



www.a3vté.com

# GUÍA DE ÉXITO

¡BIENVENIDO A LA FAMILIA A3VTÉ!





# Bienvenido al Movimiento A3VTé.

Si deseas convertirte en un líder, construir una red sólida, capacitada y conectada a un propósito, este es el camino hacia tu éxito.

Movimiento A3vte es el mejor sistema de entrenamiento de la industria del Network Marketing, las herramientas, la universidad, los entrenamientos, nuestra app y nuestra experiencia nos posicionan como el Sistema de Entrenamiento #1 a Nivel Global.

Hoy, quiero compartirte que me encuentro muy emocionada al saber que haz decidido evolucionar dentro de la industria, y por eso, pongo en tus manos esta Guía de Inicio, en el que paso a paso te explico como acelerar el crecimiento de tu negocio.

Todo lo que hoy es grande, alguna vez fue pequeño y de ese recorrido he podido recopilar todas las herramientas que ejecuté para llegar a donde estoy hoy, por que sé que para tener y alcanzar el éxito, no basta con quererlo, hay que saber obtenerlo y que mejor que tener herramientas profesionales a la mano.

A lo largo de estas páginas, encontrarás estrategias de marketing, guiones, plantillas para lista de contactos, información de valor y más.

Espero que aproveches y saques el máximo potencial de esta poderosa herramienta que hoy pongo en tus manos.

Nos vemos en la cima del éxito.

*Ana Cantero*  
Coach & Networker Profesional



# HOJA DE REGISTRO

DATOS IMPORTANTES QUE NO DEBES OLVIDAR  
Recuerda que cuentas con tu equipo

NOMBRE:

IBO:

PATROCINADOR:

LINK:

FECHA DE AUTO ENVÍO MENSUAL:

## LÍNEA DE AUSPICIO

| RANGO                       | NOMBRE | TELÉFONO |
|-----------------------------|--------|----------|
| <b>DIRECTOR:</b>            |        |          |
| <b>ESTRELLA CRECIENTE</b>   |        |          |
| <b>DIRECTOR EJECUTIVO:</b>  |        |          |
| <b>DIRECTOR REGIONAL:</b>   |        |          |
| <b>DIRECTOR NACIONAL:</b>   |        |          |
| <b>DIRECTOR GLOBAL:</b>     |        |          |
| <b>EMBAJADOR:</b>           |        |          |
| <b>EMBAJADOR EJECUTIVO:</b> |        |          |
| <b>GRAN EMBAJADOR</b>       |        |          |

# ÍNDICE

- 05 MOVIMIENTO A3VTÉ**  
Bienvenida, Visión, Misión, Características.
- 10 EL MERCADEO EN RED**  
¿Por qué es la mejor opción?
- 12 ¿POR QUÉ ELEGIR TOTAL LIFE CHANGES?**  
La Empresa, Variedad de productos, Plan de Compensación
- 14 ELIGE CONVERTIRTE EN UN PROFESIONAL**  
Impostores, Amateurs y Profesionales.
- 16 5 PASOS PARA EL ÉXITO**  
Simples recomendaciones para lograr tu meta.
- 22 10 DESTREZAS PARA EL MERCADEO EN RED**  
te convertirán en un líder exitoso.
- 48 TU PRIMER Lanzamiento de Negocios**  
Aprende a coordinar una reunión privada.
- 50 CHECK LIST**  
del nuevo socio
- 56 MARKETING DE ATRACCIÓN**  
a través de Redes Sociales
- 77 GLOSARIO DE TÉRMINOS MLM**  
Familiarízate con los términos más usados.
- 80 RANGOS DE LA COMPAÑÍA**  
Categorías, requisitos, elegibilidad, pago y bonificación.



# BIENVENIDO A ESTA GRAN FAMILIA



Felicitaciones por haber tomado la decisión de tener un Cambio Total de Vida con TLC y por haber iniciado a educarte con nuestro sistema. Esperamos tener una relación duradera contigo, tanto en el negocio, como también personalmente.

Las personas nuevas son muy importantes para nosotros y nuestro sistema está diseñado para ayudarte a que tengas éxito en tu negocio. Lo más importante es saber que el éxito en nuestra profesión no sucede por casualidad, tampoco de la suerte, depende de su disposición de aprender y poner en práctica lo aprendido.

Nuestra red está creciendo en tiempo récord y creemos que cualquier persona que desee aprender y trabajar puede triunfar.

Por tal razón, queremos que aprendas, apliques y dupliques estas simples pero muy efectivas técnicas que te vamos a mostrar, las cuales llevarán a tu negocio al éxito y te aseguran el alcance de tus sueños y metas en esta compañía. Si sigues las instrucciones al 100%, puedes llegar más rápido, son técnicas comprobadas por el tiempo que han ayudado a muchos a convertirse en empresarios exitosos y estamos seguros que también pueden ayudarte a ti.

**¡Te deseamos muchos éxitos!**

***“Todos tienen el mismo producto y plan de compensación, pero tú serás la diferencia entre el éxito y el fracaso.”***

# ¿QUÉ ES A3VTÉ?

“Somos un equipo de profesionales de distintas áreas y emprendedores como TÚ, que hemos alcanzado el éxito con la extraordinaria industria del Network Marketing”

**NOS INTEGRAMOS A UNA DE LAS COMPAÑÍAS QUE HA GANADO MÁS PRESTIGIO EN LA INDUSTRIA EN POCO TIEMPO.**

Al convertirnos en Distribuidores Independientes de esta empresa, nos permite alcanzar un crecimiento y desarrollo personal excepcional, gracias a la política y filosofía que sustenta la compañía y la cual representamos, en el marco de alcanzar una vida saludable y próspera.



## NUESTRA VISIÓN

Ser reconocido por nuestro destacado trabajo, capacidad y habilidades para prospeccionar personas con decisión y potenciales recursos de negocios, creando una plataforma y un sistema de negocios en el cual garantizamos la duplicación sostenible que derive en desarrollar un gran liderazgo, excelentes bonificaciones y posiciones significativas en nuestra red.

## NUESTRA MISIÓN

Asumir con entusiasmo y motivación el reto de capacitar en materia de MLM, desarrollando una red, brindando apoyo y acompañamiento a todos aquellos Distribuidores Independientes seguros y entusiastas que han decidido ser parte del gran proyecto de salud y prosperidad económica, con el objetivo de alcanzar un nuevo estilo de vida, saludable y con libertad financiera.

# CARACTERÍSTICAS DE NUESTROS MIEMBROS



01

El convertirnos en Distribuidores Independientes de esta empresa, nos permite alcanzar un crecimiento y desarrollo personal excepcional, gracias a la política y filosofía que sustenta la compañía y la cual representamos, en el marco de alcanzar una vida saludable y próspera.

02

Procuran comprender primero a otros, antes de recibir la retribución de ser comprendidos. Se interesan en las personas, escuchan a los demás, aprenden de la gente.

03

Tienen iniciativa propia y responden a los problemas exteriores sobre la base en los principios. Son personas conscientes de si mismos, asumen responsabilidad de sus acciones, no culpan ni acusan a otros cuando algo anda mal.

04

Irradian energía positiva, son alegres, su actitud es optimista, su espíritu entusiasta. Son honestos, íntegros y leales a su causa.

# CÓDIGO DE ÉTICA

- 01** No hables mal de ningún compañero de equipo, por que mancharás tu liderazgo. Sin educación nadie podrá desarrollar una red. El líder que habla negativo automáticamente termina alejándose del resto. Aunque tengas dudas de un compañero, mejor educa y así tu grupo no se dividirá, te respetará y te duplicará.
- 02** Trata los asuntos personales directamente con la persona involucrada. Evita crear o caer con chismes. Todo Networker Profesional puede resolver cualquier diferencia con algún compañero.
- 03** Nunca permitas que asuntos personales interfieran con la misión de equipo. La Misión del equipo es ser el más organizado y grande en el mundo. Así todos sus integrantes tendrán el ambiente de éxito necesario para crear una sana y gigantesca red.
- 04** No busques ni pidas compasión, ni exijas reconocimiento. Cuando un líder exige su exposición, el equipo completo sufre. Más grande y valiosa es la persona que humildemente derrama sus talentos al éxito.
- 05** El Movimiento A3Vté, es solo uno. No lo dividas. No cambies o inventes con otro nombres, eso confundirá a tu propio grupo. Mejor promueve la unidad y tu Equipo de Profesionales en Red. Sabemos que todo el mundo quiere ser reconocido, por eso cuídate y no permitas que la sensación de querer brillar, los egos personales nublen la visión de los compañeros a largo plazo. Puedes usar con orgullo todos los logotipos o herramientas del equipo. El propósito es crear sentido de unión, equipo y que todos tengan una Rápida Duplicación a nivel mundial.
- 06** No saques copias a las herramientas porque no te duplicará. Cuando uno comparte material copiado, la imagen de uno como líder se desgasta. Uno envía un mal ejemplo y pierde la credibilidad ante los miembros de su propio equipo. Mejor adquiere las siempre originales.



## “SI VIOLAS EL CÓDIGO CUANDO TE LLAMEN LA ATENCIÓN, NUNCA LO TOMES PERSONAL”



**07** No pedir productos o dinero prestado a los compañeros, ni a la línea de auspicio. Cuando un asociado pide productos o dinero o exige regalos como premios, eso rompe su Duplicación. Ahora la relación patrocinador y asociado se cambia a una prestamista y deudor. Seguimos la estrategia que funciona y protege a todos que es: “Cada cuál financia su negocio”.

**08** No pedir derrame de personas. Hay miles y miles de prospectos en abundancia para todos. Cada cual debe hacer su trabajo de prospectar y dar sus presentaciones. Todos debemos desarrollar sus dos Equipos (Izquierda y Derecha) y no poner las esperanzas de que el patrocinador coloque personas o volumen en tu negocio. Si tu grupo se entera que tu estás pidiendo derrame de personas, ellos te lo reclamarán a ti.

**09** No hablar de negocios con “cross lines”. Seguro que somos amigos de todas personas en la empresa, sin embargo hay que hablar de negocio y estrategias sólo con los compañeros del Movimiento A3vté. Porque debemos respetar las estrategias de los otros Equipos. Si tratamos de capacitar a los demás de otros Equipos, sin querer vamos a confundir y distraer de las estrategias que sus auspiciadores les han enseñado.

**10** Regístrate a los eventos comprando tus boletos inmediatamente que el equipo lo anuncie. El registrarse rápido a los eventos promueve tu liderazgo ante tus auspiciados y ellos te duplicarán.

**11** No ingieras ningún tipo de bebidas alcohólicas en los eventos del equipo.

**12** Siempre tienes que apoyar la decisión final del equipo, aunque no estés de acuerdo. Si un líder no apoya las decisiones ya aprobadas, entonces creará dudas y división dentro de su propia red. Respeta y cuida tu línea de auspicio, si la pierdes serás el que más perderá.



EL MERCADERO  
EN RED ES LA  
**MEJOR  
OPCIÓN**

**¿TE SIENTES  
INQUIETO?**

**¿TE SIENTES  
INSATISFECHO?**

**¿SIENTES QUE  
DEBE HABER  
UNA MEJOR  
MANERA DE  
HACER LAS  
COSAS EN TU  
TRABAJO Y EN  
LA MANERA EN  
QUE TE GANAS  
LA VIDA?**

La buena noticia es: **Sí, hay una mejor manera pero es diferente a lo que te enseñaron en la escuela. Vamos a explicarte:**

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 pueden entrar al mundo de la publicidad para hacer que se corra la voz, pueden contratar grandes y costosos equipos de ventas para vender sus productos o servicios, o pueden 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 continúa siendo la mejor manera de promover un producto o servicio. La compañía puede usar el dinero que hubieran gastado en publicidad y promoción para 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. 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?

#### **ALGUNOS BENEFICIOS DEL MERCADEO EN RED:**

- \* Sin jefes.
- \* Sin desplazarse al trabajo.
- \* Sin reloj de alarma.
- \* Sin empleados.
- \* Sin políticas.
- \* Sin discriminación.
- \* Sin requisitos educativos.
- \* Disfruta y trabaja con la gente.
- \* Crecimiento personal.
- \* Bajo costo de inicio.
- \* Bajo riesgo.
- \* Resistente a la economía.
- \* Beneficios fiscales
- \* Ingresos ilimitados.
  - Ingresos residual.
  - Libertad de tiempo.
- \* ¡Divertido!

**¡IMAGINA PODER DISFRUTAR DE UNA  
PROFESIÓN CON TODOS ESOS ATRIBUTOS!**

# ¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

# 5

## RAZONES DE POR QUÉ SOMOS LOS MEJORES.

Queremos compartir contigo las razones por las cuales TLC es la mejor opción en la industria del Mercadeo en Red

### 01 Empresa Sólida y Global

Registrada en Chesterfield, Michigan Detroit, USA desde el año 1999 y con Oficinas Corporativas en California y Houston. En el 2011 inició la comercialización de sus productos bajo el sistema de Marketing Multinivel (MLM), teniendo un gran crecimiento en sus ventas en los últimos años de más de un 800%, convirtiéndose en una de las primeras 100 empresas más importantes del mundo según la DSA. En la actualidad Total Life Changes se encuentra en más de 100 países en todo el mundo y con sede física en más de 20 de estos. Actualmente la empresa tiene oficinas y/o Centros de Distribución en Estados Unidos, República Dominicana, Ecuador, México, Colombia, Perú, Guatemala, El Salvador y Centros de distribución en India, África, Asia y Europa.

### 02 Corporativo competente y liderazgo experimentado

TLC fue fundado por Jack Fallon, el cual tiene la misión de dar esta oportunidad para que otros puedan prosperar económicamente, en lugar de depender de otros para ayudar a mantener a sus familias. Jack ejecuta una búsqueda exhaustiva de una persona para poner en práctica su modelo de negocio e impulsar TLC y sus productos hacia mercados más amplios. Junto a él, un equipo profesionales en cada una de sus áreas, llevan a TLC al lugar en donde se encuentra hoy en día, pero mejor aún, con la visión de llegar a todo el mundo



### 03 Variedad y calidad del sistema

Los modestos inicios de TLC se remontan a más de 15 años con un solo producto, NutraBurst vitaminas líquidas, en este momento manejamos 10 industrias de rápido crecimiento: Pérdida de peso, Nutrición, Salud, Belleza, Anti-envejecimiento, Aroma Terapia, Energía y muchos más!. Bajo la visión de Jack Fallon, nuestro compromiso es ofrecer la más alta calidad de todos los productos naturales que promuevan el bienestar y una calidad de vida sostenible.

**2011** Inicio del Sistema MLM en TLC

Esto representó un crecimiento en las ventas en más de un 800%.



## 05 Momento oportuno

Con solo 6 años en la industria de Mercadeo en Red, TLC ha logrado posicionarse rápidamente como una de las empresas de mayor crecimiento y resultados de la industria, hoy en día ya en TLC tenemos resultados comprobados de personas que han logrado la libertad financiera gracias a esta compañía, como también miles de testimonios de personas que han tenido un cambio total de vida gracias al uso continuo de nuestros productos. Es por esto que con resultados a la mano, excelentes productos y un increíble plan de compensación, sabemos que estamos iniciando una de las mejores etapas de nuestro negocio, en donde vamos a crecer y a seguir expandiéndonos rápidamente en todas partes del mundo.

***“NUESTRO COMPROMISO ES OFRECER LA MÁS ALTA CALIDAD DE TODOS LOS PRODUCTOS NATURALES QUE PROMUEVAN EL BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA SOSTENIBLE.”***

## 04 Plan de compensación único

TLC ha creado el plan de compensación binario híbrido más poderoso de la industria. Ha sido diseñado para compensarte rápidamente por presentar los productos y la oportunidad de negocio a nuevos representantes y también crear un lucrativo ingreso residual por tu trabajo arduo y continuo. Este plan consta de 5 Bonos: Venta Directa, Inicio Rápido, Binario, Igualación y Estilo de Vida.

Jack  
Fallon  
CEO FUNDADOR



# EXISTEN 3 TIPOS DE NEGOCIOS

ELIGE CONVERTIRTE EN UN PROFESIONAL

## IMPOSTORES:

Tratan a esta profesión como si fuera boleto de lotería. Están esperando poder ganar mucho con el menor esfuerzo posible

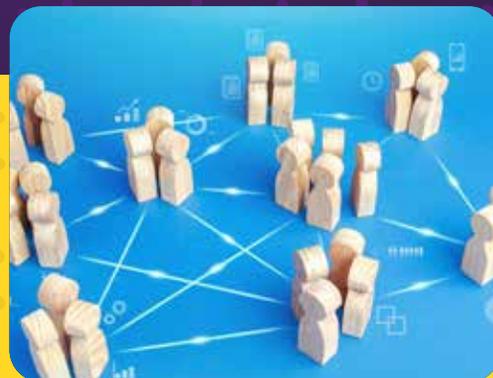
## AMATEURS:

Se enfocan en cosas diferentes. La suerte, el momento oportuno, la posición y los atajos.

## PROFESIONALES:

Un profesional del Mercadeo en Red es: "Una persona experta en las habilidades necesarias para construir una gran 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? El entusiasmo es bueno pero eventualmente, necesitas unir la pasión con las habilidades.

Si vas a ser parte de esta gran profesión, decide hacerla bien y trátala como una profesión.



# EXISTEN **3 ELEMENTOS BÁSICOS** PARA TU NEGOCIO DE MERCADEO EN RED:

**1** **LOS PRODUCTOS DE LA COMPAÑÍA**

**2** **PLAN DE COMPENSACIÓN**

**3** EL MÁS IMPORTANTE **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 las personas arriba de ellos en la estructura por todos sus problemas. Aquí todo cambia cuando aceptas toda la responsabilidad por tu carrera en el Mercadeo en Red.



# 5 PASOS PARA EL ÉXITO



## ESTABLECE TÚ **PORQUÉ**

**Escribe 10 razones por las cuales deseas hacer este negocio.** ¿Cuál es tu verdadero porqué? ¿Qué te mueve? ¿Qué te duele? ¿Cuánto dinero deseas ganar en los próximos 6 meses? ¿Cuántas horas estás dispuesto a dedicar por semana para lograr estas metas?



## SER PRODUCTO DEL **PRODUCTO**

- Forma parte del Club 120.
- Configura tu auto-envío mensual
- Identifica los productos que tú y tu familia necesitan consumir todos los meses
- Escribe tu testimonio del producto en tus primeras 48 horas





**3** PASO TRES

## ELABORA UNA LISTA DE CONTACTOS

- Escribe 50 posibles clientes y 50 posibles socios de negocios.
- Clasifica tu lista según la guía de inicio
- Aprende el guion de llamadas.
- Busca mínimo 10 clientes fijos mensuales



**4** PASO CUATRO

## COORDINA 4 LANZAMIENTO DE NEGOCIOS POR SEMANA

- Coordina tu primer Lanzamiento de Negocios u oficina en tu primera semana.
- Aprende como hacer tu Lanzamiento de Negocios en la guía de inicio.
- Agenda con tu equipo mínimo 4 Lanzamiento de Negocios por semana.



**5** PASO CINCO

## CONÉCTATE A UN SISTEMA DE ÉXITO COMPROBADO

- Regístrate en [www.a3vte.com](http://www.a3vte.com)
- Conéctate al sistema educativo.
- Conéctate a las presentaciones entretenimientos en [www.facebook.com/movimientoa3vte](https://www.facebook.com/movimientoa3vte)
- Coordina tu primer Lanzamiento de Negocios u oficina en tu primera semana.
- Asiste a las reuniones locales e internacionales de la compañía



# 5 PASOS PARA EL ÉXITO

## 1.- ESTABLECE TU PORQUÉ

Escribe 10 razones por las cuales deseas hacer este negocio. ¿Cuál es tu verdadero Porqué? ¿Qué te mueve? ¿Qué te duele? ¿Cuánto dinero deseas ganar en los próximos 6 meses? ¿Cuántas horas estás dispuesto a dedicar por semana para lograr estas metas?

|    |     |
|----|-----|
| 1. | 6.  |
| 2. | 7.  |
| 3. | 8.  |
| 4. | 9.  |
| 5. | 10. |

## 2.- SER PRODUCTO DEL PRODUCTO

Identifica los productos que tú y tu familia necesitan consumir todos los meses

|  |  |
|--|--|
| ¿Qué producto elegirás para ser evidencia de los beneficios que promueves?                   |  |
| ¿Por qué elegir ese producto?  |  |
| ¿Cómo consideras que influirá ser resultado de tu producto en la percepción de tus clientes? |  |
| Escribe tu testimonio del producto   |  |

### 3.- ELABORA UNA LISTA DE CONTACTOS

- Escribe 50 posibles clientes y 50 posibles socios de negocios.
- Clasifica tu lista según el tipo de prospecto
- Aprende el guion de llamadas.
- Busca mínimo 10 clientes fijos mensuales

| DATOS DEL PROSPECTO |          | MÉTODO DE PROSPECCIÓN |        |         | SEGUIMIENTO  |                        |                       | CATEGORÍA            |         |
|---------------------|----------|-----------------------|--------|---------|--------------|------------------------|-----------------------|----------------------|---------|
| NOMBRE              | TELÉFONO | REDES SOCIALES        | EVENTO | LLAMADA | CAPACITACIÓN | SUSCRIPCIÓN AL SISTEMA | CIERRE Y PRIMER VENTA | SOCIO / DISTRIBUIDOR | CLIENTE |
| 1.-                 |          |                       |        |         |              |                        |                       |                      |         |
| 2.-                 |          |                       |        |         |              |                        |                       |                      |         |
| 3.-                 |          |                       |        |         |              |                        |                       |                      |         |

### 4.- COORDINA PRESENTACIONES

- Coordina tu primer evento/presentación/reunión en tu casa u oficina en tu primera semana.
- Aprende como hacer una presentación exitosa y efectiva (Recuerda el tema de crear una conferencia y hablar en público)
- Agenda con tu equipo mínimo 4 eventos/presentación/reunión por semana.

|  |  |
|--|--|
| Fecha del evento   |  |
| Objetivo del evento  |  |
| Tema a presentar   |  |
| Mobiliario   |  |
| Material digital e impreso   |  |
| ¿Harás una demostración/presentación del producto o servicio?                                |  |
| ¿Asistirán personas que den su testimonio acerca de cómo los beneficio el producto/servicio? |  |
| ¿Cómo será su participación?   |  |

## 5-CONÉCTATE A UN SISTEMA DE ÉXITO COMPROBADO

- Regístrate en el sistema A3VTé.
- Conéctate a la universidad A3VTé, en donde encontrarás toda la capacitación necesaria para convertirte en un networker profesional.
- Descarga la Aplicación de A3VTé, encuéntrala en el App Store y Google Play.
- Conéctate a las presentaciones / entretenimientos/Horas de poder, etc en nuestra Página de Facebook “Movimiento A3VTé”
- Coordina tu primer evento en tu casa u oficina en tu primera semana.
- Asiste a las reuniones locales e internacionales de la compañía.

### AGENDA DEL SISTEMA A3VTE

| HORA     | LUNES         | MARTES                   | MIÉRCOLES                | JUEVES                   | VIERNES                  | SÁBADO | DOMINGO             |
|----------|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------|---------------------|
| 10:00 AM | HORA DE PODER | HORA DE PODER            | HORA DE PODER            | HORA DE PODER            | HORA DE PODER            |        |                     |
| 07:00 PM | BOOT CAMP     |                          |                          |                          |                          |        |                     |
| 08:00 PM | BOOT CAMP     |                          | NEXT LEVEL               |                          |                          |        |                     |
| 9:00 PM  | BOOT CAMP     | PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS | PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS | PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS | PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS |        |                     |
| 10:00 PM | BOOT CAMP     | TIKTOK POWER             |                          | TIKTOK POWER             | TIKTOK POWER             |        | MENTORÍA MILLONARIA |

**RECUERDA SIEMPRE QUE EL ÉXITO, REQUIERE DE UN ESFUERZO Y ALCANZAR NUESTRAS METAS ESTÁN AL OTRO LADO DE NUESTROS MIEDOS.**

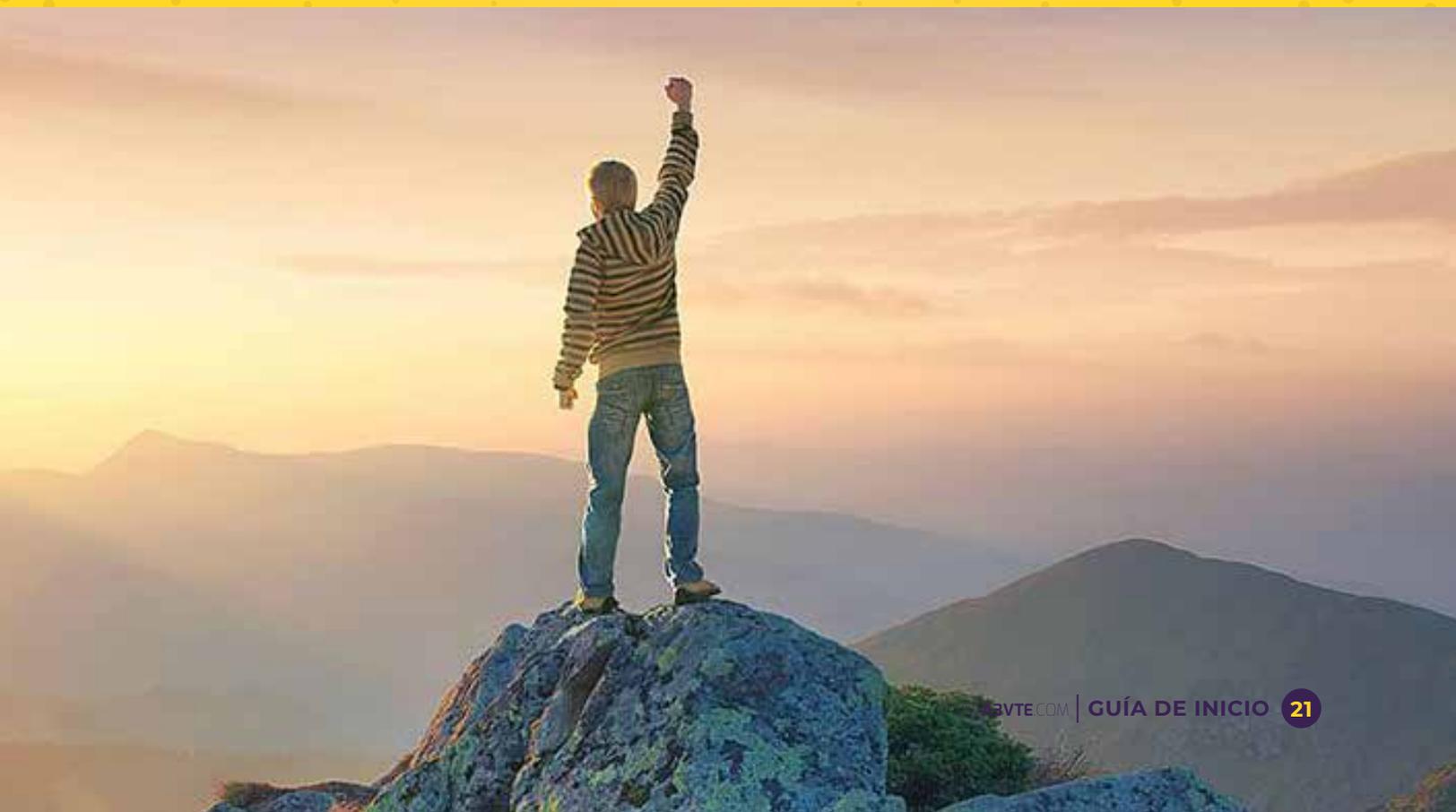
Responde la sección con la que te identifiques.

### MENTALIDAD DE GANADORES

|   |   |
|---|---|
| <b>Si alguien puede hacerlo, entonces yo también puedo.</b>     | ¿Qué hacen/han hecho las personas que ya tienen resultados en mi mismo nicho de negocio?<br><br>¿Qué requiero yo para lograrlo? |
| <b>Si nadie puede hacerlo, entonces yo debo ser el primero.</b> | Si en tu nicho de mercado o compañía, no tienes las herramientas para duplicar tu negocio, entonces ¿Qué harás al respecto?     |

### MENTALIDAD DE LOS MEDIOCRES

|   |  |
|---|--|
| <b>Si alguien puede hacerlo, ¡Qué lo haga el!</b>             | ¿Esperarás que alguien más haga el trabajo? ¿Por qué?<br><br>¿Cuándo tomarás tú las riendas de tu negocio? |
| <b>Si nadie puede hacerlo, ¿Por qué tengo que hacerlo yo!</b> | ¿Te consideras líder? Si es así, ¿No crees que es obvio que debes ser tú quien marque el punto de partida? |



# 10

## DESTREZAS PARA EL ÉXITO EN **MERCADEO EN RED**

### 01 ESTABLEZCA SUS SUEÑOS, METAS Y COMPROMISOS

## Sueños

La característica más común e importante de toda persona exitosa es que todos son soñadores, sus deseos en la vida se manifiestan continuamente en sus sueños. Los sueños no son otra cosa que objetivos que usted ve en su imaginación, nuestra habilidad para primero pensar en sueños y luego fijar metas representa la base de nuestro logro. Para esto es necesario desarrollar dos rasgos del carácter: Dedicación y Perseverancia, cuando estos son cultivados y aplicados el resultado es el Éxito.

## SMC

SUEÑOS-METAS-COMPROMISOS

Napoleón Hill en su libro más famoso "Piense y hágase Rico" presenta cuatro pasos simples para desarrollar estos rasgos del carácter.

**1 SUEÑO DEFINIDO**  
Un sueño claramente definido, fundamentado en el ardiente deseo de cumplirlo.

**2 PLAN DEFINIDO**  
Un plan de expresado en acción continua.

**3 SUEÑO DEFINIDO**  
Una mente completamente cerrada a todas las influencias negativas y desalentadoras, incluyendo sugerencias negativas de familiares, amigos y conocidos

**2 PLAN DEFINIDO**  
Una alianza amistosa con una o más personas que le animaron a seguir adelante con el sueño y el plan de negocios es de vital importancia para su crecimiento.

El Sueño es el ¿Por qué?. Es como las raíces del árbol: no se ven por estar bajo la tierra pero son estas las bases y fundamentos que sostienen el crecimiento del árbol.

Usted necesita una razón para construir e identificar el propósito de su vida (sueño o visión) ¿Dónde quieres llegar con esta empresa? ¿Tienes sueños que esperas hacer realidad?

**ESCRIBE DEBAJO CUÁLES SON TUS SUEÑOS:**

---

---

---

---

---

---

---

---

# Metas

Las metas proveen dirección. Desde la posición en donde estas ahora y mirando hacia tus sueños, las metas sirven para marcar la “distancia más corta entre dos puntos”. Las metas ayudan a evitar la pérdida de tiempo y energía. La razón por la que la mayoría de las personas no logran el éxito es porque no hacen planes de nada ni tienen metas definidas. Las personas no planifican fracasar sino que fracasan por no planificar.

Para establecer nuestra meta debemos determinar primero donde estas ahora y a dónde quieres llegar. Las metas serán las pequeñas escalones o niveles dentro del plan de compensación (Director, Estrella Creciente, Director Ejecutivo, Director Regional, Director Nacional, Director Global, Embajador, Embajador Ejecutivo y Gran Embajador).

A continuación vamos a mostrarle su camino al éxito con TLC, con una línea de color vaya marcando su progreso en el negocio. De esta manera usted puede medir lo que ha logrado, de lo que está proyectado. A las metas que quiere lograr pongale fechas, fijar una fecha significa comprometerse a actuar, pero si no ponemos una acción sobre esas metas no sucederá nada.

## PLAN DE CARRERA RANGOS

### ■ Asociados:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario.  
Mínimo 40 puntos de orden personal.

### ■ Director:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 1,000 CV en la pierna menor.  
Mínimo 80 puntos de orden persona.

### ■ Estrella Creciente:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 2,500 CV en la pierna menor.  
Mínimo 80 puntos de orden persona.

### ■ Director Ejecutivo:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 5,000 CV en la pierna menor.  
Mínimo 80 puntos de orden personal.

### ■ Director Regional:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 10,000 CV en la pierna menor y un directo mínimo Director Ejecutivo. Mínimo 120 puntos de orden personal.

### ■ Director Nacional:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 20,000 CV en la pierna menor y un directo mínimo Director Regional. Mínimo 120 puntos de orden personal.

### ■ Director Global:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 50,000 CV en la pierna menor y un directo mínimo Director Nacional y un Director Ejecutivo en la pierna mayor. Mínimo 120 puntos de orden personal.

### ■ Embajador:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 100,000 CV en la pierna menor y un directo mínimo Director Global y dos Directores Ejecutivos en la pierna mayor. Mínimo 120 puntos de orden personal.

### ■ Embajador Ejecutivo:

Una persona activa directa con 40 CV de cada lado del binario y 250,000 CV en la pierna menor y un directo mínimo Embajador y un Director Regional en la pierna mayor. Mínimo 120 puntos de orden personal.

### ■ Gran Embajador:

Tiene una organización que en una semana mueve 250 mil puntos en volumen en su pierna de pago (lo que quiere decir que produce \$250+ mil dólares en ganancias en dicha pierna en esa semana (1 punto = \$1 dólares), ganancias que son por causa de ventas, afiliaciones y recompras de todo el equipo.

**¡ES MOMENTO DE  
LOGRAR TUS METAS!**

# COMPROMISO



Establezca compromisos para asegurar un inicio con éxito. Su primer compromiso es conectarse 100% al sistema. Si usted se compromete a duplicar los pasos del sistema, el funcionará en automático para usted. La duplicación y repetición son factores muy importantes para desarrollar una red sólida y productiva. Es muy sencillo seguir este sistema, pero nada se logra con sólo leerlo, hay que poner acción para producir resultados.

## 01 COMPROMISO AL SISTEMA

- A) Asistir y promover las reuniones y eventos relacionados al negocio.
- B) Utilizar las herramientas y materiales que proporciona el sistema.
- C) Leer y ver los libros y tutoriales recomendados por el sistema.
- D) Asistir a la reunión semanal de su ciudad en el caso de que haya una, si no la hay significa que usted puede hacerla cuando tenga un grupo comprometido.
- E) Determinar el tiempo que dedicará a su negocio.



## 02 COMPROMISO EMOCIONAL

- A) Los distribuidores de redes de mercadeo son empresarios independientes, no son empleados. Por esta razón el compromiso debe ser con usted mismo, con su familia y con su equipo.
- B) Sin un intenso deseo interior es difícil que se mantenga en el negocio a través de los obstáculos normales que se presentan en el mismo.
- C) Grandes éxitos requieren riesgos, no es fácil, algunas veces está el riesgo financiero, social, físico o emocional. Necesitamos estar dispuestos a enfrentar situaciones que quizás jamás hayamos experimentado, pero es necesario en todo el camino al éxito.
- D) Sin el compromiso emocional nos podemos ver tentados a conformarnos con un poco más del logro mínimo (mediocridad).

## 03 ENCONTRAR PROSPECTOS

En 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 la verdad.

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. El 80% de todas las personas que se unen al Mercadeo en Red se enfocan en construir un negocio como impostores.

Los amateurs en lugar de hacer una pequeña lista mental, estas personas hacen una lista por escrito, quizás de unas 100 personas lo cual es un paso en la dirección correcta. Se lanzan con mucho entusiasmo pero sin mucha habilidad y comienzan con ello y su lista empieza a disminuir. Al hacerse más y más pequeña, crece su nivel de ansiedad y su más grande miedo es que se acaben las personas con quienes hablar.

Los profesionales tratan la acción de encontrar a personas con quienes hablar como una de sus habilidades fundamentales. Es parte de su trabajo encontrar siempre a personas nuevas. No están interesados en la suerte, no están preocupados de que se termine su lista. Ellos desarrollan la habilidad para asegurarse de que eso nunca suceda, comienzan con una lista por escrito, pero después se comprometen a nunca dejar de agregar a la lista.

### SI QUIERES SER UN PROFESIONAL, SIGUE ESTOS 4 PASOS:

**1** 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.

**2** Ver tu lista y pensar en la gente que conoces, es probable que conozca a la mayoría.

**3** 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.

**4** 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 al menos dos personas a su lista cada día.

# DIVISIÓN DE LA LISTA

- 1 LISTA CALIENTE:** Esta lista se compone de familiares, amigos, vecinos y compañeros de trabajo. A las personas conocidas se invitan siguiendo la "Invitación modelo" sin necesidad de darle muchos detalles al momento de la invitación.
- 2 LISTA TIBIA:** Esta lista se compone de las personas que uno conoce pero que no hay una relación estrecha, amigos de familiares, amigos de amigos, contactos que en algún momento te hayan dado sus servicios, personas de otras ciudades, otros países, etc.
- 3 LISTA FRÍA:** Esta es la lista que se va desarrollando diariamente según uno va conociendo nuevas personas en nuestro diario vivir, también de los referidos de los prospectos y clientes.

# CLASIFICA TU LISTA

Luego de que haya hecho su lista de contactos, clasifique a las personas marcando con una X en estas 3 cualidades:

**I: Influencia**

**E: Emprendedor**

**D: Dinero**

Llama primero a las personas que tienen 3 marcas, luego las que tienen 2 marcas, luego 1 marca y por último a las que no tienen ninguna marca, de esta manera podrás aumentar tus posibilidades de auspicio en la red y ya con el resultado podrás hablarle con mayor seguridad y confianza a quienes no tienen marca.

# PERSONALIDAD DE TU PROSPECTO

Es importante conocer la personalidad de tu prospecto para saber cómo hablarle y cómo cerrarlo fácilmente, para esto hemos clasificado la personalidad por colores mediante la Teoría DISC. Debes saber que el secreto está en entender que no todos son iguales, por ende debes aprender a adaptarte.

## ROJOS

En la teoría DISC representa **DOMINANCIA**

- Son el 15% de la población.
- Son llamados naturalmente líderes de nacimiento.
- Les gusta ir al punto del negocio, hacen lo suyo y luego debes quitarte de su camino.
- Les encanta el RETO y están orientados a RESULTADOS.

## AZULES

En la teoría DISC representan **INFLUENCIA**

- Son el 15% de la población.
- Tienen un ritmo más rápido.
- Les encanta hablar, son muy comunicativos y les gustan las relaciones.
- Manejan el concepto amplio de las cosas, sin detalles.
- Son creativos e intuitivos y su mayor motivación es la DIVERSIÓN

## AMARILLOS

En la teoría DISC representa **SOLIDEZ**

- Son el 35% de la población.
- Son las personas más amistosas del planeta.
- Se toman tiempo de conocer bien a las personas.
- Llevan un ritmo más lento.
- No les gusta el conflicto.
- Les gusta la estabilidad y la seguridad.
- Los mejores oyentes del planeta, son los mejores en cuanto al apoyo en este negocio
- Van con la corriente.

## VERDES

En la teoría DISC representa **CONTROL**

- Son el 35% de la población.
- Son las personas más analíticas.
- Se apegan a la tarea. Tienen un ritmo más lento.
- Necesitan veracidad de datos, literatura, documentos.
- Tienen mayor control del tiempo, planifican diario

# ACTIVADOR DE MEMORIA

NO TE LIMITES EN TU LISTA, SEGURAMENTE CONOCES A MÁS DE 100 PERSONAS. VEAMOS SI CON ESTO TE AYUDAMOS A RECORDARLOS

## ¿A QUIÉN CONOCES QUE...?

- Tienes en tu teléfono Celular
- Se mudó
- Es Voluntario
- Tiene carro nuevo
- Tiene carro viejo
- Necesite dinero
- Tiene mucho dinero
- Va al gimnasio
- Te hace reír
- Tengas en Facebook
- Tengas en Twitter



## ¿QUIÉN ES TU...?

- Jefe
- Cartero
- Dentista
- Sacerdote
- Florista
- Abogado
- Agente de seguros
- Contador
- Veterinario
- Mesero
- Carnicero
- Panadero
- Ejecutivo de Banco
- Impresor
- Oculista
- Agente de Viajes
- Estilista
- Fotógrafo
- Arquitecto
- Mecánico
- Casero
- Jardinero

## ¿Y QUIÉN TE VENDIÓ TU...?

- Casa/ Apartamento
- Computadora
- Celular
- Carro
- TV
- Anillo de Bodas
- Bicicleta
- Sala
- Comedor
- Colchón
- Refrigerador
- Horno
- Cámara

## ¿CON QUIÉN ESTÁS RELACIONADO?

- Padres
- Hermanos
- Abuelos
- Tíos
- Compadres
- Primos
- Padrinos

## QUIEN...

- Vive en tu vecindario
- Es maestro de tus hijos
- Conoce a tus hijos
- Es tu entrenador
- Vive en otra ciudad
- Fue a tu escuela
- Fue tu maestro
- Fue tu jefe
- Es tu técnico
- Trabaja contigo
- Es tu mejor amigo
- Tiene un restaurante
- Va la iglesia.



# FORMATO DE LISTA DE CONTACTOS

| No. | NOMBRE | TELÉFONO | INFLUENCIA | EMPRENDEDOR | PODER ADQUISITIVO | COLOR | TOTAL |
|-----|--------|----------|------------|-------------|-------------------|-------|-------|
| 1.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 2.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 3.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 4.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 5.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 6.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 7.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 8.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 9.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 10. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 11. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 12. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 13. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 14. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 15. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 16. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 17. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 18. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 19. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 20. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 21. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 22. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 23. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 24. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 25. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 26. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 27. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 28. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 29. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 30. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 31. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 32. |        |          |            |             |                   |       |       |
| 33. |        |          |            |             |                   |       |       |

| No. | NOMBRE | TELÉFONO | INFLUENCIA | EMPREDEDOR | PODER ADQUISITIVO | COLOR | TOTAL |
|-----|--------|----------|------------|------------|-------------------|-------|-------|
| 34. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 35. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 36. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 37. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 38. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 39. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 40. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 41. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 42. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 43. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 44. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 45. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 46. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 47. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 48. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 49. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 50. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 51. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 52. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 53. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 54. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 55. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 56. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 57. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 58. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 59. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 60. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 61. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 62. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 63. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 64. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 65. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 66. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 67. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 68. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 69. |        |          |            |            |                   |       |       |
| 70. |        |          |            |            |                   |       |       |



| No.  | NOMBRE | TELÉFONO | INFLUENCIA | EMPRENDEDOR | PODER ADQUISITIVO | COLOR | TOTAL |
|------|--------|----------|------------|-------------|-------------------|-------|-------|
| 71.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 72.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 73.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 74.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 75.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 76.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 77.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 78.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 79.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 80.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 81.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 82.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 83.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 84.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 85.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 86.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 87.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 88.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 89.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 90.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 91.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 92.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 93.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 94.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 95.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 96.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 97.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 98.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 99.  |        |          |            |             |                   |       |       |
| 100. |        |          |            |             |                   |       |       |





**03**

# ESTRATEGIA DE **VENTAS**

**VENDER PARA RECLUTAR**

No importa la profesión, vender siempre será parte de tu trabajo. La palabra “venta” implica “técnicas” que todo profesional necesita conocer para convencer a otros de que una idea o proyecto tiene sentido, son habilidades clave de comunicación.

Alguna serie de habilidades inspiradas en técnicas básicas de venta para el éxito profesional son:

- 1 ESTUDIAR A LOS CLIENTES:** Cuanto más sepas sobre él, más fácil será influir sobre sus decisiones.
- 2 CREA ENTENDIMIENTO MUTUO:** “¿Quiero hacer negocios con esta persona?”. Si quieres establecer una conexión con tu cliente, se agradable y preocúpate por la otra persona.
- 3 HAZ PREGUNTAS:** Si no planteas las preguntas adecuadas, no sabrás que es lo que tu cliente requiere y eso significará que será difícil satisfacer sus verdaderas necesidades.
- 4 ESCUCHA ACTIVAMENTE:** Cuando los clientes están hablando, no es suficiente con tener tu boca cerrada, si no también mantener la mente abierta para descubrir cómo ser realmente útil.
- 5 LOGRA COMPROMISOS:** Cada contacto con un cliente potencial desemboca en un compromiso o acuerdo por parte del cliente para permitir que avance el proceso.
- 6 PRESENTAR SOLUCIONES:** Una vez que hayas aprendido como puedes ayudar, estás capacitado para contar al cliente sobre cómo tú y tu producto son capaces de ayudarlo a obtener éxito.
- 7 CIERRA LA VENTA:** Llegarás a ese momento en el que esperas recibir una decisión. El cual surgirá como algo natural teniendo en cuenta los puntos anteriores.
- 8 CONSTRUYE RELACIONES:** Lo ideal es construir una relación duradera que genere vínculos comerciales con el cliente.
- 9 SE AGRADECIDO:** Las personas que enfocan la venta con un agradecimiento suelen expresar mejor la satisfacción del éxito, y experimentan una menor decepción cuando fallan.

Las ventas son la primera forma de ganar dinero en la compañía y vendiendo puedes llegar a obtener ganancias diarias.

**“HAZ UN CLIENTE,  
NO UNA VENTA.”**

# GUIÓN PARA PROSPECTAR

## NUEVA PERSONA EN EL NEGOCIO

Hola \_\_\_\_\_, Soy \_\_\_\_\_, quería darle una llamada rápida y pedirle un favor. (Pausa)

\_\_\_\_\_ acabo de **iniciar un nuevo negocio** y estoy muy emocionado, estoy buscando de 3 a 5 personas con liderazgo, habilidades de gerencia y nosotros pensamos en usted... (Pausa)

No se si usted personalmente esté interesado en **desarrollar un ingreso extra**, pero yo se que usted conoce a la clase de personas que estoy buscando. Podría ver un video corto y me podría decir ¿A quién debería contactar?

Le preguntas: ¿Tiene un lapicero a mano? (Dale el website tuyo donde puedes ver el video o le dices que se los vas a enviar por whatsapp)

Sra. María, cuando sería una buena hora o un buen día que le pueda llamar para que me diga que fue lo que más le gustó del video.

# GUIÓN PARA CONTACTAR

## UNA PERSONA CONOCIDA

Hola \_\_\_\_\_, Necesito un favor; ¿me podría ayudar?

\_\_\_\_\_ y yo acabamos de **iniciar un negocio desde casa** con una línea de productos de pérdida de peso, salud nutrición con una compañía bien establecida de 16 años con clientes alrededor del mundo. Usted quizá escuchó de ella, se llama **Total Life Changes** (TLC).

Las estadísticas nos dicen que en cualquier momento 50% de la población tiene un deseo de perder peso y mejor salud. Estos productos funcionan (das tu testimonio).

Podría pasar este brochure a un amigo familiar, compañero de trabajo que quiere perder libras 5 días. **Gracias por tu ayuda**, te llamaré en un par de días. Hablamos pronto.





# GUIÓN DE VENTAS

Hola... (la persona que estás llamando),

El propósito de esta llamada es para hacerte saber que he **comenzado un negocio** con un té desintoxicante, que las personas pueden llegar a perder hasta 5 libras en 5 días.

Desde que yo inicie con este producto he perdido... (dale el número de libras que haz perdido).

Necesito tu ayuda, hay una posición que me interesa mucho, y para obtenerla necesito colocar 50 sobres de té en 48 horas.

**¿Me podrías ayudar comprando uno o 5 sobres de té para impulsar mi negocio?**

Gracias por su tiempo y aprecio mucho tú ayuda.

# 04

## INVITACIÓN AL PROSPECTO

Esta es por mucho la habilidad más importante a desarrollar. Le llamamos la habilidad de “entrada” para el Mercadeo en Red. Hay cuatro reglas básicas:

1. Sepárate emocionalmente del resultado.
2. Se tú mismo.
3. Hazlo con pasión.
4. Ten una postura fuerte

### Hay ocho pasos para una invitación profesional (Por teléfono o en persona):

- **PASO 1: TIENES PRISA**

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.

- **PASO 2: 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.

- **PASO 3: REALIZA LA OPERACIÓN**

Esto es algo de lo que definitivamente cada situación es diferente. Hay 3 tipos de estrategias en cuanto a las invitaciones del Profesional del Mercadeo en Red:

**a)La estrategia directa:** Utilizada cuando invitas a las personas a conocer más sobre una oportunidad para ELLOS.

**b)La estrategia indirecta:** Es sobre pedir la ayuda, consejo y opinión de un prospecto

**c)La estrategia súper indirecta:** En esta estrategia tú le dices al prospecto que no son un prospecto y que solo quieres saber si ellos conocen a alguien que pueda beneficiarse con tu negocio. Es muy efectiva.

- **PASO 4: SI YO, ¿TÚ LO?**

Es la frase más poderosa que hemos encontrado y ayuda a construir un gran y exitoso negocio de Mercadeo en Red.

“Si yo te invitara a ver un negocio, ¿tú lo verías?”

Esta pregunta es TAN PODEROSA, y por muchas razones. Primero es recíproca, estás diciendo que harás algo si ellos hacen algo. Segundo, te coloca en una posición de poder, estas en control. 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.

- **PASO 5: CONFIRMACIÓN #1 - COMPROMISO DE TIEMPO**

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 les sugieras cuando lo pueden hacer, 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.

- **PASO 6: CONFIRMACIÓN #2 - CONFIRMA COMPROMISO DE TIEMPO**

Si te dicen que se reunirán el miércoles por la noche, tú respuesta debe ser algo como: “Así que te llamo el miércoles.

- **PASO 7: CONFIRMACIÓN #3 - AGENDA LA CITA**

Este paso es sencillo. Solamente pregunta: “¿Dónde (puede ser online) y a qué hora sería mejor la reunión?”. Te dirán lo que funcione mejor para ellos, y ahora si tienes una cita real.

- **PASO 8 CUELGA**

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

# EJEMPLOS DE INVITACIÓN:



## ESTRATEGIA DIRECTA

### *Alguien que odia su empleo*

“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. Quisiera explicarte mejor lo que te menciono. Si yo te lo presento, ¿tú lo escucharías? (dicen sí).

“Cuando cree que podemos reunirnos? (dicen que el martes) Así que te llamo el martes para confirmar, ¿cierto? (dicen que sí).

“Bien, te llamaré entonces. ¿Dónde o por qué vía (depende si es online o presencial) y a qué hora sería mejor llamarte?” (te dan la información).

“Perfecto. Hablamos entonces. Tengo que irme. ¡Gracias!”

## ESTRATEGIA INDIRECTA

### *Un buen Amigo*

Un buen Amigo “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 presentara toda la información de manera profesional, ¿tú la verías?” (Dicen que sí).

“Dura 15 minutos. ¿Cuándo crees que definitivamente podrías verlo? (dicen que el jueves)

“Así que te llamo el jueves por la mañana para confirmar, ¿cierto? Excelente ¿De dónde o porque vía (depende si es online o presencial) y a qué hora sería mejor llamarte?” (te dan la información). “Perfecto. Hablamos entonces. Tengo que irme. ¡Muchas gracias.

## ESTRATEGIA DIRECTA

### *Un prospecto del mercado desconocido que ha hecho un buen trabajo en venderte algo.*

“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 quisiera presentarte algo que explica todo a gran detalle. Si lo hago, ¿tú lo verías?”

“¿Cuándo crees que definitivamente podrías verlo?” (Dice que domingo)

“Bien te llamo el domingo para confirmar ¿cierto? (Dicen que si)

“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”.

# MANEJO DE OBJECIONES:

Algo que quizás tengas que enfrentar cuando estés invitando a un prospecto son las objeciones, aquí te enseñamos algunos ejemplos que podrás utilizar para evitar o controlar esa situación.

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

“\_\_\_\_\_, estoy seguro que tendrá muchas preguntas, es por eso que lo llame hoy, para saber si estaría disponible para reunirnos y obtener los detalles”. Fije la cita otra vez.

**2.- Si insisten:**

“(nombre), ¿Por qué no le dejo esta información (material de contacto) y después que la haya evaluado lo llamo para reunirnos y discutir todos los detalles? “Llame luego para confirmar la cita”

**3.- Si insiste y la persona tiene una relación estrecha:**

“(nombre), confía en mi en esto. Yo quiero que veas que estoy haciendo”. Fije una cita otra vez.

**4.- ¿Es Mercadeo en Red?**

Este es el momento de sentirte orgulloso y confiado, nunca dude. Su respuesta y postura debe ser así ¿Qué sabe de MLM? ¿Has estado en MLM? (Si su respuesta es positiva o negativa) diga, “¿Por qué no nos reunimos y conversamos? Yo tenía la misma actitud defensiva, pero luego al ver la información y testimonios quise ver los detalles antes de tomar una decisión. Fije la cita otra vez.

## 05

## PRESENTACIÓN DE OPORTUNIDAD

Un principio que guía a cada Profesional del Mercadeo en Red es el siguiente: “En el Mercadeo en Red, no importa lo que funciona. Solamente importa lo que se duplica”. Los profesionales usan herramientas en lugar de su propia sabiduría, usan los eventos en vivo en lugar de sus propias presentaciones, 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. También todos saben cómo presentar su oportunidad a grupos de personas.

**Cosas importantes que debes saber:**

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 estas preparado, es divertido

# LA PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS TIENE 4 PASOS:

## 1.- EDIFICACIÓN (5 MINUTOS)

Es uno de los detonantes principales para el desarrollo de una organización en redes de mercadeo. Edificar es crear una imagen para alguien o para algo.

- a) Edificar a los líderes: edifica constantemente a los líderes que sean un modelo de integridad y del sistema, los líderes que están constantemente apoyándote en tu línea de auspicio. Esto creará la imagen y la autoridad de estos líderes y cuando quieras mover gente a escucharlos, sea más fácil el proceso.
- La edificación tiene que ser sincera, hacerla con pasión, amor y alegría. Utiliza historias para edificar a las personas, cuenta como este líder ha influenciado e impactado tu vida. Recuerda la edificación siempre es recíproca, si alguien te edifica luego tu devuelves la edificación para que se sienta la gratitud y el amor hacia esa persona que te está edificando.
- b) Edificación a movimiento A3VTé: cuando edificamos al equipo, estamos creando seguridad en la persona; de que más allá de nosotros hay una organización que lo ayudará y lo apoyará. Edifica la misión del Movimiento. Este es el momento de sentirse orgullosos de pertenecer a la organización de mayor crecimiento en el mercado latino.
- c) Edificación del sistema educativo: conecta a tus asociados con la fuente de información que le va a dar el conocimiento de cómo construir la red.
- d) Edificación de la compañía: cuando edificamos a TLC, fortalecemos la visión de Jack Fallon de llevar un cambio total de vida a miles de personas. Edificamos la integridad y la buena administración que ha llevado a esta compañía a ser una de las primeras 100 a nivel global.

## 2.- TU HISTORIA (5 MINUTOS)

Tomate tu tiempo para crear y escribir tu historia y comienza a contarla en cada oportunidad que tengas. Toda buena historia tiene cuatro elementos:

- a) Tus antecedentes.
- b) Las cosas que no te gustan sobre tus antecedentes.
- c) Como el Mercadeo en Red o tu compañía te rescato.
- d) Tus resultados, o cómo te sientes sobre el futuro.

## 3.- LA OPORTUNIDAD (15 MINUTOS)

Es importante que tengas siempre a mano la presentación de negocios como herramienta al momento de presentar, es bueno que tengas conocimiento y dominio de la información, para esto recomendamos ver presentaciones de las que tenemos en el sistema y de esta manera aprendas a crear tu propia presentación. Esta tiene siempre 4 partes:

- a) Compañía y Corporativo   b) Productos   c) Plan de Pagos   d) Planes de Inicio

## 4.- CIERRE (5 MINUTOS)

Esta es una de las partes más importantes de una presentación, ya que es lo que dejaras en la mente del prospecto, aquí hay varios factores que debes tomar en cuenta al momento de cerrar:

### a) Testimonios o Historias:

Es importante compartir testimonios e historias de personas con resultados, por eso recomendamos que tengas siempre a mano la Revista A3VTé Magazine como herramienta al momento de presentar, o de lo contrario que conocer historias de los líderes de compañía y testimonios de personas usando los productos.

### b) Visión y Miedo a la Pérdida:

Es bueno que vendas la visión de la empresa, en el momento en el que estamos y hacia dónde vamos, como puede momento. Esto los pone a pensar y la gente ¡odia perder!

### c) Llamado a la acción:

Diles que deben de hacer al terminar la presentación, utilice frases como “si yo fuera tu..”, “Te aconsejo que hagas...” para que tomen acción de inmediato y formen parte y utilicen los productos.

# 6

## SEGUIMIENTO A PROSPECTOS

EN EL MERCADEO MULTINIVEL, DICEN QUE LA FORTUNA ESTÁ EN EL SEGUIMIENTO.

01

**DAR SEGUIMIENTO ES HACER LO QUE DIJISTE QUE HARÍAS.**

Si dices que vas a llamar a una hora en específico, hazlo. La profesión de 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.



02

**TENER UNA PRESENTACIÓN PARA ESTABLECER LA SIGUIENTE.**

La meta en tu mente debe cambiar 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 tome una decisión.



03

**CONDENSA LA PRESENTACIÓN PARA MEJORES RESULTADOS SEGUIMIENTO A PROSPECTOS.**

Si logras que revisen un vídeo, 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 pensar sobre como esto puede cambiar sus vidas.





# PREGUNTAS Y OBJECIONES

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

- Si le dice: **“No estoy seguro que esto sea para mi”**

**Respuesta:** “Entiendo como usted se siente \_\_\_\_\_, nosotros nos sentimos así cuando vimos esta oportunidad por primera vez. Reconozco que me agrado grandemente entender lo que es esto cuando vi la segunda presentación. Mi consejo es que lo vea en una segunda ocasión antes de tomar una decisión”. Invítelo a una reunión central.



- SI LE DICE: **“NO TENGO TIEMPO”**

**Respuesta:** “Yo sé que usted está realmente ocupado y esa es una de las razones principales porque decidí hablarle. Yo mismo estaba ocupado todo el tiempo, pero descubrí que este negocio tiene una característica de tiempo compartido que soluciona ese problema y lo hace ideal para gente ocupada como nosotros. Agendemos una segunda presentación y conozca otras personas con las cuales usted se podría identificar”. Invítelo a una reunión central.

SI LE DICE: **“NO TENGO DINERO SUFICIENTE”**

**Respuesta:** “Yo tenía 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 dinero suficiente 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?”



# 07

## CIERRE DE PROSPECTOS

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. Compartiremos con ustedes algunas técnicas que utilizan los profesionales para cerrar mejor a sus prospectos:



1. 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.
2. Asumen que la persona se unirá pues creen fuertemente en la oportunidad y en como beneficiara al prospecto. Son sólidos como una roca. Muchos de ellos en verdad se sorprenden cuando una persona decide no involucrarse.
3. Se promueven a si 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 Mi!", 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.
4. Siempre están preparados, siempre. Tienen todo lo que necesitan para que una persona comience desde el punto indicado.
5. 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.

# COMPARTIMOS ALGUNOS EJEMPLOS DE PREGUNTAS QUE PUEDES UTILIZAR EN EL CIERRE:

1. ¿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 sera relacionada con el producto. Si ellos dicen “libertad financiera”, entonces tu siguiente presentación será relacionada con la oportunidad que se les presenta.

2. Después normalmente es bueno decir esto: “Déjame hacerte una pregunta. En una escala del 1 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 mas información antes de tomar una decisión o si están acercándose a querer empezar ahora mismo.

3. Si sientes que están listos para comenzar, entonces realicé estas 4 preguntas:

## 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 hacer que valiera la pena?”.*

## 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:

*“¿Cuántos 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, meses, estarías listo para comenzar?”. La mayoría de las veces, tendrás una respuesta positiva. Y cuando las personas dicen “claro, muéstrame como”, puedes sacar tu plan de compensación y establecer un plan razonable para que logren sus metas.*

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.

# 08

## DUPLICACIÓN, INICIA AL PROSPECTO

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. Cada vez que el firmaba un nuevo distribuidor, el establece lo que llamamos una "Entrevista para el Plan de Acción".

### ENTREVISTA PARA EL PLAN DE ACCIÓN- PARTE UNO

Valida su decisión de convertirse en distribuidor. Puedes decir: "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 toma menos de cinco minutos pero, al final de esto, cualquier duda que tenia tu prospecto sobre convertirse en distribuidor había desaparecido. Se sentían muy bien.

### ENTREVISTA PARA EL PLAN DE ACCIÓN- PARTE DOS

Establece sus expectativas diciendo estas tres cosas;

1. "Si tienes éxito en este negocio, será porque tu creas el éxito, no yo. Y si fracasas en este negocio, será porque tu creas el fracaso, no yo. Tu 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".
2. "Mi trabajo es ayudarte a que seas independiente de mi lo más rápido que sea posible. Estas de acuerdo en que esa es una buena meta?".
3. "Habrá altas y bajas mientras construyes tu negocio. Habrá momentos buenos y momentos malos. Sabré que estas en un momento malo cuando no me estas 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 tu 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?".

Aclarando estos tres puntos, las personas rápidamente se hacen independientes. Podrás aconsejarles de vez en cuando, pero no permitas que tu grupo te use de excusa por su falta de resultados.

### ENTREVISTA PARA EL PLAN DE ACCIÓN- PARTE TRES

Crea una lista de las cosas que necesita para comenzar, para así ayudar a la persona nueva a que tenga una mejor oportunidad de ser exitoso. El concepto les guíara a 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. Es importante explicarle que debe tener su propio testimonio de los productos y crear su auto envío de 120 puntos.

2) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor cuente con las herramientas apropiadas.

3) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor se conecte. Es importante conectarlo al Sistema A3VTé inmediatamente, registrarlos en el Newsletter, darle acceso a la Web, invitarlos a formar parte del Grupo y Fan Page de Facebook.

4) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor entienda los pormenores básicos del plan de compensación. Es importante explicarle y entregarle el documento del Plan de Compensación de TLC actualizado.

5) Asegúrate de que tu nuevo distribuidor tenga un entendimiento fundamental sobre los pasos básicos de desarrollo del negocio. Asegúrate de que el nuevo socio siga los pasos de la Guía del Éxito de A3VTé, en la cual aprenderá como convertirse en un profesional de MLM.

#### ENTREVISTA PARA EL PLAN DE ACCIÓN- PARTE CUATRO

Crema un plan de acción para poder pasar por los primeros niveles y reta a socios a hacerlo rápidamente. Será una carrera para ayudar a que la persona obtenga resultados rápidamente. Si ellos reciben un estímulo positivo, continuarán, y si no lo reciben, tienen tendencia a desertar. Piensa sobre las acciones simples que puedes lograr que realicen las personas durante su primera semana para poder obtener los mejores resultados.

1) ¿Cómo pueden obtener a su primer cliente?

2) ¿Cómo pueden obtener a su primer distribuidor?

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

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

**Ayudar a tu nueva persona a comenzar rápidamente y lograr su primer cheque es vital.**

#### ENTREVISTA PARA EL PLAN DE ACCIÓN- PARTE CINCO

Establece algunas tareas específicas. Los distribuidores nuevos anhelan recibir direcciones y ellos responden increíblemente bien a las tareas simples.

**1. Conéctalos al sistema.** Debes conectarse a nuestra página web, los grupos y Fan Page del Movimiento A3VTé.

**2. Ayúdalos en su proceso de convertirse en profesionales con la Guía del Éxito.** Descarguen la guía y conéctalo a los tutoriales y entrenamientos de la misma.

**3. Agéndales su Lanzamiento de Negocios Online o Reunión en Casa.** Agenda su Lanzamiento de Negocios, ya sea online o presencial, la persona ya debe contar con cierto conocimiento de cómo hacer las cosas para un mayor éxito en esta reunión. Con sus nuevos socios, solo debe repetir este ciclo.



09

## PROMOVER EVENTOS Y CONEXIÓN **AL SISTEMA**

Se aproxima un evento en tu calendario y lo marcas en rojo, esto indica que es hora de asistir al evento semanal, mensual o especial de nuestra compañía o equipo. Y comienzas a preguntarte si verdaderamente es necesario asistir, tal vez no tengas invitados, pero es necesario que tu estés ahí y motives a tu equipo también a asistir, te decimos porque:



Las personas que más ganan dinero, también son los que más promueven los eventos. Porque cada evento está diseñado con el propósito de crear el ambiente de crecimiento y motivación en ti y tu equipo.

El corazón de este negocio se basa en las emociones, sentimientos y relaciones entre las personas. A las personas les gusta encontrarse con los demás para aprender, compartir sus experiencias y logros. Los eventos son el lugar perfecto para lograr esto. Aquí se crea la **“magia entre las personas”**.

Es por eso que cada evento hay que promoverlo como lo máximo. Debes de crear una sensación de curiosidad entre tus conocidos, amigos, familiares, invitados y distribuidores.

Es **importante** que tengas en cuenta que tienes que promover estas actividades con pasión y entusiasmo. Si viniera a un evento el mejor orador del mundo, y la promoción es muy pobre, ¿cuántas personas piensas que podrían asistir? Muy pocas, ¿verdad?.

Imagina, ¿qué sucedería si das el máximo y promueves el evento entre todos los miembros de tu grupo? Y cada socio de tu equipo lleva 5 invitados. Lo que sucederá es que más personas asistirán al evento y se expondrán a la información y motivación que crean estas actividades.

**Como líder, tienes que dar el ejemplo siendo uno de los primeros en registrarte para los eventos. Esto reflejará tu compromiso, lo que se verá reflejado en un mayor éxito para ti y para tu negocio. Y lo mejor... que el grupo lo duplicará.**

**Si alguien te dice que no va a asistir, crea en él o ella la sensación de que se va a perder un evento espectacular. El promover consistentemente las actividades te hará exitoso.**

**En resumen, lo que hace que un evento sea exitoso en asistencia no es el orador invitado, sino el entusiasmo, la pasión y el compromiso de cada uno de los distribuidores en registrarse rápido y promover el evento.**

# 10

## COORDINA TU PRIMER Lanzamiento de Negocios

### ¿QUÉ ES UN LANZAMIENTO DE NEGOCIOS?

Un Lanzamiento de Negocios es una reunión privada en un lugar cómodo y con atmósfera agradable que le permitirá compartir los productos y la oportunidad de TLC.

Recomendamos que tomes acción INMEDIATA para la coordinación de tu primer Lanzamiento de Negocios y lo ideal es que sea en los primeros 7 días luego de que entras al negocio; esto te permitirá construir tu momentum personal.

El sistema recomienda que se hagan 4 Lanzamiento de Negocios a la semana en diferentes casas. Tener un contacto cercano con tu patrocinador o Director más cercano será vital para el éxito en este negocio. Tu patrocinador tiene un gran interés de que tu alcances tus metas, así que recomendamos que siempre le dejes saber tu calendario de actividades para que ellos, si están disponibles puedan darte el debido soporte que vas a necesitar.

### ¿DÓNDE HACER UN LANZAMIENTO DE NEGOCIOS?

Casa, apartamento, casa club, oficina, restaurante, librería, hotel, etc.

Esos son solo algunos lugares de los que recomendamos para tener un Lanzamiento de Negocios exitoso. El mejor lugar siempre será en su casa, en las salas y terrazas. Las relaciones son la llave del éxito; la atmósfera personal que les brinda su casa le permitirá hacer relaciones más fuertes con sus nuevos socios y clientes.

### DÍAS Y HORAS PARA SU LANZAMIENTO DE NEGOCIOS

**Días de semana:** 7:00 PM

**Sábados:** 2:00 PM hasta las 7:00 PM

**Domingos:** 3:00 PM hasta las 6:00 PM

Si esta construyendo su negocio en un horario de medio tiempo y trabaja durante la semana, puedes hacer varios Lanzamiento de Negocios en diferentes horarios en un solo día.

### ¿A QUIÉN INVITAR A SU LANZAMIENTO DE NEGOCIOS?

Aquí es donde es necesario tener su lista de posibles socios y personas que quieran bajar de peso o mejorar su salud, recomendamos invitados que cumplan con las 4 cualidades siguientes:

01

EMPRENEDORES

02

INFLUENCIABLES

03

ENSEÑABLES

07

CON RECURSOS  
ECONÓMICOS

La experiencia nos ha enseñado que las personas que tienen estas 4 cualidades resultan ser excelentes clientes, socios de negocios o refiere buenos candidatos al negocio. Invita a la mayor cantidad de personas que puedas, teniendo en mente que las parejas cuentan por una sola persona.

Cuando se trata de invitar a una persona, el toque personal y amistoso mediante la llamada telefónica es lo que mas funciona. Los e-mails y mensajes de texto solo funcionan como recordatorio de la actividad. Las personas responderán mejor a la energía y motivación que oigan en su voz que a la invitación escrita. Tu meta es tener 5 prospectos mínimos que cumplan con las 4 cualidades y que asistan a la reunión y mover al menos 1,000 puntos en cada Tea Party.

## ESTADÍSTICAS PARA UN LANZAMIENTO DE NEGOCIOS

De una lista de 50 personas, aquí te damos un estimado de que esperar:

- De 30 a 35 contestaran el teléfono.
- De 15 a 20 confirmaran su asistencia.
- De 7 a 10 asistirán a la fiesta.

A las personas que no les interese el negocio, puede venderle los productos.

## COMO COORDINAR UN LANZAMIENTO DE NEGOCIOS

**Necesitarás:**

- ¡La ENERGÍA es vital! Ponga música de fondo y vídeos promocionales.
- No importa si los invitados tienen que hablar un poco más fuerte para escuchar por la música, esto aumenta su energía.
- Mantenga el lugar lo más fresco posible.
- Necesitaras te laso frío, café, vasos, azúcar y agua caliente.
- (Las galletitas o picadera es opcional y debe de ser después de la presentación.)
- TV y DVD o computadora y proyector.
- Presentación Impresa o Booklet
- El vídeo de inicio y la presentación Power Point del negocio.
- Papel y pluma para que los invitados tomen notas.
- Hojas de registro para los invitados y socios del negocio para documentar la asistencia de la actividad y dar el seguimiento.
- Copias de ambos lados de la Solicitud de TLC.

**Ejemplo de la Secuencia:**

**7:00 pm - 7:30pm Prueba del Producto:** Conforme lleguen los invitados pregúnteles si desean probar un vaso de te, sírvale la bebida y diríjalo al lugar donde debe de sentarse.

**7:30 pm - 8:00pm Bienvenida:** Apague la música. En dos minutos o menos comparte con todos porque estas entusiasmado con TLC.

# CHECK LIST

## DEL NUEVO SOCIO

### Datos Personales

- Entrar al Back Office
- Revisar y Editar Datos del Back Office
- Configura tu sitio Web
- Seleccionar Pierna de Colocación
- Activar su TLC Hyperwallet
- Solicitar Tarjeta

### Conéctate al sistema

- Registrarse en [www.A3VTe.com](http://www.A3VTe.com)
- Certifícate en A3VTé University
- Adquirir su Kit de Construcción de Negocio de A3VTé
- Unirse y seguir a las redes sociales del Movimiento A3VTé
- Descargar la APP del Movimiento A3VTé
- Ver los Tutoriales Online

### 5 pasos para el Éxito

- Escribir TU PORQUÉ
- Crea tu propio testimonio del producto
- Hacer la Lista de Contacto
- Agendar su primer Lanzamiento de tu Negocio
- Leer la Guía y hacer lo que se le pide en la misma
- Aprender y Entender el Plan de Pagos

# Plan de Acción

## Primeros 7 días



Sigue estos pasos y gana más de **\$370 dólares** en tu primera semana con TLC

# Actividades

## Productivas Diarias

### ACTIVIDADES

**Producto, Visualización, ejercicio**

**Hora de poder**

**Exposición en las redes**  
(mínimo 3 al día)

**Live personal**

**Lanzamiento de Negocio**

**100 mensajes de prospección**

**Seguimiento**

**Training de equipo**

**Lectura (30 minutos)**

| L                        | M                        | M                        | J                        | V                        | S                        | D                        |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

**NOTAS:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### ACTIVIDADES

**Producto, Visualización, ejercicio**

**Hora de poder**

**Exposición en las redes**  
(mínimo 3 al día)

**Live personal**

**Lanzamiento de Negocio**

**100 mensajes de prospección**

**Seguimiento**

**Training de equipo**

**Lectura (30 minutos)**

| L                        | M                        | M                        | J                        | V                        | S                        | D                        |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

**NOTAS:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Actividades

## Productivas Diarias

### ACTIVIDADES

**Producto, Visualización, ejercicio**

**Hora de poder**

**Exposición en las redes**  
(mínimo 3 al día)

**Live personal**

**Lanzamiento de Negocio**

**100 mensajes de prospección**

**Seguimiento**

**Training de equipo**

**Lectura (30 minutos)**

| L                        | M                        | M                        | J                        | V                        | S                        | D                        |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

**NOTAS:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### ACTIVIDADES

**Producto, Visualización, ejercicio**

**Hora de poder**

**Exposición en las redes**  
(mínimo 3 al día)

**Live personal**

**Lanzamiento de Negocio**

**100 mensajes de prospección**

**Seguimiento**

**Training de equipo**

**Lectura (30 minutos)**

| L                        | M                        | M                        | J                        | V                        | S                        | D                        |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

**NOTAS:**

---

---

---

---

---

---

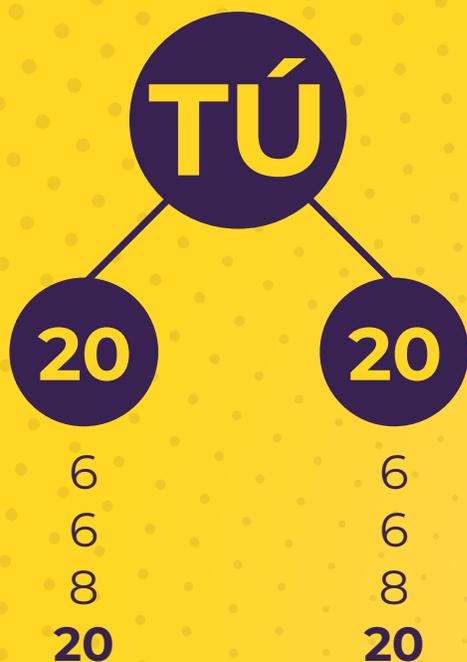
---

---

---

---

# PLAN 20 - 20



## CADA PIERNA PUEDE TENER:

**6-8  
INACTIVAN**

**6-8  
INCUBAN**

**6-8  
DESARROLLAN  
NEGOCIO**

**6-8  
SÚPER  
ESTRELLAS**

CAMINO A NACIONAL  
EN **6 MESES**

**1**

**2**

**3**

**4**

**5**

**6**

PATROCINADOS PERSONALES  
I/D  
PERSONALES COMPROMETIDOS

|     |   |
|-----|---|
| I   | D |
| 3   | 3 |
| 1-2 |   |

|     |   |
|-----|---|
| I   | D |
| 6   | 6 |
| 2-4 |   |

|     |   |
|-----|---|
| I   | D |
| 9   | 9 |
| 4-6 |   |

|     |    |
|-----|----|
| I   | D  |
| 12  | 12 |
| 6-8 |    |

|      |    |
|------|----|
| I    | D  |
| 16   | 16 |
| 8-10 |    |

|       |    |
|-------|----|
| I     | D  |
| 20    | 20 |
| 12-16 |    |

# CAMINO A NACIONAL EN **6 MESES**

## 1 ER MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

## 2 DO MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

## 3 ER MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

## 4 TO MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

## 5 TO MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

## 6 TO MES

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

Afiliado 1:

Afiliado 2:

Afiliado 3:

# 11

## Marketing De Atracción a través de Redes Sociales.

Las redes sociales han tomado un enorme protagonismo para cualquier tipo de negocio; el network marketing ha sabido sacarle provecho para aumentar el número de afiliados en sus redes de mercadeo.

En otro sentido, las redes sociales son plataformas interactivas que nos permiten comunicarnos, publicar y compartir contenido de otras personas con una comunidad muy grande. La más utilizada, con más de 2300 millones de usuarios registrados, es Facebook; y en ella tenemos muchas oportunidades para hacer crecer nuestra empresa multinivel.

Sin embargo, cada red social se utiliza de distintas maneras y para propósitos diferentes.

Cada vez es más importante centrarse en el consumidor y poner el foco en conocer y satisfacer sus necesidades. El consumidor actual es exigente y tiene mucha información, por lo que también tiene más poder de negociación. Exige poder conocer las empresas y poder comunicarse con ellas. Todas estas variables hacen que sea vital que las empresas tengan redes sociales, en las que poder intercambiar información con los clientes.





**Estar presente en internet y en las redes sociales, además de ser necesario, comporta muchos beneficios para las empresas:**



## **Transmitir la misión y visión**

En las redes sociales, las empresas muestran cuál es su idea de negocio, es decir, cuál es su razón de ser y qué línea quieren seguir. Todo esto hace que los clientes entiendan mejor a las empresas y que puedan empatizar más con ellas.



## **Contacto directo con el cliente**

Las redes sociales permiten establecer una relación más profunda y directa con el consumidor, ya que nos permiten ponernos en contacto con él directamente y conocerlo mejor.



## **Mejor segmentación del mercado**

Las redes sociales nos permiten conocer en más profundidad a nuestros clientes y seleccionar de forma más precisa quién es nuestro público objetivo y dirigir nuestras campañas solo a aquellos segmentos que nos resulten interesantes.



## **Conocimiento más profundo de los consumidores**

Los usuarios comparten sus gustos por redes sociales. Esto proporciona información de gran interés para las empresas y les permiten conectar mejor con su público.



## **Incluir opción de compra**

Las redes sociales permiten incluir opciones de compra. Esto es muy útil porque llamará la atención de gran cantidad de usuarios y hará que parte de ellos se decida a comprar directamente online, especialmente los clientes actuales.



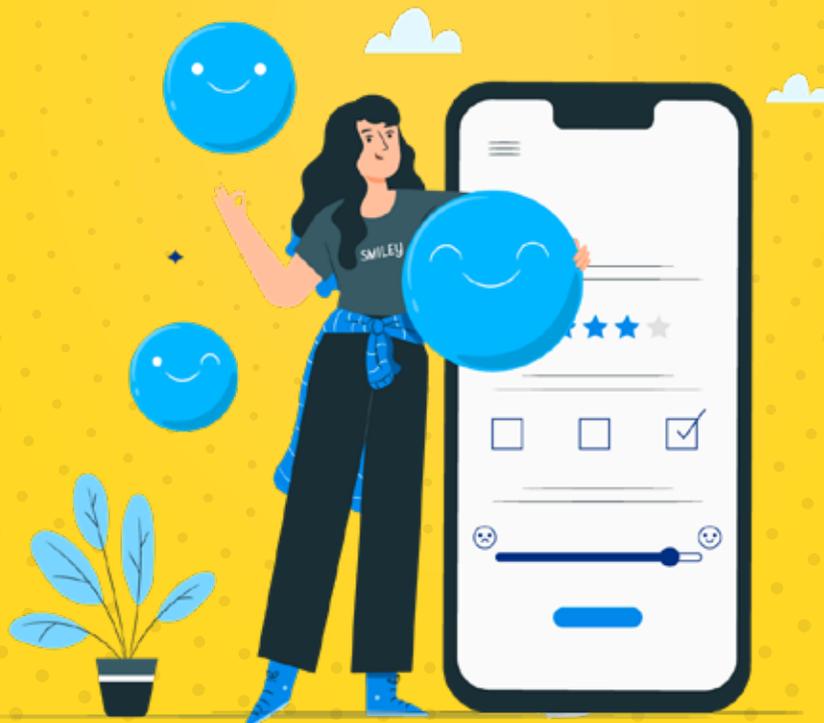
## Bajo costo

La comunicación digital tiene unos costos mucho más bajos que la tradicional. Además, tiene un mayor alcance y más exacto y permite medir los resultados.



## En tiempo real

Las redes sociales miden los resultados en tiempo real, lo que permite conocer los problemas instantáneamente y corregirlos a tiempo.



12

# Elije tus Canales Redes Sociales

**Siete de cada diez personas se declaran fan o siguen a ciertas marcas a través de internet.**

**Además, alrededor de un 25% reconoce que si dicha empresa no tiene un perfil en ninguna plataforma (ya sea Facebook, Youtube, Instagram) le inspira desconfianza.**

Pero esto no queda aquí, más de la mitad de los usuarios afirma que, antes de comprar un producto o servicio concreto, buscan información primero en las redes sociales...

A continuación analizaremos las cinco primeras redes sociales de mayor importancia: Facebook, Instagram, Youtube y Tiktok.





**En esta red, la mejor forma de atraer prospectos es compartiendo regularmente contenido valioso. Además, debes participar activamente e interactuar con la audiencia. Puedes usar Facebook Messenger para iniciar conversaciones.**

Es vital que no uses Facebook Messenger para hacer una llamada de ventas en frío, sino como un chat.

La mejor forma de usar esta Red Social para tu Negocio Multinivel es crear una página exclusiva para Negocio en el que compartas tu información con personas que también se dedican al Network Marketing.

En una fan page tienes la posibilidad mediante una aplicación de insertar una página de captura en la que puedes regalar algo de valor para los visitantes.

De esta forma puedes crear una lista de suscriptores cuando dejan sus datos a cambio de lo que les quieres entregar, ya sea un libro electrónico, un curso, etc.



**Los anuncios de Instagram son una gran oportunidad para promocionar tus productos y servicios y llegar a tu público objetivo. Además, puedes segmentar fácilmente a la audiencia por edad, demografía, intereses, entre otros.**

Al igual que Twitter, los hashtags en Instagram te pueden ayudar a encontrar prospectos que publiquen contenido con el que te identificas.

Para que funcionen tus estrategias en las redes sociales, no te olvides de dar “Me gusta”, hacer comentarios e incluso enviar un mensaje directo (DM) con información relevante.



**En esta plataforma podemos encontrar un alto porcentaje de personas entre 16 y 30 años, concretamente un 76% de ellos utiliza Youtube. Además, es la que más público tiene entre 31 y 45 años de edad (68%) y la mejor valorada por la audiencia.**

Al igual que el resto de redes sociales, Youtube permite analizar las estadísticas de tus contenidos (número de visitas a los vídeos, tipo de audiencia, cuántos lo vieron hasta el final, calificaciones, etc).

Puedes incluir un enlace hacia tu Blog si es que tienes uno, o puedes llevar a los visitantes a alguna página a cambio de que te dejen sus datos de nombre y email. Y así crear una lista de suscriptores. Ya desde ahí les puedes hacer seguimiento y empezar a crear una relación con esos prospecto. Hay muchas más estrategias que se pueden hacer pero estás serían las más interesantes.



**TikTok te conquista porque te ofrece la posibilidad de editar tus vídeos antes de publicarlos con gran variedad de filtros y posibilidades. La creatividad entra en juego y podrás añadir música, audios de películas o de discursos de famosos... La cuestión es investigar y dejarse llevar, es una red social muy intuitiva y adictiva.**

Según TikTok, el 90 % de sus usuarios ingresan, al menos, una vez al día. Además, gastan alrededor de 52 minutos en la plataforma.

El principal público objetivo de TikTok es integrado por usuarios de la generación Z y millenials, entre 18 y 24 años. Sin embargo, como parte del efecto de la pandemia y la convivencia bajo el concepto de “quedarse en casa”, también ha sido adoptada por un público adulto que la encuentra divertida y como un espacio de arte y cultura. Con lo antes expuesto, pueden observarse diferentes oportunidades para las empresas.

# ¿Por qué hacer un live?

(Transmisión en vivo)

**Los motivos para hacer un Live son varios y dependiendo de tu marca y los objetivos que tengas en mente será su importancia. Aquí te mostramos algunos de los más atractivos:**

- Porque te ayuda a conectar con tu audiencia.
- Incrementa el engagement y otras métricas.
- Es útil para darle identidad a tu marca.
- Apoya a diferenciarte de la competencia.

**LIVE**



# Recomendaciones para hacer un live streaming exitoso

## Estructura tu charla

Define previamente todos los puntos que vas a tratar en el live. Esto te ayudará a darle un orden a lo que dirás y prever que no se te escape nada.

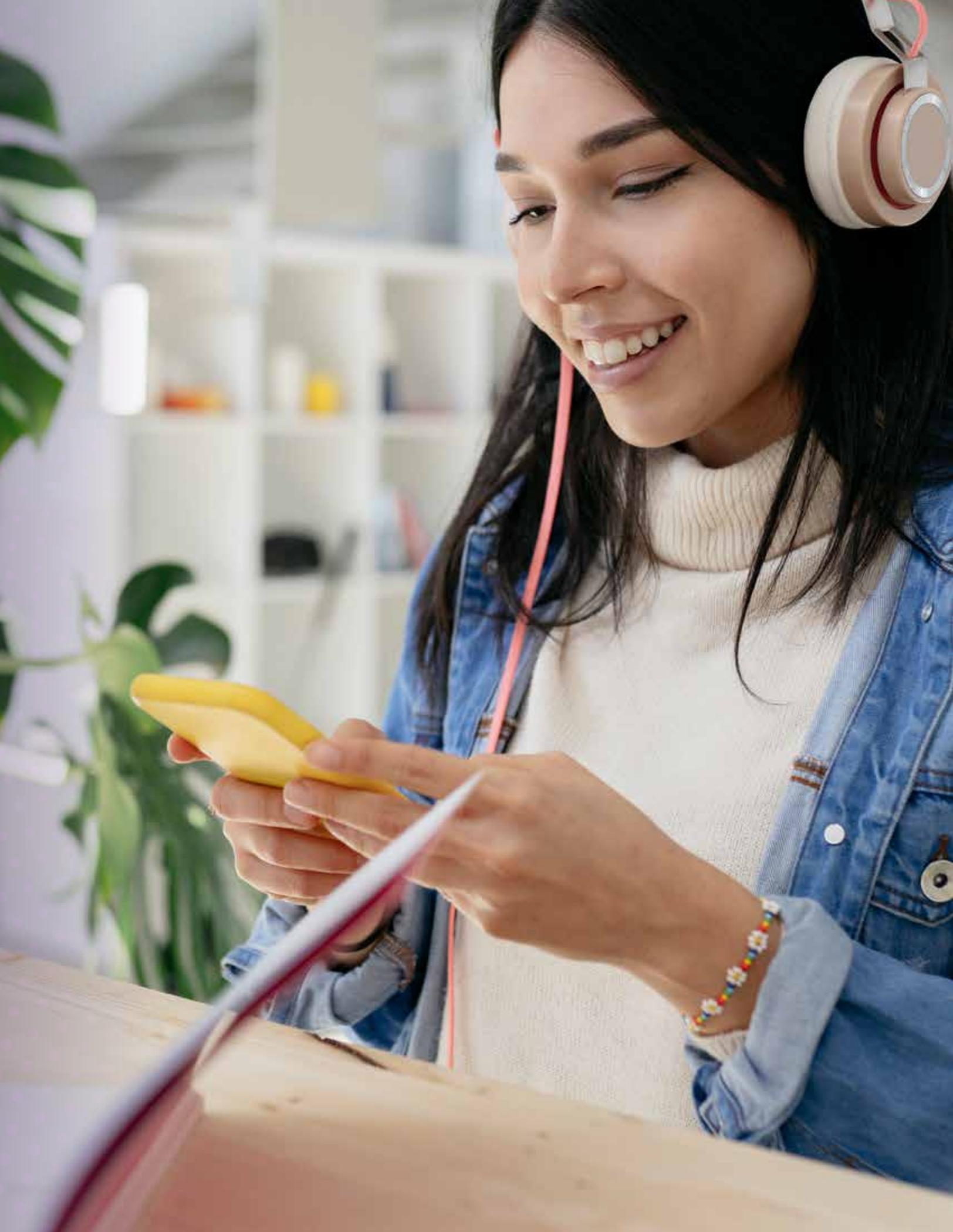
Además, puedes contemplar qué puntos hablarás primero y cuáles de último, así cómo tener un tiempo estimado de cuánto te tomaría hablar de cada uno. Y si por ejemplo, quieres hacer una dinámica de preguntas, también puedes tener previsto un momento para hacerlas, así puedes hablar fluidamente sin desconcentrarte del tema principal o destinando más tiempo del pensado.

## Menos intro, más al grano

Las redes sociales nos brindan contenido de forma muy pero MUY inmediata, y esto ha impactado en los usuarios al punto de que, si decidimos consumir un contenido pero este tarda mucho en darnos lo que esperamos, simplemente desistimos y pasamos a consumir otro contenido.

Lo mismo sucede con las transmisiones en vivo. Puede que entremos a disfrutar de un live porque el tema nos llamó la atención, pero si el orador está hablando y hablando y pasan varios minutos y aún no ha entrado en tema, esto sin duda puede generarnos aburrimiento, desagrado o molestia, y hacer que abandonemos la transmisión.

Por eso es importante ser concretos y desarrollar nuestro tema a profundidad, sin depender de una introducción tan larga o divagar con otros temas que no son el foco de la transmisión en vivo.





## Asegúrate de tener buena calidad de imagen y sonido

Si las personas tienen que hacer un esfuerzo mayor por comprender y pueden ser fácilmente tentadas a abandonar la charla.

Es por ello que debes asegurarte de transmitir con una cámara de buena resolución y contar con un micrófono (actualmente hay muchos auriculares que traen excelentes micrófonos). Igualmente, elige espacios que no tengan eco al hablar, ya que con o sin micrófono, si hay eco, el sonido puede ser bastante incómodo para los espectadores.

Además, procura no conectar muchos dispositivos a tu internet si no tienes un ancho de banda grande, esto evitará inconvenientes en la conexión al hacer la transmisión.

## Incentiva la conversación

Si parte de tu charla consiste en hablar a partir de las preguntas generadas por la audiencia, debes ser reiterativo e invitar cada cierto momento a las personas a dejar sus consultas o comentarios. Muchas veces sucede que las personas no saben que si hacen consultas, estas serán respondidas durante el vivo, por lo que simplemente deciden no hacerlas. Entonces, es importante que al hablar al inicio anticipes que habrá un espacio para responder dudas y comentarios, de este modo, las personas desde ese instante pensarán y dejarán su consulta. Y lo que es aún mejor, esperarán dentro del en vivo a que la respondas, haciendo que permanezca en él por más tiempo.

## Comunica tu vivo con anticipación

Avisa a tus seguidores que harás un live streaming, no con tanta antelación pero sí lo suficiente para que puedan agendarlo. Puedes comunicarlo en tu feed y en tus stories (estos suelen tener mayor alcance), y al momento de compartir la información en stories, puedes sumar una cuenta de regresiva (en el caso de Instagram), de este modo las personas podrán guardarla como recordatorio y les llegará una notificación en cuanto haya terminado la cuenta regresiva.

## Haz pruebas antes de salir en vivo

Verifica que todo se vea y escuche correctamente antes de hacer el streaming, así podrás anticipar fallas y corregirlas con tranquilidad, asegurándote de brindar una muy buena calidad de transmisión en tu vivo.

Estas son algunas de las recomendaciones en general que debemos seguir para realizar un live streaming exitoso, ahora es tu turno de ponerlas en práctica.

# Construye la bio perfecta de tu instagram:

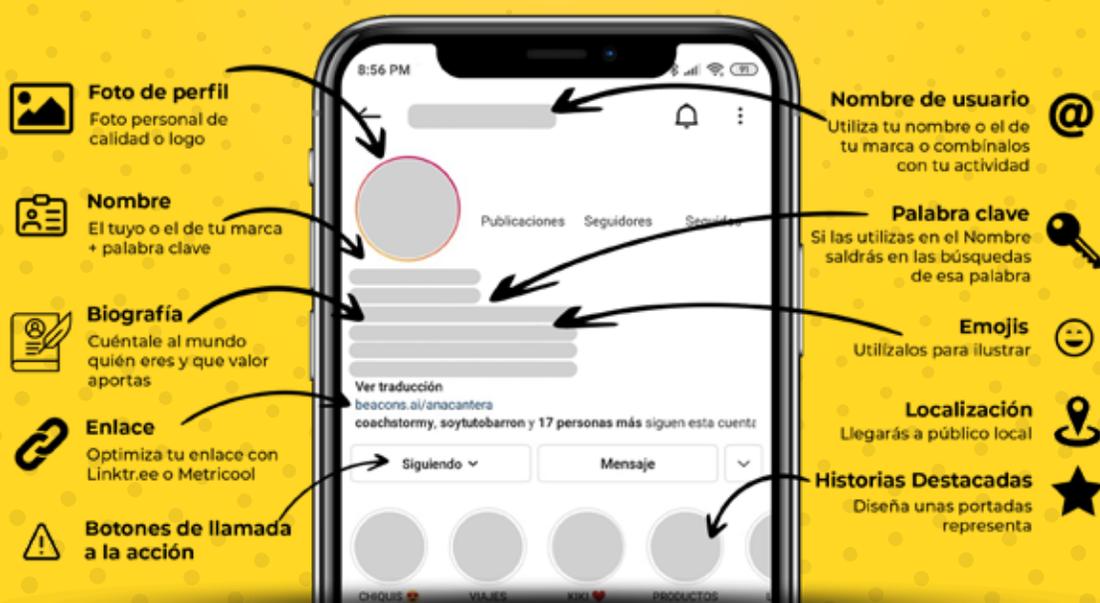
**La biografía de tus redes sociales es lo primero que verán tus visitantes. Es primordial aprovechar nuevos seguidores y clientes potenciales.**

Crear una biografía llamativa para tus redes sociales puede sonar algo simple de hacer, pero a la hora de aterrizar los conceptos más importantes para llamar la atención de las personas y volverlos nuestros clientes, hay que escribir de manera ordenada y clara la información que necesitan.

Para lograr una biografía optimizada debemos tener en cuenta si se responden estas tres simples preguntas:

- ¿Sabes quién soy?
- ¿Sabes lo que ofrezco?
- ¿Tengo un llamado a la acción (CTA)?

Ahora que ya sabes aprovechar mejor la biografía de tus redes sociales puedes experimentar qué funciona para tu perfil o instruir a alguien conocido para que te lo pueda agradecer en un futuro con otro favor para tu negocio.



# Tu Público

La clave para crear los mejores contenidos es tener claro quien es el público y qué necesita. Para organizar mejor los contenidos, siempre es bueno hacer referencia al tipo de público al cual están dirigidos. El buyer persona es una especie de retrato ficticio que ayuda a definir los tipos de clientes, con el fin conocerlos mejor y de diseñar acciones enfocadas a resultados. Este formato de marketing es ideal para poder segmentar a distintos tipos de públicos, por ende se debería de hacer un buyer persona por cada tipo de público que tenga la marca. Comparto todos los aspectos que se deben de incluir en el buyer persona.

**Es el momento que determines a quién vas a dirigirte y quién va a creer que es interesante prestar atención a aquello que te hace valioso. Cuestionate y analiza:**

- ¿Quién va a querer comprar el servicio/producto que vas a desarrollar?
- ¿Qué problemas tiene este cliente?
- ¿Qué le motiva?
- ¿En qué redes sociales, comunidades, se mueve?



**NOMBRE**  
Julia Cáceres

**PROFESIÓN**  
Ama de Casa.

**CARGO E INGRESOS**  
Menos del promedio.

**INTERESES Y HOBBYS**  
Empleo, aumentar sus ingresos, trabajar desde casa.

**FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES**  
Bajo ingreso económico.  
No tener otra fuente de empleo.



**DATOS DEMOGRÁFICOS**  
Vive en República Dominicana, Santo Domingo.

**OBJETIVOS, RETOS Y ASPIRACIONES**  
Incrementa tus ingresos, cambiar estilo de vida, proveer más en la casa y cumplir metas.

**CONSUMO DE CONTENIDOS**  
Influencers, motivación y hogar.

**PREFERENCIAS DE COMPRA**  
Compras por internet y físicas.

**PALABRAS CLAVE RELACIONADAS**

#Salud #Bienestar #Hogar #Familia #Hijos #Empleo #Vodi

# ¡POTENCIALIZA TU NEGOCIO Y DIGITALIZATE!

Abrirte paso en el mundo digital, te permitirá duplicar un sistema en el cuál puedes llegar a miles de personas que pueden fácilmente convertirse en tus clientes, para esto, es necesario llamar su atención, ¿cómo hacerlo?, ¡un plan de contenidos es la clave!

## ¿QUÉ ES UN PLAN DE CONTENIDOS?

Es un documento a través del cual se planifican los contenidos que se publicarán en la comunidad online de los canales.

## ¿PARA QUÉ SIRVE UN PLAN DE CONTENIDOS?

- Para analizar el resultado de los contenidos. Si se le agrega unas columnas de métricas al lado del listado. Es el mejor consejo que puedo dar.

### Mira un ejemplo:

- Para presentarle al cliente los contenidos que se pretenden publicar el próximo mes. Es ideal para conseguir su aprobación.
- Para planificar acciones y evitar contenidos duplicados o contenidos que no estén alineados a la estrategia global de la marca.
- Para mejorar los resultados que ha obtenido la marca con anterioridad.
- Para tener más tiempo de crear piezas gráficas y de vídeos que sean potentes y efectivas.
- Para adelantar trabajo y evitar la creación de último minuto.

## ¿QUÉ NECESITAS PARA CREAR UN PLAN DE CONTENIDOS?

- Unos objetivos de marca definidos.
- Creatividad e innovación para hacer cosas diferentes.
- Hacer investigación sobre la marca, industria y competencia.
- Conocer el público objetivo.

LIKE



# ¡Enciende tus redes y promueve tu sistema!

Crea tu calendario y vé colocando una “x” sobre el **día que harás tú contenido, sé detallista y ponle título, Idea general y horario.**

## 1.- Crea vínculos

Independientemente del trabajo que realices, un live te permite generar una conexión fuerte con tu público. La gente prefiere conocer quiénes son las personas que ofrecen un determinado producto o servicio. Es decir, tu marca gana valor frente a otras.

| LUNES   | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO | DOMINGO |
|---|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| HORA: 8:00 pm   |        |           |        |         |        |         |
| TÍTULO:<br>"El secreto de mi éxito"   |        |           |        |         |        |         |
| IDEA GENERAL:<br>"Dar a conocer los pasos que seguir para obtener mis resultados" |        |           |        |         |        |         |

## 2.- Establece diferencias

Existen personas que no se atreven a hablar con naturalidad frente a la cámara, así que es un punto a tu favor. Tu contenido, si es de calidad hará la diferencia ante los demás.

### ¿Qué diferenciará mis lives, de los lives de otros?

Idea 1: Para mantener la audiencia de inicio a fin, voy a crear una serie de "Sorpresas" que iré mencionando en tiempos específicos o al final de mi transmisión.

Idea 2: Invito a algunas personas de mi audiencia a aparecer en mi live (Muy funcional en instagram), eso los hace sentir incluidos y así no acaparo la pantalla todo el tiempo.

---

---

---

### 3.- El público te ve como experto

Al hablar con naturalidad frente a la cámara, las personas automáticamente lo asocian con un experto. Se supone que cuando tomas la decisión de grabar un vídeo y lo subes en cualquier plataforma es porque tienes algo importante que decir. De la misma manera, cuando te realizan una entrevista es porque la producción te considera un experto sobre un tema en particular.

**Observa a las personas expertas o que son referentes en tu mismo ámbito de negocio ¿Cuál es su contenido? ¿Qué temas abordan ellos en sus redes?**

---



---



---

### 4.- Te posicionas en las redes sociales

Cuando colocas vídeos en tus redes sociales y hasta en tu blog la reacción de las personas es mayor. Esto te ayuda a que vean tu publicación, también a que estés mejor en el ranking de Google o incluso cualquier red social valorará más tu contenido.

**¿Estableciste en qué redes tendrías presencia, también hiciste un pequeño calendario de contenido? ¿Qué tal vas con eso? ¿Tu equipo también lo hace? ¿Tu equipo te ayuda a compartir tus lives y tu contenido? ¿Ellos también están creando sus redes? Recuerda, un buen sistema es replicar lo que ya existe.**

---



---



---



---



---



---

### 5.- Manejo profesional del contenido

Tus seguidores valoran más el tiempo que te tomas para estructurar el contenido, crear el vídeo, luego editarlo, armar un post o crear una infografía. Tu público tiene la percepción que eres una persona profesional y más dedicada. Estas características atraen más al cliente.

|  | LUNES    | MARTES   | MIÉRCOLES | JUEVES   | VIERNES  | SÁBADO   | DOMINGO  |
|--|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>HORA:</b>                               | HORA:    | HORA:    | HORA:     | HORA:    | HORA:    | HORA:    | HORA:    |
| 9:00 am                                    |          |          |           |          |          |          |          |
| <b>TÍTULO:</b>                             | TÍTULO:  | TÍTULO:  | TÍTULO:   | TÍTULO:  | TÍTULO:  | TÍTULO:  | TÍTULO:  |
| "3 Dietas sencillas y fáciles de preparar" |          |          |           |          |          |          |          |
| <b>FORMATO:</b>                            | FORMATO: | FORMATO: | FORMATO:  | FORMATO: | FORMATO: | FORMATO: | FORMATO: |
| Carrusel                                   |          |          |           |          |          |          |          |

## 1.- ¿A quién te diriges?

Define y describe a tu público, al conocer quiénes son es más fácil impulsar un buen contenido. De la misma manera, que escribes un contenido para algún público, pasa con los vídeos. Cuando inicias una grabación de antemano sabes quiénes les va a interesar. Además, conoces sus necesidades, así que es más fácil engancharlos.

**¿Cómo es tu público/cliente ideal? ¿Qué dicen tus estadísticas en Instagram y Facebook? ¿Si estás llegando a tu mercado meta?**

---

---

---

## 2.- Planifícate antes de montar un vídeo

Si te dedicas solamente a improvisar, es difícil que pierdas el miedo ante la cámara. Lo mejor que puedes hacer es mantener un orden. Para que logres una buena planificación sigue estos pasos:

- Busca ideas para tus vídeos.
- Realiza un guión básico y toma en cuenta la siguiente estructura: introducción, cuerpo y despedida. Cuando comiences a redactarlo recuerda de que debes hablar con naturalidad frente a la cámara.
- Al comenzar a grabar por primera vez indica de qué se trata tu perfil. Igualmente, todo vídeo debe comenzar con una breve introducción que despierte el interés por el tema. En el cierre, indica una llamada de acción, ya sea para compartir el vídeo o comentar.
- Para hablar con naturalidad frente a la cámara estructura esquemas, escribe el contenido y estudia lo que vas a decir. En el momento que practiques trata desde el primer instante de expresarte con naturalidad.

**¿Tu equipo ya aprendió a crear presentaciones de impacto? ¿Les has enseñado la importancia del Storytelling? ¿Quieres un equipo y un sistema exitoso?**

**¡Sé un líder y un mentor exitoso!**

- Describe cuál a sido la estructura que haz venido utilizando en tus lives, ¿Te ha funcionado?, ¿Qué cambiarías?

---

---

---

---

---

---

---

## IDEAS DE POST PARA REDES SOCIALES

### EDUCATIVO

- Descarga gratuita o recurso
- Nuevo producto o servicio
- Producto o servicio popular
- Estudio de caso testimonial
- Promociona tu boletín informativo
- Realizar un sorteo de concurso
- Promover una venta
- Venta flash solo para seguidores
- Promover un lanzamiento
- Ventaja competitiva

### SOCIAL

- Carrusel de beneficios
- Video de tiktok
- Lives
- Storytelling

### MOTIVACIÓN

- Cita inspiradora
- Historia de origen
- Comparte una victoria
- Superar un obstáculo
- Mantra motivador
- Rutinas útiles
- Persona inspiradora
- Difundir alegría
- Punta de equilibrio



## Dirijase a la audiencia y diga:

*“¡Les doy la bienvenida a todos! Nos sentimos muy emocionados de que nos acompañen hoy. Soy (su nombre) y seré su anfitrión de esta noche”.*

*“Antes de empezar, les daré unas instrucciones para asegurar que tengamos un gran evento para todos. Favor de colocar todos los celulares en silencio, de manera que no tengamos ninguna interrupción. Les recomendamos que tengan papel y pluma a mano para tomar notas; responderemos todas las preguntas de manera individual al terminar la presentación.”*

Si alguien presentara la oportunidad usted lo debe de presentar y edificar. Relájese y sea usted mismo, recuerde que usted sabe más del negocio que sus invitados, así que no importa que se equivoque o se le olviden algunas palabras; ellos no lo sabrán.

Entre más Lanzamiento de Negocios ofrezca, mejor les quedaran. **¡Su entusiasmo es lo que moverá!**

**7:35 pm - 8:10 pm Presentación:** Ponga uno de los vídeos introductorios de TLC (el que más le guste) y comparta el panorama general del negocio, plan de compensación y testimonio de los productos, si no conoces bien los detalles del plan, no te preocupes, puedes leer lo que dicen las diapositivas.

**8:10 pm - 8:15 pm Cierre:** Si tiene uno o varios socios presentes, haga que 5 o menos pasen al frente y que en 30 segundos o menos den su nombre, experiencia y porque iniciaron. El objetivo es mostrar la diversidad y hacer una conexión con los invitados al relacionarlo con varias profesiones que conocen.

**8:15 pm - 8:20 pm Inscripciones:** Infórmeles a sus invitados que tendrán una sección de 10 minutos para los que desean inscribirse, llenen solicitudes y respondan preguntas.

**Observación crítica:** Se debe de hablar de manera individual con cada una de las personas. Mantenga la música lo suficientemente alta de manera que los invitados no escuchen lo que se les dice en privado a los demás. Esto es importante para aislar las distracciones de manera que pueda identificar a las personas que están listas para iniciar.

**8:20 pm - 8:30 pm Entrenamiento de Inicio:** Apague la música y pida un aplauso para todos los que se inscribieron o compraron y los que están interesados. Establezca la pauta haciéndoles saber a todos que su éxito dependerá en gran parte de su disposición para seguir los pasos del entrenamiento.

**¡Una vez termine, programe 4 Lanzamiento de Negocios para sus nuevos socios de negocios y DUPLIQUELOS hasta embajador y más allá!**

# GLOSARIO DE TÉRMINOS MLM

- **Distribuidor o Asociado:** Prospecto que decidió unirse a su red MLM.
- **Patrocinar:** El acto de lograr que ingrese a su red como distribuidor, alguien a quien se ha contactado.
- **Patrocinador o Sponsor:** Distribuidor de una compañía MLM que auspicia y entrena a otro distribuidor.
- **Frontal o Directo:** Grupo de distribuidores que usted asocia y auspicia directamente y que se ubican en el primer nivel de su organización.
- **Upline:** Todos los distribuidores en la genealogía por encima de un distribuidor se refirió como su línea ascendente.
- **Dowline:** Son los Distribuidores “Personalmente Patrocinados” por un Distribuidor, así como todos los Distribuidores que estos Patrocinan hasta la Profundidad de la Estructura del Plan de Compensación.
- **Anchura:** Número de personas en la línea frontal de un distribuidor, o número de personas permitidas en la línea frontal de un distribuidor de acuerdo a las reglas del plan de compensación.
- **Grupo personal:** Todos los distribuidores dentro de su rango de su organización, a los cuales usted ha auspiciado personalmente y toda la línea descendiente.
- **Ingreso residual:** El único tipo de ingreso que provee verdadera potenciación es el residual. El dinero se sigue recibiendo tiempo después de haber terminado la tarea. Es el dinero que ganan por derechos y rentas los autores de best sellers o canciones exitosas, el que ganan los grandes dueños de negocios por los dividendos de sus acciones... es ese ingreso que sigue generándose incluso si usted deja de trabajar.
- **Activo:** Solo los distribuidores ACTIVOS pueden obtener ganancias. Un Distribuidor se considera ACTIVO cuando tiene mínimo 40PV (Cantidad de “Volumen Personal”).
- **Inactivo:** En cada “periodo de comisiones” (cada 4 semanas), el Distribuidor que no haga su compra mínima, se le considera un “Distribuidor Inactivo”, lo cual significa que no esta cobra comisiones.
- **Calificado:** En el Binario, un Distribuidor es “Calificado” es cuando tiene una persona activa de cada lado, lo que significa que puede cobrar comisiones del Bono Binario.

- **GV (Volumen de la organización):** Volumen mensual de ventas generado por su organización, por medio de la compra de productos de la compañía.
- **PV (Volumen personal):** Volumen de productos que usted compra por mayor a la compañía en un mes determinado.
- **QV (Volumen de Calificación):** Término alternativo para el volumen de calificación de un rango o posición.
- **CV (Volumen de Comisión):** Término alternativo para el volumen que se utilice para hacer el pago de la comisión.
- **Genealogía:** Es la estructura gráfica de tu organización, como están colocados los miembros de tu equipo en el Binario.
- **Binario:** Tipo de plan de compensación que forma su línea frontal a dos piernas y paga semanalmente por la pierna menor de su organización.
- **Pierna del binario:** Se refiere a uno de los dos lados de su estructura, el lado derecho y el lado izquierdo.
- **Comisiones:** Porcentaje de la ganancia total de una compañía que se paga a los distribuidores, en forma de residuales y bonificaciones.
- **Plan de Compensación o Plan de Pagos:** Término utilizado para definir la forma de pago y requisitos del negocio.
- **Compresión:** Cuando un distribuidor renuncia o es expulsado, su red sube un nivel, llenando así el espacio vacío que dejó y “comprimiendo” un nivel de la red de la compañía.
- **Rango de pago:** Todos los niveles de su red por los cuales su plan de compensación le permite extraer bonificaciones y comisiones.
- **Profundidad:** El número de niveles de su organización MLM.
- **Nivel:** Es la posición que un Distribuidor tiene en una línea descendente (Downline) con respecto a un Distribuidor en línea ascendente (Upline). Los Distribuidores patrocinados personalmente por el “Distribuidor X” se encuentran en el NIVEL UNO. Aquellos Distribuidores patrocinados por los Distribuidores del NIVEL UNO se encuentran en el NIVEL DOS de la Línea descendente del “Distribuidor X”.
- **Organización:** Porción de su red de la que se le permite extraer residuales y comisiones. Incluye a todos los distribuidores ubicados en todos los niveles que están dentro de su rango de pago.
- **Oportunidad:** Chance de unirse a la distribución por network marketing, u otro término para la distribución en sí.



- **Acción masiva:** Andanada de actividad de prospección conjunta y sostenida.
- **Constructor del negocio:** Distribuidor que auspicia activamente, en oposición a quien simplemente compra productos al por mayor para uso personal.
- **Re Consumibles:** Productos, tales como cremas faciales y suplementos herbales, que se consumen regularmente y deben ser reemplazados periódicamente, lo que asegura negocios repetitivos para los profesionales de red que los venden.
- **Duplicación:** El proceso de duplicar constructores de negocios en su red.
- **Momentum:** Fase del crecimiento de una compañía de network marketing en la cual las ventas y el auspicio comienzan a crecer a tasa exponencial.
- **Líder:** Persona de éxito en una red MLM.
- **Esquema piramidal:** Negocio ilegal que genera dinero cobrando honorarios de membresía o asociación, u obligando a los socios a realizar carga frontal y comprar productos que no necesitan. La regla práctica es que si la última persona que se asocia no puede ganar dinero, eso es un esquema piramidal. Las personas que primero se asocian ganan dinero obteniendo un porcentaje de las cuotas de personas que se asocian después de ellos, u obligando a sus socios a hacer carga frontal. Pero la última persona que ingresa no recibe ni cuotas ni comisiones, porque no hay más asociados. En una legítima compañía de MLM la última persona que se asocia siempre puede ganar dinero comprando productos por mayor y vendiéndolos a clientes para obtener ganancias minoristas. Una compañía legítima tiene clientes reales que compran y usan los productos. En un esquema piramidal, los productos son solo artilugios para hacer carga frontal o una excusa para recaudar honorarios de ingreso y de capacitación.

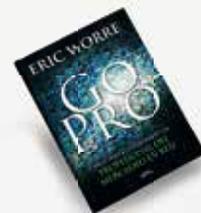
# RANGOS DE LA COMPAÑÍA

| RANGO               | REQUISITOS  | ELEGIBILIDAD PARA OBTENER  | PAGA BINARIA | BONIFICACIÓN PARALELA BINARIA  |
|---------------------|---|--|--------------|--------------------------------|
| AFILIADO            | Activo con 40PY   | Inicio Rápido y Bonificación Mixtápana solamente con 10 PY   | NINGUNA      | NINGUNA                        |
| ASOCIADO            | Activo con 40PY y Certificado Binariamente  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria  | 10%          | NINGUNA                        |
| DIRECTOR            | Activo con 80PY, Certificado Binariamente y 1.000PLV  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria y Paga Paralela                                  | 12%          | 50% 1er nivel<br>10% 2do nivel |
| ESTRELLA CRECIENTE  | Activo con 40 CV de cada lado del binario y 2.500 CV en la piana menor. Mínimo 80 puntos de orden personal  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria y Paga Paralela                                  | 12%          | 50% 1er nivel<br>10% 2do nivel |
| DIRECTOR EJECUTIVO  | Activo con 80PY, Binario Calificado y 5.000PLV  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria y Paga Paralela                                  | 14%          | 50% 1er nivel<br>20% 2do nivel |
| DIRECTOR REGIONAL   | Activo con 120PY, Calificado Binario, por lo menos un Director Ejecutivo Activo Personalmente patrocinado en la semana comisionable anterior y 10.000PLV  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria y Paga Paralela                                  | 17%          | 50% 1er nivel<br>30% 2do nivel |
| DIRECTOR NACIONAL   | Activo con 120PY, Calificado Binario, por lo menos un Director Regional Activo Personalmente patrocinado en la semana comisionable anterior, y 20.000PLV  | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria, Paga Paralela y Bonificación por Estilo de Vida | 20%          | 50% 1er nivel<br>40% 2do nivel |
| DIRECTOR GLOBAL     | Activo con 120PY, Calificado Binariamente, 2 Directores Ejecutivos activos (uno en cada grupo), por lo menos 1 Director Nacional Activo Personalmente patrocinado en semana comisionable anterior y 50.000PLV | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria, Paga Paralela y Bonificación por Estilo de Vida | 20%          | 50% 1er nivel<br>50% 2do nivel |
| EMBAJADOR           | Activo con 120PY, Calificado Binariamente, 4 Directores Ejecutivos activos (dos en cada grupo), por lo menos 1 Director Global Personalmente patrocinado en la semana comisionable anterior y 100.000PLV      | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria, Paga Paralela y Bonificación por Estilo de Vida | 22%          | 50% 1er nivel<br>50% 2do nivel |
| EMBAJADOR EJECUTIVO | Activo con 120PY, Calificado Binariamente, 8 Directores Ejecutivos activos (uno en cada grupo), por lo menos 1 Embajador Personalmente patrocinado en la semana comisionable anterior, y 250.000PLV           | Inicio rápido, Bonificación Minorista, Paga Binaria, Paga Paralela y Bonificación por Estilo de Vida | 25%          | 50% 1er nivel<br>50% 2do nivel |

# LECTURAS RECOMENDADAS



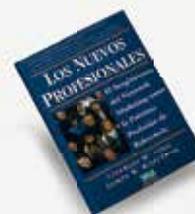
**NEGOCIOS DEL SIGLO XXI**  
Robert Kiyosaki



**GOPRO**  
Eric Worre



**PIENSE Y HÁGASE RICO**  
Napoleón Hill



**LOS NUEVOS PROFESIONALES**  
Charles W. King, James W. Robinson



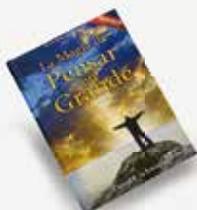
**LA ESCUELA DE NEGOCIOS**  
Robert Kiyosaki



**LAS 21 LEYES IRREFUTABLES  
DEL LIDERAZGO**  
John C. Maxwell



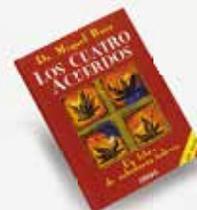
**COMO GANAR AMIGOS E  
INFLUIR EN LAS PERSONAS**  
Dale Carnegie



**LA MAGIA DE PENSAR EN  
GRANDE**  
Camilo Cruz



**LA VACA**  
Camilo Cruz



**LOS 4 ACUERDOS**  
Miguel Angel Ruiz Macías

# ¡FELICIDADES!

Hello hello, soy Ana Cantera y si estás leyendo estas líneas es porque has llegado hasta el final de la Guía de Inicio ¡Enhorabuena! Quiero felicitarte por llegar hasta aquí, esto significa que tienes un potencial enorme, una mente inquieta y un espíritu emprendedor que es uno de los ingredientes que se necesita para esta carrera.

Somos un grupo de personas que al igual que tú iniciaron un negocio desde cero y estamos dispuestos a compartirte todo lo aprendido para que tu negocio tenga los resultados que esperas.

Esta guía te ayudará a evitar muchos tropiezos y fracasos en tu negocio de mercadeo en red ya que es un sistema probado y comprobado, podrá asesorarte para aprender nuevos temas, desarrollar habilidades y a tomar decisiones inteligentes para tu negocio que se verán reflejados en tiempo, esfuerzo y dinero.

Queremos que todos los socios del Movimiento A3VTé tengan una experiencia y un negocio exitoso que impacte positivamente miles de familias en Latinoamérica y en el mundo.

Te propongo trabajar y aplicar lo aprendido en esta guía los próximos 90 días, síguela al pie de la letra y te aseguro que tendrás un cambio positivo en tu vida y negocio. Conviértete en un líder de principios y construye un negocio con bases firmes, si lo haces tienes todas las garantías por mi parte de que encontrarás una mejoría notable en tu actitud y en consecuencia en tus resultados.

A partir de aquí el trabajo es tuyo, aunque quedo a tu entera disposición así como todo mi equipo y liderazgo del Movimiento A3VTé. Estoy disponible para ti en mis redes sociales, será un placer saber de ti e interactuar contigo.

Mis mejores deseos.

*Ana Cantera*  
Coach & Networker Profesional



MOVIMIENTO  
**A3VTE**  
1000 FAMILIAS



**¡Más que una equipo, una familia!**





[www.a3vte.com](http://www.a3vte.com)