

LA GUÍA DE AMAR, SERVIR, CRECER

AMAR, SERVIR, CRECER es la clave que desbloqueará todo lo que siempre ha deseado en su negocio de mercadeo en red. Es el secreto del éxito y la satisfacción.

Esta guía te enseñará el enfoque Amar, Servir, Crecer para construir tu negocio virtual. 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, Crecer...

**Todo lo que siempre ha querido en su negocio es un
PRODUCTO DERIVADO de amor y servicio, NO ventas y
marketing.**

Ganar más dinero, hacer crecer su equipo más rápido, alcanzar el siguiente rango, aumentar sus 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 su cambio hacia el amor y el servicio en su 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 pasan la mayor parte de su tiempo haciendo 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 debe hacer para crear los resultados que desea ...

Casi puedo garantizar que se debe a que todavía no ha realizado este cambio en su negocio.

En el Desafío Amar, Servir, Crecer que está a punto de atravesar, le enseñaré EXACTAMENTE cómo hacer este cambio en su negocio.

Lo más probable es que se sorprenda de dónde comienza realmente este proceso, pero una vez que vea cómo funciona, le prometo que tendrá total sentido por qué ha estado luchando.

Estoy emocionado por usted, porque sé que esta serie de capacitación de 4 partes será beneficiosa para su negocio y sus 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 te ayude a transformar tu negocio y tus resultados más rápido.

Creé esta guía de 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 de Amar, Servir, 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 sus productos y negocios con clientes potenciales. La forma Amar, Servir, Crecer.

Hay secuencias de comandos que lo ayudarán con cada uno de estos diferentes pasos del proceso:

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

En el desafío, cubriremos cómo llegar a los prospectos de la manera Amar, Servir, Crecer, y verá cuán diferente es esa mentalidad de lo que ha 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 esto, analicemos los diferentes guiones y el lenguaje que enseñamos a los estudiantes para que podamos guiarlo hacia la creación de mejores resultados.

ALCANCE INICIAL

Tantas personas con las que trabajamos luchan en este primer paso inicial. Se sienten paralizados por el miedo y la duda cuando comparten 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 es siempre más. ¡Manténgalo simple y bajo ninguna circunstancia intente vender o reclutar en el primer mensaje inicial!

Este es el error más grande que cometen las personas que literalmente matan sus posibilidades antes de que tengan la oportunidad de iniciar 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 comprandoles o uniéndose.

Amar, Servir, Crecer te enseñará un enfoque RADICALMENTE diferente en esta área. Liderar con SERVICIO le enseña a concentrarse 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 está mencionando su empresa de inmediato, sino que se está tomando el tiempo para conectarse con alguien y hacer la transición a sus 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 HAS HABLADO EN UN TIEMPO

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

Pregunto, *"¿Cree que sus 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, Crecer hace que cambie su forma de pensar sobre la prospección y lo que hace.

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

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.

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

(gaste algunos mensajes poniéndose 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 le interese o no, pero me encantaría compartir información con usted para ver si se le viene a la mente a usted o a 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 echar un vistazo?

EL ENFOQUE DE OPINIÓN

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

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

Hola _____. Quería ver si estarías dispuesto 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 una retroalimentación honesta. Realmente valoro y respeto tu opinión cuando se trata de cosas como esta.

Si te envío alguna información breve para que la revises, ¿estarías dispuesto a revisarla?

EL ENFOQUE "COMETÍ UN ERROR"

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 hicieron 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.

Hola _____. ¡Hace mucho tiempo no hablamos! ¿Cómo va todo?

¡Reconocerlo! - Te debo una disculpa. La última vez que hablamos compartí mis asuntos contigo y lo hice totalmente mal. No me di cuenta en ese momento, pero ahora lo sé mejor.

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 abierto a tener una conversación y al menos echar un vistazo? Quién sabe, tal vez alguien que conoces pueda venir a tu mente al menos.

De cualquier manera, sería genial ponerte al día contigo.

EL ENFOQUE DE REFERIDOS

Este enfoque funciona muy bien con cualquier persona que conozca que tenga mucho éxito o alguien que conozca a quien aún no se haya acercado con sus productos o negocios.

Hola, Sue. Tengo que pedirte un pequeño favor. Me preguntaba si podrías ayudarme con algo. Estoy buscando algunas personas nuevas con las que trabajar en mi negocio y me preguntaba si conocía a alguien (elija una de estas a continuación) ...

- + ¿No estás contento con tu trabajo o carrera actual y buscas un cambio?*
- + ¿No ganan tanto dinero como les gusta y buscan una oportunidad?*
- + ¿Tiene una gran calidad de liderazgo que puedes estar buscando una nueva oportunidad / carrera?*
- + ¿Tienes familia y posiblemente estarías buscando una manera de ganar más dinero desde casa?*

EL ENFOQUE DE MERCADO DINÁMICO

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 ayudarle a conseguir que algunos clientes y usuarios de productos obtengan ganancias rápidas.

Hola _____. Me preguntaba si estaría dispuesto 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 ayuda a resolver).

¿Estarías dispuesto a probarlo durante 30 días, tal vez COMPARARLO con lo que estés usando actualmente y dejarme saber lo que piensas?

Realmente sería de gran ayuda para mi negocio.

Si no te 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.

Recuerde siempre que el “SI” construye su negocio, el “NO” lo construye a usted.

TRANSICIONANDO A SUS 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 sus 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 su mercado frío o caliente. Después de ir y venir con la conversación y establecer una relación, esto es lo que puede decir....

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

"Oye, mientras charlamos, ¿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 le gustó de lo que vio / escuchó?" 2. "¿Está interesado en aprender más?"

Si su respuesta es NO, significa que NO es un prospecto ... ¡agradézcales y continúe!

Si su 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. Una escala del 1 al 10, 1 sin interés... 10 está listo para registrarse - ¿dónde diría que se encuentra ahora mismo?
2. ¡Genial! ¿Qué necesitarías para hacerte (el número que te dieron) un (elige los siguientes 3 números más altos)?

Cuando un prospecto interesado le haga una pregunta o presente una objeción, haga 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.)

Se necesita un promedio de entre 5 y 10 exposiciones de su producto y 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 sus productos o unirse a su negocio.

Hay 3 tipos de personas que utilizan esta objeción:

- + Alguien que TIENE el dinero, pero simplemente no está interesado.
- + Alguien que está interesado, tiene el dinero, pero lo usa como excusa.
- + Alguien que esté realmente interesado, pero que realmente no tenga dinero.

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

Haz esto haciendo preguntas aclaratorias. Aquí es donde responde con una simple declaración directa para intentar

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 devolverles la idea, hacer que hablen más y esperar que le den la verdadera razón o aclaren su propia objeción.

Se 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 entender tu situación. He estado allí antes en mi vida. Déjame preguntarte, ¿es que realmente no tienes el dinero y quieres hacer esto? ¿O es simplemente 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 DE ENRAIZAMIENTO

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

La idea aquí es si están dispuestos a comenzar a acercarse a las personas que conocen, compartir los productos y / o la oportunidad, y encuentran a alguien que ESTÉ 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 realmente efectiva si tienen un interés GENUINO para 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 usted está trabajando para reunir el dinero, podemos ponerlo en una posición para comenzar rápidamente!"

Si son honestos con usted y realmente quieren comenzar, estarán dispuestos a comenzar el proceso. Si no están dispuestos a actuar, no los presione. Fije una fecha para el seguimiento.

#2 EL ENFOQUE DE LA LLAMADA DE ATENCION

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

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 su negocio con AMOR y estar dispuesto a tener conversaciones difíciles con las personas para su propio beneficio.

Este es el idioma que le gustaría usar con ellos para ayudarlos a "despertarse".

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

"Solo te digo esto porque realmente me preocupa 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 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 compasivo y empático) "

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

"Supongo que lo que estoy diciendo es que si no es esto, ¿entonces qué? ¿Quieres una solución? Porque como amigo tuyo, tengo claro que necesitas hacer un cambio. Tú 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 usted y su familia ".

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

LA OBJECCIÓN DE TIEMPO

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

Piénselo, si USTED necesita mucho tiempo para explicar y responder preguntas, ¿no es natural que las personas sientan resistencia por la cantidad de tiempo que necesitan dedicar?

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

De esa manera, verá que comienza a tener menos objeciones. ¡Puede señalar la simplicidad del proceso destacándoles exactamente lo que hizo!

Esto es lo que comenzaría diciendo cuando recibas esta objeción:

'Lamento escuchar eso. Cuéntame más sobre eso.'

La mayoría de las personas continuarán enfatizando lo mucho que les está sucediendo en su vida y cómo no les sería posible unirse a su negocio.

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

"¿Cómo te hace SENTIR todo eso?"

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

Hacer esta pregunta puede ser muy efectivo, porque comienza a hacer que su prospecto se sienta COMPRENDIDO. Este es un paso crítico para el cierre.

Es el viejo adagio: a la gente no le importa lo que sabes hasta que sepan que te preocupas.

Aquí hay algunos idiomas adicionales que puede usar:

"Si no es así, ¿tiene un plan para cambiar su situación y recuperar parte de su 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 esto ... 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 su empresa (personas que también lucharon con el tiempo), este sería un gran lugar.

¡Pongámonos manos a la obra para que a esta hora del año que viene, ya no tengas este problema!

O

Si está dispuesto a dedicar solo de 3 a 5 horas a la semana, siga nuestro sistema y déjeme ayudarlo, podemos hacer cosas increíbles juntos.

En este punto, si aún no están dispuestos a comenzar, simplemente continúen. Agradecemos por su tiempo y regrese a ellos en otro momento.

LA OBJECCIÓN DEL VENDEDOR

Esta objeción surge la mayoría de las veces cuando habla demasiado. Realmente es así de simple. La razón es que lo que perciben que les estás haciendo es "vendiéndolos".

No olvide que el proceso de formación comienza desde el primer momento en que abre la boca 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 hagan lo mismo. ¡La clave aquí es que debes aprender a empezar a decir MENOS!

Recuerde: ¡Cuanto menos DIGA, más GANA! La mejor manera de manejar esta objeción es esforzarse mucho en el uso de herramientas de terceros y, si está hablando, asegúrese de que esté haciendo una de las siguientes cosas:

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

Es muy difícil manejar esta objeción si usted mismo lo ha hecho de la manera incorrecta. Sin embargo, digamos que hizo todo de la manera correcta y todavía recibe esta objeción.

Esto es lo que haría y diría: *"¿Qué de lo que hice, crees que tu no puedes hacer?"*

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

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

Su trabajo es simple, simplemente comparta los productos y la oportunidad con las personas que conoce utilizando las herramientas que le proporcionamos.

Recuerde ... la gente no busca OPORTUNIDADES. Buscan soluciones a sus problemas.

CLOSING

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

Desde el primer mensaje que envía a su cliente potencial en las redes sociales para iniciar una conversación, le está enseñando y capacitando cómo hacer su 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 acciones.

Dígale a su cliente potencial lo antes posible en el proceso lo siguiente:

"Cuando te unas a mí / me compres, estaré allí para ti".

Establezca un equilibrio entre usted y su 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 se asegure de que seamos adecuados para usted y quiero asegurarme de que usted sea adecuado para nosotros ".

CERCA DE SUS OBJETIVOS

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

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"

Haga que su 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 de base de urgencia para que alcancen sus metas. Puede utilizar su línea de base definida como palanca para moverlos a la acción.

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

Si le dan un número menor a 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, entonces querrás que te digan a TI cómo sería mejor su futuro si alcanzaran su meta.

- + *"¿Qué tan importante es para usted que tenga más tiempo libre en su vida para pasarlo con su familia?"*
- + *"Si tú y yo hiciéramos que eso sucediera en los próximos 12 a 18 meses, si tuvieras la libertad de llevar a tu esposo a casa desde su trabajo, ¿cómo sería tu vida mejor?"*

EL MÉTODO DE SALIDA

Si todo lo demás falla y ha utilizado todas las estrategias, le recomiendo mirar a su cliente potencial directamente a los ojos y decir esto:

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

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

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

Cuando alguien te diga "no", vuelve a sus objetivos que originalmente compartió contigo. Agradézcales por su tiempo y vuelva 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 ayudarlo, hágamelo 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"

Tome nota en su calendario para hacer un seguimiento con esa persona 30 días después de que le haya dicho "no".

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

Podría verse algo como esto:

"Hola 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, obtener más estabilidad financiera, etc.), y creo que esto realmente podría ayudarte en esa área.

De cualquier manera, es de esperar que haya dado algún paso en esa área. ¡Te lo mereces! ¡Dime lo que piensas al respecto cuando tengas la oportunidad de comprobarlo! "