



YOUR
VIRTUAL
UPLINE

LA GUÍA DE AMAR, SERVIR Y CRECER



AMAR, SERVIR, CRECER es la clave que desbloqueará todo lo que siempre haz deseado en tu negocio de mercadeo en red. Es el secreto para el éxito y la satisfacción duradera.

Esta guía te enseñará el enfoque de Amar, Servir y Crecer para construir tu negocio de mercadeo en red. Para muchos de ustedes, esta será una mentalidad y un enfoque **RADICALMENTE** diferentes en comparación con lo que han aprendido y les han enseñado en el pasado.

En resumen, esto es lo que nos enseña Amar, Servir y Crecer ...

Todo lo que siempre has deseado en tu negocio es un **PRODUCTO DERIVADO** de amor y servicio, **NO** ventas y marketing.

Ganar dinero más, hacer crecer tu equipo más rápido, alcanzar el siguiente rango, aumentar tu número de seguidores en las redes sociales, sentirse más feliz y realizado, tener más confianza y fe, literalmente **TODO** lo que siempre ha querido ...

Viene como un **SUBPRODUCTO** de tu cambio hacia el amor y el servicio en tu negocio.

Esto es completamente contrario a lo que hace la mayoría de las personas en esta profesión: piensan que el secreto del éxito es volverse excelente en ventas y marketing. Entonces, eso es lo que dedican la mayor parte de su tiempo a hacer y, como resultado, siempre luchan por crear los resultados que desean.

Si se encuentra atascado en este momento, congelado por el miedo y abrumado, confundido en cuanto a lo que necesita hacer para crear los resultados que desea ...

Casi puedo garantizar que se debe a que aún no haz realizado este cambio en tu negocio.

En el Desafío Amar, Servir y Crecer que está a punto de atravesar, te enseñaré **EXACTAMENTE** cómo hacer este cambio en tu negocio.

Lo más probable es que te sorprendas de dónde comienza realmente este proceso, pero una vez que vea cómo funciona, le prometo que tendrá total sentido porqué ha estado luchando.

Estoy emocionado por ti porque sé que esta serie de capacitación de 4 partes será beneficiosa para tu negocio y tus resultados. Algunos de ustedes están literalmente a días del gran avance que estaban esperando.

Te lo contaré por mi experiencia en mi propio negocio, y después de haber enseñado este enfoque a literalmente a decenas de miles de personas en todo el mundo, no hay nada que puedas hacer que ayude a transformar tu negocio y tus resultados más rápido.

Creé esta guía con guión para ayudar a complementar lo que aprenderá en el desafío.

Una de las preguntas más importantes que siempre me hacen las personas es acerca de los guiones y qué hacer y decir cuando se trata de prospectar y reclutar.

La gente me oye hablar sobre Amar, Servir y Crecer: les encanta la idea de hacer este cambio en su negocio, pero luego luchan por saber cómo se ve realmente en la vida real.

Entonces, para responder esa pregunta y ayudarlos a todos en esta área, creé esta guía de guión completa. En esta guía, cubriremos de principio a fin: todo lo relacionado con compartir tus productos y negocios con clientes potenciales. La forma Amar, Servir y Crecer.

Hay guiones que te ayudarán con cada uno de estos diferentes pasos del proceso:

- + Alcance inicial
- + Cómo hacer la transición a su negocio
- + Seguimiento con prospectos
- + Superar objeciones
- + Clausura

En el desafío, cubriremos cómo llegar a los prospectos con la manera Amar, Servir y Crecer, y verá cuán diferente es esa mentalidad de lo que haz hecho antes.

Pero en esta guía especial complementaria, profundizaremos mucho más en el idioma y los guiones, junto con todos los pasos del proceso, para brindarle aún más claridad y confianza.

Habiendo dicho eso, vamos a entrar en los diferentes guiones e idiomas que enseñamos a nuestros estudiantes para que podamos guiarlo hacia la creación de mejores resultados.

ALCANCE INICIAL

Tanta gente con la que trabajamos lucha en este primer paso inicial. Se sienten paralizados por el miedo y las dudas al compartir sus productos y negocios con prospectos.

Carecen de confianza en exactamente las palabras correctas para decir y tienen tanto miedo de decir algo incorrecto y alejar a la gente.

Mi consejo para comunicarse es simple: menos siempre es más. ¡Manténgalo simple y bajo ninguna circunstancia intente vender o reclutar en el mensaje inicial!

Este es el error más grande que cometen las personas que literalmente mata sus posibilidades antes de que tengan la oportunidad de comenzar el proceso.

Esto sucede la mayor parte del tiempo porque las personas se centran más en las ventas y el reclutamiento, y en lo que el cliente potencial puede hacer por **ELLOS** comprándoles o uniéndose.

Amar, Servir y Crecer te enseñará un enfoque **RADICALMENTE** diferente en esta área. Liderar con **SERVICIO** te enseña a centrarte en las necesidades de otras personas antes que en las tuyas.

En el desafío, profundizaré en este concepto, pero por ahora, aquí hay algunos guiones simples que puede usar para asegurarse de no cometer estos grandes errores.

Observe el tema común con todos estos guiones: son **CONVERSACIONALES**.

Eso significa que no estás mencionando a tu empresa de inmediato, sino que te estás tomando el tiempo para conectarte con alguien y hacer la transición a tus productos o negocios de una manera más natural.

Estos son solo algunos de mis enfoques favoritos que personalmente solía usar en mi propio negocio y que enseñamos a nuestros estudiantes.

ACERCARSE A ALGUIEN CON QUIEN NO HAZ HABLADO EN MUCHO TIEMPO

He escuchado a muchos estudiantes decirme: "Se siente tan **INAUTÉNTICO** llegar a personas con las que no he hablado en un tiempo".

Pregunto, *"¿Crees que tus productos pueden cambiar la vida de alguien?"*

La respuesta es siempre "**SÍ**" ... entonces mi respuesta es - *"Entonces no es auténtico **NO** acercarte a ellos y compartir lo que tienes".*

Amar, servir, y crecer hace que cambie tu forma de pensar sobre la prospección y lo que hace.

Cuando estás realmente concentrado en las necesidades de otras personas y ayudando a resolver sus problemas, tus propios miedos e inseguridades se vuelven mucho menos poderosos sobre ti.

Este es el poder de tener una mentalidad de **SERVICIO** en lugar de ventas.

Dicho esto, me encanta ser directo, honesto y auténtico cuando me acerco a estas personas; creo que ese es siempre el mejor enfoque.

Oye _____. Estaba pensando en ti el otro día y me di cuenta de que ha pasado tanto tiempo desde la última vez que hablamos. ¿Cómo estás?

(pasa algunos mensajes poniéndote al día con ellos)

La razón por la que quería comunicarme es esta ... Estoy realmente entusiasmado con un negocio que he estado construyendo / producto que he estado usando y pensé en ti.

Puede que sea algo que te interese o no, pero me encantaría compartir información contigo para ver si te viene a la mente a ti o alguien que conoce.

Es una gran oportunidad para cualquiera que no esté realmente contento con su trabajo o carrera actual y esté buscando un cambio. ¿Estarías dispuesto/a a echar un vistazo?

EL ENFOQUE DE OPINIÓN

Esta ha sido siempre una de mis formas favoritas de acercarme a un cliente potencial. Esto es especialmente bueno para cualquier persona a la que usted admire o que tenga más éxito en sus vidas.

La clave aquí es simplemente lograr que estén dispuestos a echar un vistazo a tu información para ver si despierta algún interés en ellos. En el peor de los casos, ¡tal vez te refieran a alguien!

Oye _____. Quería extender la mano y ver si estarías dispuesto/a a hacerme un favor.

Realmente me vendría bien tu AYUDA. Tengo algo que quiero compartir contigo. Me gustaría conocer tu opinión. Es un nuevo negocio que comencé / proyecto en el que estoy trabajando.

Necesito a alguien en quien pueda confiar para que me dé retroalimentación honesta. Realmente valoro y respeto su opinión cuando se trata de cosas como esta.

Si te envío información breve para que la revise, ¿estarías dispuesto/a a revisarla?

EL ENFOQUE "LO ARRUINÉ TOTALMENTE"

Creo que el título de este lo resume bastante bien... esto es **PERFECTO** para las personas con las que te has comunicado en el pasado y lo hiciste de la manera totalmente incorrecta enviándoles spam desde el principio.

Encuentro que ser directo, honesto y mostrar un poco de vulnerabilidad siempre funciona mejor con estas personas. La gente se siente atraída por esas cualidades.

Oye _____. ¡Mucho tiempo sin hablar! ¿Cómo va todo?

¡Reconócelo! - Te debo una disculpa. La última vez que hablamos compartí mi negocio contigo y lo hice totalmente mal. No me di cuenta en ese momento, pero ahora lo entiendo.

*Realmente has estado en mi mente últimamente / en mi corazón últimamente. Nunca he estado más emocionado por lo que estoy haciendo, y realmente me encantaría tener la oportunidad de compartir contigo un poco sobre lo que estoy haciendo. **MANERA CORRECTA.***

¿Estaría dispuesto a tener una conversación y al menos echarle un vistazo? Quién sabe, tal vez alguien a quien conozcas pueda venir a tu mente al menos.

De cualquier manera, sería genial ponerte al día contigo.

EL ENFOQUE DE REFERENCIA

Este enfoque funciona muy bien con cualquier persona que conozcas que tenga mucho éxito y /o alguien que conozca a quien aún no te haya acercado con tus productos o negocios.

Hola Sue, tengo un pequeño favor que pedirte. Me preguntaba si podrías ayudarme con algo.

Estoy buscando algunas personas nuevas con las que trabajar dentro de mi negocio y me preguntaba si conoces a alguien (elija una de estas a continuación)...

- + ¿No está contento con su trabajo o carrera actual y busca un cambio?
- + ¿No ganan tanto dinero como les gusta y buscan una oportunidad?
- + ¿Tiene una gran calidad de liderazgo que puede estar buscando una nueva oportunidad / carrera?
- + ¿Tiene familia y posiblemente estaría buscando una manera de ganar más dinero desde casa?

EL ENFOQUE DE MERCADO CALIENTE

Este enfoque se utiliza mejor para sus familiares y amigos más cercanos, lo que también se conoce como su "mercado caliente". ¡Sea directo y aproveche su **RELACIÓN** con ellos!

Este enfoque es ideal para personas nuevas que recién comienzan. Se centra en ayudarlo a conseguir que algunos clientes y usuarios de productos obtengan ganancias rápidas.

Oye _____. Me preguntaba si estarías dispuesto/a a ayudarme con algo.

*Tengo un nuevo producto que estoy comenzando a comercializar con mi negocio y necesito algunas personas en las que pueda confiar y que estén dispuestas a **PROBARLO** y me den sus **COMENTARIOS**. (Explique brevemente el producto y el **PROBLEMA** que te ayuda a resolver).*

*¿Estarías dispuesto/a a probarlo durante 30 días, tal vez **COMPARARLO** con lo que esté usando actualmente y déjeme saber lo que piensas?*

Realmente sería de gran ayuda para mi negocio.

Si no le gusta, no te volveré a pedir que vuelvas a comprar. Pero si te encanta (creo que lo harás), puedo mostrarte cómo convertirte en cliente y obtener un descuento comprando a través de mí.

Siempre recuerda que el Sí construye tu negocio, el No lo construye a usted.

TRANSICIÓN A TUS PRODUCTOS O NEGOCIO

Hacer el cambio de una pequeña charla y ponerse al día con alguien con quien no ha hablado en un tiempo para mencionar tus productos o negocios (dependiendo de lo que lidere) puede parecer intimidante. Sin embargo, tener una transición simple cambia la dirección de la conversación.

Esto se puede hacer con tu mercado frío o caliente. Después de ir y venir con la conversación y establecer una buena relación, esto es lo que puede decir....

"Oye, mientras hablamos, ¿qué tipo de maquillaje / cuidado de la piel / suplementos / joyas / ejercicio usas?"

"Oye, mientras conversamos, ¿mantienes abiertas tus opciones comerciales?"

No vendes productos. ¡Vendes transformaciones!

EL SEGUIMIENTO

El mayor error que cometen las personas en el seguimiento es ser el experto al responder todas sus preguntas y explicar todo.

DEBE utilizar herramientas de terceros aquí en el seguimiento para que sea eficaz.

Una de las cosas más desafiantes durante el seguimiento es **NO** responder todas las preguntas.

Así es como debería ir el proceso de seguimiento:

Al comienzo de la conversación de seguimiento con un cliente potencial, haga 2 preguntas ...

1. "¿Qué es lo que más te gustó de lo que vio/escuchó?"
2. "¿Estás interesado/a en obtener más información?"

Si su respuesta es **NO**, significa que **NO** es un prospecto... ¡agradézcales y siga adelante!

Si tu cliente potencial tiene preguntas u objeciones... Está **BIEN** (significa que está interesado)

Lo que quiero saber en este punto es **CUÁN INTERESADO** están ...

Grandes preguntas para determinar su nivel de interés son....

1. En una escala del 1 al 10, 1 es sin interés... .10 está listo para inscribirse - ¿dónde dirías que te encuentra ahora mismo?
2. ¡Genial! ¿Qué necesitarías para convertirte (el número que te dieron) en (elegir los siguientes 3 números más altos)?

Cuando un prospecto interesado te haga una pregunta o presente una objeción, haz todo lo posible para responderlas utilizando herramientas adicionales de terceros (videos, presentaciones, otras personas/línea ascendente en un chat grupal de FB, eventos en línea, etc.)

En promedio, se necesitan entre 5 a 10 exposiciones de tu producto o negocio antes de que un cliente potencial realmente diga "Sí".

OBJECIONES / CIERRE

La razón por la que la mayoría de las personas luchan con las objeciones es porque **REACCIONAN** cuando las personas las dan y no eligen intencionalmente su respuesta.

LA OBJECCIÓN DEL DINERO

Esta objeción es cuando alguien le dice que no tiene suficiente dinero para comprar tus productos o unirse a tu negocio.

Hay 3 tipos de personas que utilizan esta objeción:

- + Alguien que **SÍ** tiene el dinero, pero simplemente no está interesado.
- + Alguien que está interesado, tiene el dinero, pero está usando esto como una excusa.
- + Alguien que está realmente interesado, pero que realmente no tiene dinero.

Tu trabajo es averiguar en cuál de estas 3 categorías se encuentra el prospecto.

Para ello, haz preguntas aclaratorias. Aquí es donde respondes con una simple declaración directa para tratar de profundizar en sus razones reales.

A continuación se muestran algunos ejemplos de buenas preguntas aclaratorias.

'Lamento escuchar eso. Cuéntame más sobre eso.'

La estrategia es que quieres volver a ponerles el asunto, hacer que hablen más y esperar que te den la verdadera razón o aclaren su propia objeción.

Te sorprenderá de cuántas personas después de esa simple declaración seguirán adelante y le darán la verdadera razón por la que no están interesadas. Funciona muy bien.

Aquí tienes otra opción de algo que podrías decirles después de que te den la objeción por primera vez:

"Puedo apreciar tu situación. He estado en el mismo lugar antes en mi vida. Déjame preguntarte, ¿es que realmente no tienes el dinero y quieres hacer esto? ¿O es solo una forma educada de decir 'no' para no herir mis sentimientos?"

Digamos que en este punto descubres que el dinero **ES** su verdadera objeción. Tienen un interés genuino, pero no pueden conseguir el dinero en este momento.

Recomendaría utilizar una de estas dos estrategias...

#1 EL ENFOQUE ENRAIZAR

En este enfoque, el objetivo es ver si puedes hacer que actúen incluso antes de que paguen y comiencen.

La idea aquí es que si están dispuestos a empezar a llegar a las personas que conocen, compartiendo los productos y / o la oportunidad, y encuentran a alguien que **ESTÁ** interesado.

Eso puede aumentar la probabilidad de que encuentren el dinero para unirse. O al menos, acelere el proceso de inicio creando urgencia.

Esta estrategia solo es efectiva si tienen un interés **GENUINO** en comenzar una vez que tengan el dinero.

"¿Cuánto tiempo crees que te tomaría juntar el dinero?"

"Déjame preguntarte esto: ¿realmente QUIERES hacer esto?" (Espera a que respondan)

"Si el dinero no fuera un problema, ¿estaría listo para comenzar hoy?"

"¿Qué pasa si tú y yo empezamos a trabajar juntos y vemos si podemos encontrar algunas personas que conoces que estén interesadas?"

"¿Mientras estás trabajando para reunir el dinero, podemos ponerte en una posición para comenzar rápidamente!"

Si son honestos contigo y realmente quieren comenzar, estarán dispuestos a comenzar el proceso. Si no están dispuestos a tomar medidas, no los presiones. Fija una fecha para darle seguimiento.

#2 LA LLAMADA DEL DESPERTAR

Esta es una gran estrategia para usar con alguien con quien tiene una relación sólida, donde puede ser más directo y desafiarlo de una manera amorosa y compasiva.

Este también es un gran ejemplo de lo que significa liderar tu negocio con **AMOR** y estar dispuesto a tener conversaciones difíciles con las personas para su propio beneficio.

Este es el idioma que debes utilizar con ellos para ayudarlos a "despertarse".

"¿Puedo ser totalmente honesto contigo por un segundo?"

"Solo te digo esto porque realmente me preocupo por ti y quiero verte feliz".

'¿Cuánto tiempo has estado trabajando? Después de todo ese tiempo, ¿no tienes \$ X dólares para invertir en ti mismo y en un negocio/producto que potencialmente podría cambiar tu vida?'

"¿Podemos estar de acuerdo tú y yo en que lo que estás haciendo ahora no está funcionando? (Es importante decir esto con un tono comprensivo y empático)"

"Si no haces nada diferente, ¿va a cambiar algo realmente para ti dentro de un año? (espera a que respondan a esta pregunta)"

"Supongo que lo que estoy diciendo es que si no es esto, ¿entonces qué? ¿Quieres una solución? Porque, como amigo/a tuyo, tengo claro que necesitas hacer un cambio. Tu mereces más.'

"Sé que tienes el potencial de hacer mucho más en tu vida".

"Sé que tengo un vehículo que puede ayudarte a llegar allí. Trabajando juntos podemos ayudar a que esto suceda para ti y tu familia".

"¿Qué podemos hacer para que esto suceda y podamos ayudarte a hacer un cambio?"

En este punto, tendrá una idea de cuán genuinamente quieren unirse a tu equipo por su reacción.

LA OBJECCIÓN DE TIEMPO

Esta es una objeción muy común que hace la gente. En mi experiencia, muchas veces te posicionas como "el experto" al no utilizar herramientas de terceros.

Piénsalo, si **TU** necesitas mucho tiempo para explicar y responder preguntas, ¿no es natural que las personas sientan resistencia en torno a la cantidad de tiempo que necesitan dedicar?

Asegúrate de mantener las cosas simples, hablar menos y utilizar herramientas de terceros.

De esa manera, verás que comienzas a tener menos objeciones. ¡Puedes señalar la simplicidad del proceso destacándoles exactamente lo que hizo!

Esto es lo que comenzaría diciendo cuando recibes esta objeción:

'Lamento escuchar eso. Cuéntame más sobre eso.'

La mayoría de las personas continuarán enfatizando cuánto les está sucediendo en su vida y cómo no sería posible que se unieran a tu negocio.

Aquí está la siguiente pregunta clave que determinará si esta persona es un prospecto real:

"¿Cómo te hace SENTIR todo eso?"

Debes intentar aprovechar las emociones subyacentes relacionadas con esta área. Muchas personas simplemente pasan por su vida sin pensar en cómo les hacen sentir estas situaciones.

Hacer esta pregunta puede ser muy efectivo, porque comienza a hacer que tu cliente potencial se sienta **COMPENDIDO**. Este es un paso fundamental para cerrar. Es el viejo adagio: a la gente no le importa lo que usted sabe, hasta que saben que le importa.

Aquí hay algunos idiomas adicionales que puede usar:

"Si no es así, ¿tienes un plan para cambiar tu situación y recuperar parte de tu tiempo?"

"¿No quieres un plan o algo que pueda ayudar a mejorar la calidad de tu vida?"

Si te responden de manera positiva, pasa a la siguiente parte:

*Así es como funciona ... Tú y yo trabajamos **JUNTOS**, al principio son principalmente **TUS** contactos y **MI** tiempo.*

Simplemente comparte los productos y la oportunidad con las personas, y si están interesadas en aprender más, ¡ahí es donde intervengo y asumo el control a partir de ahí!"

Si tiene alguna historia específica que pueda compartir sobre otras historias de éxito en tu empresa (personas que también tuvieron problemas con el tiempo), este sería un gran lugar.

¡Pongámonos manos a la obra para que en esta época del próximo año ya no tengas este problema!

O

Si está dispuesto a dedicar solo de 3 a 5 horas a la semana, sigue nuestro sistema, y déjame ayudarte, podemos hacer cosas increíbles juntos.

En este punto, si todavía no están dispuestos a comenzar, simplemente continua. Agradézcales por su tiempo y vuelva con ellos en otro momento.

LA OBJECCIÓN DEL VENDEDOR

Esta objeción surge la mayor parte del tiempo cuando hablas demasiado. Realmente es así de simple. La razón es que lo que perciben que les estás haciendo es "vendíéndoles".

No olvides que el proceso de formación comienza desde el primer momento en que abres la boca para hablarle a alguien. ¡Les estás mostrando lo que quieres que hagan, basado en lo que realmente haces!

La mayoría de las personas no se consideran "tipos de ventas", por lo que se resistirán mucho a la idea de que hacer lo mismo. ¡La clave aquí es que debes aprender a empezar a decir **MENOS**!

Recuerda: ¡Cuanto menos **DIGAS**, más **GANARÁS**! La mejor manera de manejar esta objeción es trabajar muy duro en el uso de herramientas de terceros y, si está hablando, asegúrate de que estás haciendo una de las siguientes cosas:

- + Compartiendo tu historia con ellos
- + Compartir con otros en la historia de tu empresa
- + Invitarlos al siguiente paso de tu proceso a otra herramienta o evento

Es muy difícil manejar esta objeción si tu mismo lo haz hecho de la manera incorrecta.

Sin embargo, digamos que hiciste todo de la manera correcta y todavía recibes esta objeción.

Esto es lo que harías y dirías:

"¿Qué de lo que hice, crees que no puedes hacer?"

Luego, debes seguir cada paso y señalar la simplicidad de realmente "hacer el negocio". Hágales saber que, más que nada, lo que hace es **COMPARTIR**, no vender.

No es un negocio de ventas, es un negocio de compartir.

Tu trabajo es simple, simplemente comparte los productos y la oportunidad con las personas que conoces utilizando las herramientas que te proporcionamos.

Recuerda ... La gente no busca OPORTUNIDADES. Buscan soluciones a sus problemas.

CLAUSURA

En realidad, un "cierre exitoso" se establece desde la primera interacción con tu cliente potencial.

Desde el primer mensaje que envías a tu cliente potencial en las redes sociales para iniciar una conversación, le estás enseñando y capacitando cómo manejar tu negocio.

Puedes decir y hacer todo perfectamente, pero eso no es lo más importante. Lo que más importa es la **INTENCIÓN** detrás de las palabras y las acciones.

Dile a tu cliente potencial lo antes posible en el proceso lo siguiente:

"Cuando te unas a mí o compras de mis productos, estaré ahí para ti".

Establece un equilibrio entre ti y tu prospecto al comienzo del proceso de exposición, diciendo:

"Lisa, no estoy aquí para" venderte o convencerte ". Es importante para mí que lo sepas. Quiero que te asegures de que somos adecuados para ti, y quiero asegurarme de que tu seas adecuado/a para nosotros".

CERCA DE SUS OBJETIVOS

Cerrarse a sus metas significa recordarles su meta una y otra vez. Toda tu presentación se basa en tu solución a su problema.

"Julie, ¿recuerdas cuando me dijiste que no tenías tiempo? ¿No tenías ninguna pasión en el trabajo? ¿Estabas luchando económicamente? ¿No quieres resolver ese problema?"

UTILIZAR "PUNTUACIÓN FUTURA"

Haz que tu cliente potencial califique en una escala del 1 al 10 lo importante que es para ellos lograr sus objetivos.

Quieres que **ELLOS** establezcan la línea base de urgencia para que alcancen sus metas. Puedes utilizar su línea de base definida como palanca para moverlos a la acción.

El número que te dan se convierte en el punto de negociación y el apalancamiento para futuras conversaciones sobre su negocio.

Si te dan un número menor a un 5., no es su problema real o simplemente no están tan interesados en lo que les está ofreciendo.

Suponiendo que sea un 5 o más, querrá que te digan cómo sería mejor su futuro si alcanzaran su meta.

+ "¿Qué tan importante es para ti tener más tiempo libre en tu vida para pasarlo con tu familia?"

+ "Si tú y yo juntos hiciéramos que eso sucediera en los próximos 12 a 18 meses, si tuvieras la libertad de llevar a tu esposa a casa desde su trabajo, ¿cómo sería tu vida mejor?"

EL MÉTODO DE RECUPERACIÓN

Si todo lo demás falla y haz utilizado todas las estrategias, te recomiendo mirar a tu cliente potencial directamente a los ojos y decir esto:

"Rachel, haz lo que tu corazón y tu mente te dicen que hagas. Tu ya sabes la respuesta."

Realmente no hay nada más que puedas hacer o decir en este momento, por lo que también puedes decir esto:

"Rachel, si no sabes al 100% que esto es para ti después de todo lo que hemos hablado... entonces tal vez esto no sea para ti".

Cuando alguien te diga "no", vuelve a sus objetivos que compartió originalmente contigo. Agradéceles por su tiempo y vuelve a hacer referencia a sus objetivos.

"Realmente espero que encuentres algo que te ayude (haz referencia a su objetivo específico), porque te lo mereces. Si hay algo que pueda hacer para ayudarte, házmelo saber".

Acércate a las personas que te dicen "no" con el mismo nivel de cuidado, amor y compasión que a las personas que te compran y se unen a tu equipo.

SEGUIMIENTO DESPUÉS DE UN "NO"

Toma nota en tu calendario para hacer un seguimiento con esa persona 30 días después de que te haya dicho "no".

Consulta las notas que tomó cuando los estaba buscando, recuerda cuáles eran sus objetivos (problema que tenían) y busca un recurso para compartir con ellos y ayudarlos.

Podría verse como esto:

"Oye, Sue. Espero que todo esté bien por tu parte. Estaba pensando en ti el otro día. Encontré un (artículo, podcast, libro, FB Live, etc.) que pensé que sería genial para ti.

Sé que la última vez que hablamos estabas (buscando perder peso, encontrar más tiempo libre, tener más estabilidad financiera, etc.), y creo que esto realmente podría ayudarte en esa área.

De cualquier manera, con suerte, habrá dado algún paso en esa área. ¡Te lo mereces! ¡Dime lo que piensas al respecto cuando tengas la oportunidad de verlo! "