar una piedra en un estanque. Cuando llega al agua puedes ver que las ondas se hacen más y más grandes hasta que tocan cada orilla del estanque. En el Mercadeo en Red, algunas veces no ves las ondas. Tal vez estás consciente del impacto que tuviste en la vida de una persona, o tal vez en la de dos o tres ondas más, pero el efecto continúa creciendo sin importar si lo vez o no.

Esa es la razón por la que hago lo que hago. Es por lo que escribí este libro. Sé que tendrá un impacto positivo sobre las personas y esa es una piedra lanzada en el agua. Pero entonces ellos

tendrán un impacto positivo en otros y las ondas comienzan, y entonces esas personas harán lo mismo, una y otra y otra vez.

Con el Mercadeo en Red, en verdad puedes hacer una diferencia.

Las Personas Que Conocerás

El Mercadeo en Red me ha presentado a las personas más increíbles. Esta profesión te da una oportunidad de no solo expandir tu grupo de amigos, sino también de poder pasar más tiempo con ellos. Tú nunca encontrarás en ninguna otra profesión un grupo de empresarios más apasionados. Estas personas aman la vida y pasan su tiempo animándose los unos a los otros. Aquí tienes un ejemplo de lo que eso significa para mí y sobre lo que podría significar para ti. Puedes nombrar prácticamente cualquier estado en los Estados Unidos de Norteamérica o casi cualquier país en el mundo, y de inmediato llega a mi mente la imagen de un amigo.

El Mercadeo en Red también me ha presentado a muchos de mis héroes. He tenido la suerte de compartir el escenario y llegar a ser amigo de grandes personas, incluyendo a Anthony Robbins, Brian Tracy, Denis Waitley, el difunto Stephen Covey, Tom Peters, Les Brown, el difunto Og Mandino, David Bach, Robert Kiyosaki, Harvey Mackay, Art Williams, Ken Blanchard, Tom Rath, Daniel Pink, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Jeffrey Gitomer, Gary Vaynerchuk, Tom Hopkins, y muchos, muchos más. Además de todo eso, he podido aprender de más Profesionales del Mercadeo Multinivel, quienes han ganado por lo menos un millón de dólares, de los que puedo contar. Todos ellos han tenido un impacto positivo en mi vida y en mi carrera.

Esta profesión también me ayudó a conocer a mi increíble esposa, Marina. Estaba en Moscú para un gran evento de

entrenamiento de Mercadeo Multinivel y ella asistió al evento con su familia. Como ella podía hablar muchos idiomas, ella estaba ayudando a traducir tras el escenario. Yo estaba enamorado. Nuestra primera cita fue en la Plaza Roja a medianoche, después del evento, con la nieve que caía suavemente alrededor de nosotros. Nunca lo olvidaré. Hemos estado juntos desde entonces. No estoy diciendo que encontrarás el amor de tu vida en el Mercadeo Multinivel, pero SÍ estoy diciendo que encontrarás amistades que durarán para toda la vida.

Los Lugares Que Verás

Si construyes un grande y exitoso negocio de Mercadeo en Red, sucederán unas cuantas cosas. Primero, ganarás algunos viajes que serán los mejores viajes de tu vida. Segundo, necesitarás apoyar a tu organización mientras se expanden a todos los territorios o países en los que la compañía realiza negocios. Y, tercero, tendrás suficiente tiempo y dinero para viajar a donde quieras y cuando quieras.

Se ha dicho que tu vida puede ser medida en base al número y la intensidad de las experiencias vividas. Si eso es verdad, yo ya he vivido una larga vida. He visitado cada Estado en los Estados Unidos excepto por Alaska, lo cual cambiará pronto. He visitado más de 40 países en el mundo. He podido nadar en el Gran Arrecife, paseado por Hagia Sofia en Estambul, visitado las torres gemelas en Malasya, paseado en bote alrededor de la isla James Bond cerca de la costa de Tailandia, las ciudades carpa en Nigeria, paseado en una inmensa rueda de la fortuna en el puerto de Singapur, estuve en un tour privado de la Casa Blanca, observé un amanecer durante Año Nuevo en el Gran Cañón, disfruté de una comida de 30 platillos en el mundialmente famoso

restaurante El Bulli en España, viajé por los canales de Ámsterdam, fui de paseo en un globo aerostático sobre las Montañas Rocosas, renté un barco entero para salir al mar por las Bahamas con 2,000 de mis amigos, tuve una cena bajo las estrellas en lo más alto del Hotel de Paris en Monaco, visité a mis ancestros en Noruega, navegué por el Mar Negro cerca de la costa de Ucrania, aprecié la increíble Capilla Sixtina en Roma, jugué golf en St. Andrews en Escocia, observé un partido de la Copa del Mundo en Irlanda, y recé en el Muro de las Lamentaciones en Jerusalén.

TODO esto y mucho más ha sido una realidad porque acepté la gran profesión del Mercadeo en Red. Lo mismo puede pasarte a ti.

Las Causas A Las Que Puedes Contribuir

Hay muchas causas nobles. Tal vez quieras dar algo de dinero a tus padres o a alguien en tu familia, o a una organización que significa algo para ti. En el 2011, le pregunté a Harvey Mackay, famoso escritor, exitoso empresario y activista comunitario, sobre su secreto para el éxito. Él me contó esta historia.

“Eric, mi padre se sentó conmigo después de que me gradué de la Universidad de Minnesota a los 21 años de edad. Yo era un poco arrogante, iba a hacer mío el mundo, iba a empezar en la cima y subiría más y más. Entonces él me dijo: 'Harvey, el 25 por ciento, una cuarta parte de tu vida, a partir de ahora, estará dedicada al voluntariado'. No sabía a qué se refería, más allá de que comencé a ser voluntario para todo. En United Way, los Boy Scouts, el Ejército de Salvación, March of Dimes, en todo. Déjame decirte lo que esa experiencia ha hecho por mí durante toda mi vida. Al estar en todos esos consejos y ser parte de tantas beneficencias, me convertí en un mejor comunicador. Me

convertí en un mejor líder. Me convertí en un mejor vendedor pues todo lo que estaba haciendo era recaudar dinero para los más de 20 consejos en los que he estado. Me convertí en un mejor gerente de ventas. ¿Puedes imaginar cuantas personas nuevas conocí solamente por ser un voluntario? Mi red creció enormemente.

Pero lo mejor que sucedió fue mi sentido de ser un ciudadano del mundo. Saber que lograste ayudar a otro ser humano y poder ver los resultados - es un sentimiento increíble. Estoy muy agradecido con mi padre por su consejo que cambió mi vida".

Esta entrevista cambió MI vida pues impactó mi manera de pensar sobre contribuir. Siempre había pensado que solamente había una manera de ayudar a una causa noble, y eso era con tu dinero. Pero después de mi conversación con Harvey, me di cuenta de que hay tres maneras de ayudar.

La primera es con tu dinero. Desde luego que puedes hacer un cheque, y eso es muy bueno. El Mercadeo en Red puede permitirte hacer cheques más grandes de los que jamás habías imaginado.

La segunda es con tu tiempo. Como dijo Harvey, puedes dedicar una parte de tu vida a causas que son importantes para ti. Él escogió un 25 por ciento. Tú puedes escoger lo que quieras, pero te aconsejo que lo hagas. Y por tiempo, no quiero decir que dediques unas cuantas horas por aquí y por allá en un refugio o haciendo algo. Quiero decir que dediques tu tiempo al pensamiento creativo, a crear conciencia, y a recaudar dinero.

Y la tercera es probablemente la más importante, y esa es usar tu influencia. Usa el tiempo que pasarás apoyando a tu causa y colócalo todo sobre tu influencia. Inspira a tu organización a

hacer algo grande contigo. Alienta a tu compañía a que participe. Usa tu red para realizar grandes cosas. Tú eres poderoso y más aún por tu participación en el Mercadeo en Red. Usa tus influencias para el bien. Cambiará tu vida y hará que sea mejor.

La Persona En La Que Te Convertirás en el Proceso

El Mercadeo en Red cambió mi vida para bien gracias a que me forzó a convertirme en una mejor persona. Como profesión, nosotros llevamos productos y servicios a los clientes que los quieren, pero nuestro propósito real es aún más profundo.

En su centro, esta profesión es una incubadora para el crecimiento personal.

- Aprenderás a hacerle frente a tus miedos.
- Aprenderás cómo resolver problemas.
- Aprenderás como alimentar a tu mente con lo positivo y protegerla de lo negativo.
- Aprenderás cómo hacerte más fuerte.
- Aprenderás cómo ser líder.

Cuando primero comencé en esta profesión, yo hacía casi todo con miedo. Tenía miedo de no tener éxito. Tenía miedo de que se me terminaran los prospectos. Tenía miedo de que se me pasara la oportunidad. Pero, con el paso del tiempo, ese miedo desapareció. Decidí enfocarme en mí mismo y en mis habilidades en lugar de en todas las cosas que no podía controlar, y entonces todo se volvió más claro. Aprendí el verdadero secreto del Mercadeo en Red.

El más grande beneficio no es obtener lo que quieres. El más grande beneficio es en lo que necesitarás convertirte para obtener lo que quieres. Yo aprendí lo que siempre ha estado ahí,

y lo que ha sido pasado de generación en generación. El viaje lo es todo.

Gracias por tomar este viaje conmigo. Déjame concluir al compartir lo que digo al final de cada video de Network Marketing Pro. Señoras y señores, mi deseo para ustedes es que decidan convertirse en Profesionales del Mercadeo en Red - que se decidan por Go Pro, pues es un hecho que tenemos una mejor manera. Ahora digámoselo al mundo.