LifeWave **Success Library**

LLAMADA A TRES

La llamada a tres siempre ha sido el recurso favorito de la empresa entre los profesionales del network marketing a la hora de conseguir distribuidores nuevos. No todo el mundo utiliza esta técnica, aunque si está va a hacer una llamada a tres como parte de su plan de desarrollo empresarial, tendrá que aprenderlo todo lo que pueda para usarla eficazmente cuando recurra a ella.

¿Qué es una llamada a tres?

Una llamada a tres es cuando usted, como miembro, invita a su patrocinador o a otro líder a participar en una llamada a un posible distribuidor para que se haga una idea mejor de la oportunidad o de los productos, para escuchar más detalles sobre el negocio en general y contestar a las preguntas o dudas que puedan surgir.

La finalidad de las llamadas a tres

La finalidad de una llamada a tres es cerrar un trato e inscribir a un miembro nuevo. Las llamadas a tres permiten a los miembros nuevos aprovechar el conocimiento de su patrocinador y enseñarle el negocio a su cliente potencial.

¿Cuándo se recurre a las llamadas a tres?

Las llamadas a tres son una forma magnífica de presentar la empresa a un cliente potencial. Después de mostrarse inicialmente interesado en conocer más detalles sobre LifeWave y empezar a preguntar cosas interesantes, estas llamadas suponen una gran oportunidad para compartir el conocimiento que tiene su patrocinador y ayudarle a inscribir a un miembro nuevo. Antes de una llamada a tres, conviene asegurarse de que el cliente potencial haya recibido o escuchado algo de información como, por ejemplo, un vídeo de producto de LifeWave o de la oportunidad empresarial y, por la tanto, conoce los aspectos básicos de LifeWave.

Es fundamental que usted “destaque” a la persona que va a incorporar a la llamada con su cliente potencial. Explique los logros de este líder o patrocinador en LifeWave o comente las razones por las que escuchar a este líder le resultará útil a su cliente potencial.

El valor de la llamada a tres

Validación: Las llamadas a tres son como un aval externo sobre LifeWave y permite al cliente potencial ver las posibilidades al escuchar otras historias de éxito y recibir respuestas a sus preguntas.

Aprovechar el conocimiento: Estas llamadas tienen un gran valor para los distribuidores nuevos porque les permite ponerse rápidamente en marcha aprendiendo cómo hablar sobre LifeWave. Puede aprovechar la experiencia y conocimiento de su líder/patrocinador mientras perfecciona sus técnicas de desarrollo empresarial.

Experiencia de aprendizaje: También es una forma práctica de aprender para miembros nuevos. Después de todo, cuando un miembro forme su equipo tendrá que hacer todas estas llamadas con los miembros de su equipo cuando sea un patrocinador. Además, ayuda a los miembros a desarrollar su capacidad expresiva, habilidades y conocimiento básico. Escuchar a su patrocinador y detectar los que funciona es una experiencia de aprendizaje valiosísima.

Además, el cliente potencial pensará “Vaya, si me meto en este negocio, también podré llamar a esta persona para que me ayude”.

Conozca a su cliente potencial: Usted tiene la esperanza de que este cliente potencial se una a su equipo. Estas llamadas son una forma ideal para conocer mejor a su cliente potencial y saber por qué está principalmente interesado en el negocio. Sus preguntas le dirán mucho sobre su interés. Conocer a su equipo y generar confianza entre sus miembros es indispensable para el éxito empresarial.

Iniciar la comunicación: Las llamadas a tres también abren las líneas de comunicación con su cliente potencial. Si su cliente potencial necesita tiempo para tomar una decisión, sabrá que puede ponerse en contacto con usted sin problemas. Si decide unirse a su equipo inmediatamente, se sentirá seguro al saber que va a formar parte de un equipo solidario.

Cómo pasar a una llamada a tres

Cuando el cliente potencial haya pasado el primer filtro, será un buen momento para la llamada a tres.

Le puede decir:

> ‘Me encanta que esté interesado en LifeWave. Tengo un hueco el miércoles que viene para llamarle. ¿A qué hora le viene mejor, a la 1:00 o a las 3:00?

Al preguntárselo de esta manera, resulta más fácil que acepten la invitación, en lugar de contestar sí o no.

Aquí tiene un ejemplo sobre cómo invitar a un cliente potencial a una llamada a tres:

Distribuidor de LifeWave: “Me encanta que sienta interés por LifeWave después de ver el vídeo del parche X39TM . Tengo un hueco el miércoles que viene para llamarle. ¿A qué hora le viene mejor, a la 1:00 o a las 3:00 de la tarde?

Cliente potencial: “A la 1:00 de la tarde me viene bien”.

Distribuidor de LifeWave: “¡Genial! Estoy pensando en una persona que me gustaría presentarle si está disponible. Esta persona lleva en la empresa X meses/años (ahora es el momento de destacarla) y lo sabe todo sobre los productos y la oportunidad de negocio. Voy a ver si me la puedo llamar por teléfono... un momento solo... para que se haga una radiografía bien clara y completa de LifeWave. Esta persona se lo explicará todo de una forma más detallada. ”

Presentación del patrocinador en las llamadas a tres

Ahora es el momento de destacar las cualidades de su líder. Dedique algo de tiempo con su patrocinador a preparar una presentación impactante.

Una vez programada la llamada con el cliente potencial, tendrá que aclarar que su patrocinador tiene poco tiempo. Por ejemplo:

“[Nombre del cliente potencial], tengo una buena noticia. He conseguido que mi patrocinador [insertar nombre] participe en la próxima llamada. No estaba seguro de si tendría un hueco en su agenda, porque está muy ocupado, pero lo he pillado entre reuniones y me ha dicho que tiene un poco de tiempo para contestar sus preguntar para ver si LifeWave es apropiado para usted”.

Si su patrocinador tiene cierto rango en LifeWave, no olvide mencionarlo. Haga que el cliente potencial sepa que una persona importante se ha hecho un hueco en la agenda para atenderle.

Cerrar el trato

El objetivo de la llamada a tres es que el cliente potencial entre en el negocio hoy.

Pregúntele al cliente potencial:

> ‘¿Cómo quiere empezar hoy - en el nivel oro o diamante?’

Su patrocinador estará ahí para ayudarle a cerrar el trato e inscribir a un miembro nuevo.

Si alguien está atravesando una situación económica difícil, le puede decir:

> ‘Si no se puede permitir una inscripción de nivel oro hoy, puede empezar con el paquete básico. Solo cuesta 25 USD y podrá entrar en el negocio y empezar a ganar dinero en este momento de enorme crecimiento. No quiero que deje pasar esta oportunidad’.

Trate de finalizar la llamada cerrando el trato

No olvide hacer un seguimiento

Después de hablar con alguien, sea cual sea la respuesta, envíe siempre un correo electrónico de seguimiento o un mensaje de texto para darle las gracias por su tiempo, incluyendo enlaces a su sitio web replicado o a otro vídeo/presentación. Al final del día, no estará vendiendo, pero expondrá a sus clientes potenciales a una serie de momentos informativos para que tomen una decisión inteligente...¡igual que muchas otras personas que ya la han tomado!

Lo maravilloso de las llamadas a tres es que no hay ningún tipo de presión, porque hay otra persona dirigiendo la conversación. Usted aprende mientras escucha y si por algún motivo la llamada no va como esperaba (a lo mejor el cliente potencial hace preguntas muy difíciles o tiene una postura negativa) podrá hablar después y quizá encauce la conversación por donde le convenga.

Recuerde: Si no están interesados o emocionados después de la llamada, no pasa nada. Si se trata de un amigo suyo, seguirán siendo amigos. No hace falta tratar de convencerlos. ¡Hay cientos de clientes potenciales que mostrarán más interés después de la llamada! Al fin y al cabo, es una cuestión de números.

LIFEWAVE®