LifeWave **Success Library**

GUÍA DE ÉXITO

¡Poner en marcha su propio negocio puede ser sencillo, claro y divertido!

Hay muchas formas de llegar a lo más alto y construir el negocio de sus sueños.

¡La clave está en dar con la fórmula que funcione para usted!

Esta guía no es más que eso: una guía para que triunfe. Puede que encuentre algunas cosas útiles o que tenga otras ideas que prefiera utilizar e, incluso, otras que le haya sugerido su patrocinador o líder. Se trata de mezclarlo todo y averiguar lo que funciona, porque cada persona es diferente.

Como siempre, póngase en contacto con su patrocinador y con otros líderes, pues no cabe duda de que ellos tendrán más consejos y trucos para compartir con usted.

Esta Guía de éxito sencilla está diseñada para ayudarle a empezar bien y que sea capaz de conseguir sus objetivos con LifeWave durante sus primeros 90 días. Una de las primeras claves es probar los productos de LifeWave y convertirse en un producto de nuestros productos. Así podrá compartir sus experiencias personales con los demás. ¡Creer en la tecnología de LifeWave es, desde luego, un ingrediente importante para el éxito!

¡Estudie los pasos recomendados, busque el aporte de los demás... y empiece a recorrer su camino hacia el éxito!

BIENVENIDO

LifeWave le ofrece una oportunidad maravillosa para vivir la vida que siempre quiso . Imagínese tener la oportunidad de trabajar en algo relacionado con su estilo de vida: se acabaron los horarios de oficina de 9 a 5 y los atascos a las 7 de la mañana, ahora toca relacionarse con otras personas de mentalidad similar mientras se gana la vida (maravillosamente) bien.

¡Todo ello es posible en LifeWave! Pero va a necesitar un punto de partida para alcanzar sus objetivos. Esta guía le ofrece una plantilla para ayudarle a conseguir sus objetivos empresariales, ya sea para ganar un dinero extra o hacerse profesional del network marketing a tiempo completo. Una guía de éxito con una hoja de ruta para conseguir esos objetivos.

Tome esta guía y utilícela como referencia principal durante los próximos 90 días. Aquí encontrará un montón de recursos útiles que le ayudarán por el camino. No salga de casa sin ella, porque si tiene sus objetivos siempre presentes, la probabilidad de conseguirlos será mayor. Empiece a utilizar la Guía de Éxito de LifeWave para empezar a construir su vida ideal.

¡Manos a la obra!

ÍNDICE

Le recomendamos que siga los pasos 1 – 9 antes de su primera llamada a tres o reunión.

Paso 1	Vamos a ponernos cómodos	5
Paso 2	Descargar la app	5
Paso 3	Suscribirse	5
Paso 4	Identificar clientes potenciales	7
Paso 5	Perfeccione su guión	8
Paso 6	Defina su objetivos	11
Paso 7	Recurra a su patrocinador	11
Paso 8	Prepare su material de marketing	12
Paso 9	Cree un grupo en redes sociales	13

Ya está preparado para empezar a desarrollar su negocio. Siga los pasos 10 - 20 como herramienta de ayuda durante el proceso de formación de un equipo exitoso.

Paso 10	La llamada a tres	14
Paso 11	Prepare su primera reunión/presentación	14
Paso 12	Checklist del miembro nuevo	16
Paso 13	Crear un calendario	17
Paso 14	Recopilar testimonios	18
Paso 15	Utilizar el boletín de noticias Splash	18
Paso 16	Publicidad en Facebook	19
Paso 17	Realizar un seguimiento es fundamental	20
Paso 18	Sea sistemático	22
Paso 19	Motivación para uno mismo y para su equipo	22
Paso 20	Revisión de objetivos	23

Paso 1 – Vamos a ponernos cómodos

Lo primero que tiene que hacer es familiarizarse con las herramientas que va a necesitar para que su negocio sea todo un éxito.

Familiarícese con www.lifewave.com y el back office. Descárguese nuestro libro electrónico "Guía básica del back office", para aprender a realizar pedidos, inscribir miembros, buscar los recursos de marketing y muchas cosas más.

Las dos primeras semanas en el negocio deberá dedicarlas a aprenderlo todo sobre LifeWave, para que tenga toda la información que pueda a la hora de contestar cualquier pregunta que le hagan.

Paso 2 – Descargar la app

Disponemos de una aplicación móvil que los miembros pueden usar y compartir totalmente GRATIS. Se trata de una potente herramienta de desarrollo empresarial para miembros experimentados y nuevos. Un recurso móvil perfecto que tendrá siempre a mano vaya donde vaya.

La aplicación LifeWave Corporate simplifica el aprendizaje: siempre lista cuando usted y su equipo estén listos para compartir la experiencia de LifeWave.

Para descargar la app, solo tiene que buscar 'LifeWave Corporate' en la tienda de aplicaciones de su móvil.

- Descárguela
- Estudie la información
- Vea los vídeos
- Practique

Está disponible en varios idiomas, para que usted y su equipo puedan usarla, sin importar en qué país del mundo se encuentren.

Paso 3 – Suscribirse

En LifeWave, trabajamos permanentemente en la formación de nuestros miembros, asegurándonos de que disponga en todo momento de la información más reciente sobre nuestros productos y promociones. Para ello utilizamos comunicaciones semanales y mensuales por correo electrónico, nuestra aplicación móvil de gestión de contactos, webinarios sobre formación de producto o eventos corporativos.

Suscríbase al boletín de noticias

Splash es el boletín de noticias que enviamos mensualmente a los miembros. Aquí podrá leer las noticias más recientes sobre LifeWave, descubrir los pormenores de las próximas promociones y recibir información extra sobre nuestros productos.

También enviamos correos electrónicos todas las semanas, para informarle sobre las promociones nuevas, los estudios clínicos más recientes y toda la información general que necesita sobre el negocio de LifeWave.

Vi sender også e-mails ud hver uge, der informerer dig om nye kampagner, den seneste kliniske forskning, og alle de generelle informationer du bør vide om LifeWave forretningen.

Si desea suscribirse para recibir nuestros correos electrónicos, siga estos pasos:

- Inicie sesión en el back office.
- Haga clic en el apartado 'Recursos' del menú superior.
- En el menú de 'Recursos' (situado a la izquierda), haga clic en 'Lista de correo electrónico para miembros'.
- Seleccione la lista a la que desee suscribirse (por favor, seleccione el país/idioma correspondiente).
- Introduzca su 'Nombre', 'Apellidos' y 'Dirección de correo electrónico', y haga clic en 'Suscribirse'.

Registrarse en los webinarios

David Schmidt, CEO y fundador de LifeWave, imparte una serie de webinarios mensuales para obtener formación sobre nuestros productos. Cada mes , David presenta a los miembros las últimas novedades sobre la tecnología de LifeWave y responde cualquier pregunta de los asistentes sobre los productos.

Nuestros webinarios son verdaderamente exclusivos, y le ofrecen la oportunidad de preguntar directamente al inventor todo lo que desee saber sobre nuestra tecnología. De vez en cuando, también organizamos webinarios de desarrollo empresarial, que se centran exclusivamente en las buenas prácticas para ampliar su equipo.

Puede consultar el programa de webinarios en nuestro calendario de eventos en www.lifewave.com.

Vores webinarprogram kan findes på arrangementkalender på www.lifewave.com

- Vaya a nuestro calendario de eventos para ver los próximos webinarios.
- Hay dos formas de encontrar el calendario de eventos
- Vaya al back office y haga clic en 'Eventos' situado en el menú superior
- Vaya al pie de página de www.lifewave.com y haga clic en 'calendario de eventos'
- Una vez en el calendario de eventos, seleccione 'Webinarios corporativos'
- Aquí verá una lista de los próximos webinarios corporativos.
- Para registrarse, seleccione un webinario y haga clic en el botón Registrarse ahora
- Se abrirá una ventana para que introduzca su dirección de correo electrónico y nombre.
- Una vez introducidos, recibirá un correo electrónico de confirmación en su bandeja de entrada.
- Los recordatorios de los próximos webinarios se envían a su bandeja de entrada una vez a la semana y un día antes del inicio del webinario.
- Utilice el enlace de los correos electrónicos de recordatorio para iniciar sesión en el webinario a la hora programada.
- Los webinarios sobre formación de producto se imparten una vez al mes. Las grabaciones de estos webinarios están disponibles en nuestro canal de YouTube.

Nota: Las grabaciones de todos los webinarios no están disponibles para todos los miembros.

Asista a nuestros eventos corporativos

Muchos de nuestros miembros celebran reuniones para los miembros de su equipo. Así pues, no olvide preguntarle a su patrocinador si hay alguna por su zona a la que pueda asistir. En LifeWave Corporate, celebramos reuniones corporativas anuales para nuestros miembros de EE. UU., Europa y Asia. Nuestros eventos corporativos son un lugar formidable para crear contactos, enterarse de los nuevos lanzamientos de producto y conocer en persona al equipo directivo detrás de la marca.

Regularmente publicamos los detalles de los próximos eventos en las redes sociales y en nuestro boletín de noticias Splash. Las entradas para los eventos se suelen agotar, por lo que asegúrese de comprar la entrada de cualquier evento corporativo próximo cuando vea que salen a la venta.

Si tiene alguna consulta sobre los eventos, escríbanos a events@lifewave.com.

Paso 4 – Identificar clientes potenciales

Para lograr que su negocio sea un éxito, tiene que compartir la oportunidad de LifeWave con la mayor cantidad de personas posible. ¿Pero por dónde empezar? Una de sus primeras tareas va a ser identificar a las personas con las que se va a poner en contacto.

¿Conoce a alguien que quiera tener mejor salud, más libertad o quizá ganar algo de dinero extra?

Utilice la siguiente lista como guía para confeccionar un borrador inicial de una lista de amigos, vecinos, contactos profesionales y demás personas para compartir LifeWave y que su negocio despegue rápidamente.

Tenga esta lista a mano en su mesa o en la cartera para acordarse de compartir esta increíble oportunidad con las personas que le importan.

Cómo sabe quién...

- se preocupa por la salud
- está interesado en productos naturales para la salud
- está luchando contra un problema de salud
- quiere tener más energía
- está cansado de un trabajo convencional
- está motivado personalmente
- se merece una vida mejor
- adora los desafíos
- hace ejercicio habitualmente
- se está recuperando de una lesión
- es un profesional de la medicina natural
- es terapeuta masajista

Repase esta lista y escriba el nombre de todas las personas que podrían responder a cada uno de estos perfiles. Ahora ya tiene su primera lista de clientes potenciales. Una vez haya acabado con esta lista, empiece con otra. ¡Es fácil!

Paso 5 – Perfeccione su guión

Si complementa nuestra aplicación móvil de gestión de contactos, LifeWave InTouch, con otro tipo de enfoques, ya sea usted más de hablar o de escribir, tendrá que averiguar qué es lo que mejor le funciona a base de prueba y error. Idealmente, los mejores siempre se sienten cómodos con ambas cosas, pero todos deben pasar por una curva de aprendizaje hasta que dominen el oficio.

El correo electrónico es una herramienta de marketing potente que le mantiene en contacto con su equipo y con potenciales miembros de Lifewave. Al principio, puede resultar difícil encontrar las palabras adecuadas al compartir LifeWave, por lo que le hemos preparado varios guiones de ejemplo para que los miembros nuevos se pongan manos a la obra con los mensajes de texto, llamadas telefónicas, correos electrónicos o redes sociales. Lógicamente, su patrocinador y líderes pueden darle consejos adicionales.

CORREO ELECTRÓNICO 1 Después de una conversación o reunión inicial

Situación: Un mensaje de seguimiento para una conversación informal o una reunión inicial de LifeWave.
Cuándo enviarlo: 1-2 días después de la conversación inicial.

SUBJECT LINE: LifeWave opfølgning

EMAIL BODY

LÍNEA DEL ASUNTO: Seguimiento de LifeWave

CUERPO DEL CORREO ELECTRÓNICO

Hola [DESTINATARIO],

¡Espero que estés bien! Te escribo en relación a la conversación que mantuvimos sobre LifeWave el pasado [FECHA/HORA DE REFERENCIA]. ¿Te acuerdas del vídeo del que te hablé? Es un punto de partida formidable para conocer al detalle la tecnología. Haz clic en el siguiente enlace para verlo: https://youtu.be/TYCnIp_vy8I.

Avísame cuando lo hayas visto. Será un placer resolver cualquier duda que tengas.

¡Gracias! ¡Hablamos pronto!

Un saludo,

[NOMBRE]

[ID DE DISTRIBUIDOR]

[LifeWave.com/NombredeURLreplicado]

CORREO ELECTRÓNICO NÚM. 1.2

Cuándo enviarlo: 1-2 días después de enviar el correo electrónico de seguimiento.

LÍNEA DEL ASUNTO: Mis sorprendentes resultados con Alavida | ¿Por qué no probarlo?

CUERPO DEL CORREO ELECTRÓNICO

Hola [DESTINATARIO],

¿Recibiste mi mensaje anterior con un enlace al vídeo de LifeWave? En caso contrario (o solo como recordatorio), aquí te lo vuelvo a dejar por si te apetece verlo (https://youtu.be/TYCnIp_vy8I).

Llevo [X DÍAS/SEMANAS] usando el parche X39 y todavía no salgo de mi asombro por los resultados. [Explicar resultados]

Si quieres probarlos, ponte en contacto conmigo y te enviaré una muestra. Lo`mejor es que estos parches hacen todo esto sin fármacos o productos químicos. De todas formas, aquí te dejo un vídeo que explica detalladamente su funcionamiento: https://youtu.be/l7XfbKK8o-Q.

Si tienes alguna pregunta o te interesa probar los parches, ponte en contacto conmigo.

Un saludo,

[NOMBRE]

[ID DE DISTRIBUIDOR]

[LifeWave.com/NombredeURLreplicado]

LLAMADA TELEFÓNICA 1 Llamada a una persona que usted conoce

Miembro de LifeWave:

Hola (Nombre de la persona), soy (su nombre), ¿te pillo en un buen momento para hablar?

Cliente potencial:

Hola (su nombre), sí me pillas en buen momento.

Miembro de LifeWave:

El otro día estaba pensando en ti y encontré algo que quizá podría interesarte. Se trata de un producto nuevo que activa las células madre.

Cliente potencial:

Vaya, eso suena interesante. ¿De qué se trata?

Miembro de LifeWave:

Bueno, sé que eres una persona que se preocupa por la salud y lo que me ha llamado la atención es que se trata de una nueva tecnología que rejuvenece las células madre mediante la luz.

Cliente potencial:

Nunca he oída hablar de nada parecido. ¿Cómo funciona?

Miembro de LifeWave:

Voy a enviarte un enlace con un vídeo que lo explica todo. Llevo un mes utilizando el producto y lo que más me gusta es (describa su propia experiencia) por ejemplo, me dio más energía, estoy durmiendo mejor e incluso he visto que se me han curado varias heridas que tenía; ¡ha sido realmente increíble!

Cliente potencial:

Vaya, pues, ¡quiero probarlos ya! Muchas gracias por pensar en mí.

Miembro de LifeWave:

¡Ha sido un placer! Te voy a enviar un enlace ahora y algo más de información. Me alegro de hablar contigo y espero que vaya todo bien.

Cliente potencial:

Gracias. Igualmente.

CONVERSACIÓN EN PERSONA Conversación informal con un desconocido

Miembro de LifeWave:

Me he percatado de que estaba mirando el parche que llevo puesto. La verdad es que se trata de una tecnología nueva que activa las células madre del organismo; ¿has oído hablar alguna vez sobre algo parecido?

Cliente potencial:

Sí, lo he visto. No, nunca he oído hablar de algo así.

Miembro de LifeWave:

Yo tampoco, hasta hace poco. Me lo recomendó un amigo y me pareció verdaderamente interesante. Así que decidí probarlo.

Cliente potencial:

¿Qué hace?

Miembro de LifeWave:

Pues hace algo verdaderamente destacable. (cuente su experiencia personal), por ejemplo, los primeros días me noté con más energía a lo largo del día y dormí mejor. Pero al cabo de 3 semanas, me di cuenta de que una herida antigua había desaparecido, lo que me dejó de piedra.

Cliente potencial:

Vaya, eso suena increíble. ¿Cómo funciona?

Miembro de LifeWave:

Le hice exactamente la misma pregunta a mi amigo y me envió el enlace a este sitio web. Allí hay un vídeo que lo explica mejor que yo. Te lo voy a pasar; es www.LifeWave.com/myname.

Cliente potencial:

Vale, gracias. Le echaré un vistazo.

Miembro de LifeWave:

La empresa hace descuentos de vez en cuando; Voy a ver si puedo conseguirte uno, para que lo pruebes. ¿Tiene tarjeta de visita?

Cliente potencial:

Sí, toma.

MENSAJES DE TEXTO 1: De su lista inicial de clientes potenciales

Situación: Después de crear su primera lista de clientes potenciales

[Introducir nombre], acabo de encontrar este formidable parche y me siento maravillosamente bien. Llevo usándolo desde hace _____ (días/semanas/meses) y he notado que _____, _____ y _____. Me siento 10 años más joven. ¡Sé que siempre te ha interesado la salud, y he pensado en ti! Llámame y hablamos.

Todos estos guiones se ofrecen a modo de guía. Le recomendamos que les de su toque personal y hable sobre los parches de LifeWave que haya utilizado.

Manejar el rechazo

No olvide que la gente tiene derecho a decir que no y no pasa nada.

¡Si alguien le dice "no" en CUALQUIER momento o no quiere seguir la conversación´, está BIEN!

Sencillamente diga "gracias por el tiempo que ha dedicado a hablar conmigo" y pregúntele si quiere seguir en su lista para hablar con esta persona más adelante.

Controlar los tiempos es importante, y uno nunca sabe cuándo alguien se dará cuenta de que necesita lo que usted le ofrece.

Asesoramiento de nuestros leaders ...

"Si una persona dice 'no', tenga en cuenta que 'no' se lo está diciendo a usted. Lo más probable es que en ese momento no se haya percatado de los beneficios que le podría aportar o puede ser porque no haya entendido de lo que esta MARAVILLOSA tecnología puede hacer por él o por una situación personal que esté atravesando. Dígale: 'Entiendo que en estos momentos no le interese y respeto su decisión. ¿Podría ayudarme a ayudar a los demás?' En cuanto digan sí, les puede decir 'Por favor, vea este vídeo de 2 minutos' (donde LIFEWAVE explica el funcionamiento de los parches) y una vez lo hayan visto en su teléfono, pregúnteles lo siguiente. '¿Conoce alguien a quien podría beneficiarle esta tecnología?' Sorprendentemente en ese momento su interlocutor descubrirá lo ventajoso que puede ser para él, y seguro que no le importará darle alguna referencia. La gente suele estar más predispuesta a hacer cosas por los demás que por ella misma. Sea el mensajero y utilice las potentes herramientas que tenemos a nuestra disposición. No sea el mensaje".

- Lorenzo McGrew

"¡NO se tome nunca una negativa personalmente! No es el momento adecuado para esta persona, pero puede que sí lo sea más adelante... o nunca. Esa negativa no va dirigida a usted, sino al tipo de oportunidad que ofrece o producto que vende. Así pues, sea optimista y siga su camino hacia el éxito. ¡Hay un montón de gente que está buscando lo que usted ofrece!"

- Christine Gay-Girrbach

"Mentalícese para ver el rechazo como un regalo. El rechazo le ayuda a saber que no debe dedicar su valioso tiempo a esa persona. Eso es el rechazo. Un mecanismo de clasificación. Es hora de seguir adelante".

- Dra. Joan Norton

"Lidere con el corazón, sea respetuoso y aprecie la opinión de los demás y no solo la suya. Evite discusiones con su ego. ¡En lugar de ello, plantee preguntas para ayudarles a ver las posibilidades que podrían tener!"

- Hermine Obermann

Si la respuesta del cliente potencial es "He probado otras empresas de marketing multinivel y no he tenido éxito" o "Lo he intentado pero no sé vender" o "No tengo dinero", dé este tipo de respuestas:

Respuesta 1: "¡Entiendo la frustración y por eso LifeWave está creciendo tan rápido!"

Respuesta 2: "¡Esa es una buena razón y por eso estamos creciendo tan rápido!"

Respuesta 3: "¡Esa es la mejor parte y por eso estamos creciendo tan rápido!"

Después puede razonar la respuesta adaptada a cada objeción:

- *Otras empresas de marketing multinivel ofrecen productos obsoletos que se pueden comprar en las tiendas y más baratos. Nuestros productos están patentados y solo se los puede comprar a USTED. ¡Su efectividad les precede como podrá comprobar en los cientos de testimonios y son más baratos que un café en Starbucks!*
- *Nuestros representantes más exitosos son profesores, médicos, empresarios o jubilados. No suelen ser vendedores. Solo les piden a las personas que les importan que prueben los productos. Deje que las demostraciones se encarguen de hablar y después tome nota del pedido".*
- *La mayoría de empresas le piden miles de dólares para empezar y dedicación exclusiva. Puede empezar en LifeWave por solo _____$ que podría conseguir vendiendo trastos viejos o unas cuantas raciones de comida para llevar. Muchos de los representantes de LifeWave empezaron con el kit básico de principiante y dedicándose a tiempo parcial están consiguiendo un dinero extra. ¡Dispondrá de un portal web de gestión integral de su negocio, una gran cantidad de productos para sacar muestras y un equipo corporativo y de atención al cliente por prácticamente nada! El kit de inicio tiene una gran relación calidad/precio y puede empezar a generar ingresos inmediatamente".*

Remate cada una de las frases anteriores con esta pregunta como una forma sencilla de asumir que están preparados: Solo necesita una tarjeta Visa o Master Card para empezar. ¿Cuál le viene mejor?

-Chuck Michel

Paso 6 - Defina sus objetivos

La definición de objetivos es una de las tareas más importantes cuando está poniendo en marcha su negocio de LifeWave.

Desafortunadamente, es uno de los pasos que más se pasa por alto. Los objetivos son esenciales para el éxito. Le ayudarán a estar motivado, saber hacia donde se tiene que dirigir y le ofrecen una forma de evaluar y medir su éxito. A medida que avance en su vida profesional, volverá a evaluar una y otra vez y a perfeccionar estos hitos.

Qué hacer:

- Dedique algo de tiempo a pensar en lo que quiere a largo a plazo. Si tiene presente su objetivo final, le resultará mucho más fácil definir sus objetivos a corto plazo.
- Escriba todo lo que desee conseguir y ponga esta lista en una pared de su oficina o en la nevera. Será un recordatorio de aquello por lo que se está esforzando.
- Procure ser siempre realista. No conviene en modo alguno ponerse en peligro de fracasar. Fije plazos de tiempo razonables para conseguir sus objetivos y de esa forma, a medida que los consiga, se sentirá satisfecho por saber que está en el buen camino.

Paso 7 - Recurra a su patrocinador

Una vez se haya familiarizado con los productos y con las herramientas de marketing, debe poner en marcha su negocio. Póngase en contacto con su patrocinador para reunirse con él. Puede ser con una llamada telefónica o una reunión en persona, pero esta persona pueda orientarle para que tenga éxito.

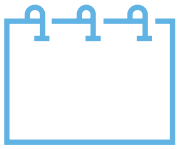
También es una ocasión perfecta para reflexionar en todo lo que ha aprendido y ver si tiene alguna pregunta basada en la información que ha interiorizado. Su patrocinador es un recurso excepcional en estos momentos. Aproveche sus conocimientos.

Algunos patrocinadores le pondrán en contacto con su propio patrocinador o líder de su mercado. Se trata de personas en las que se puede confiar. Atesoran muchísimo conocimiento y sabiduría y no tendrán ningún problema en compartirla con usted.

Paso 8 - Prepare su material de marketing

Tal y como sugiere el nombre, el marketing es un ingrediente indispensable en el sector del network marketing y una parte fundamental para desarrollar su negocio de LifeWave.

Para ayudarle a ponerse en marcha, hemos creado una gran cantidad de herramientas descargables para que las utilice a la hora de crear su propio material de marketing.



Tarjetas de visita:

Tenemos una plantilla magnífica que se puede descargar desde el back office. Va a necesitar una buena cantidad a medida que vaya conociendo clientes potenciales y socios comerciales a lo largo de su singladura en LifeWave.

Hojas de venta:

Descargue las hojas de venta que necesite desde el back office. Se trata de hojas muy prácticas que le puede dar a cualquier persona que busque más información sobre un producto. Prepare varias copias de cada producto para tener siempre suficientes para repartir.

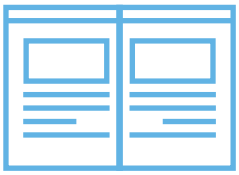
Vídeos:

Descargue los siguientes vídeos sobre los productos y guárdelos en su teléfono, portátil y tablet:

- Oportunidad de negocio de LifeWave
- Cómo funcionan los parches de LifeWave
- Cualquier vídeo de producto interesante

Merchandising:

Visite la tienda de merchandising de LifeWave y compre cualquier artículo que vaya a necesitar. Tener una botella de agua con la imagen de marca u otros artículos no son solo una buena forma de iniciar una conversación, sino también le dan una imagen profesional.



Pida catálogos de producto:

Si bien recibirá un catálogo de productos con su paquete de inscripción inicial, es una buena idea pedir un paquete de 10 catálogos para repartirlos entre clientes potenciales. Puede comprarlos en el sitio web de LifeWave. El catálogo incluye una página de resumen de los productos muy práctica que explica claramente el efecto de cada producto. Una herramienta muy útil para añadir a su material.

Paso 9 - Cree un grupo en redes sociales

Le va a convenir crear un grupo de Facebook para poder compartir información con los miembros de su equipo.

¿Qué son los grupos de Facebook?

Los grupos están diseñados para un círculo de personas cerrado que comparte información y se mantiene en contacto por Facebook. Son una forma ideal de mantenerse en contacto con su equipo y compartir consejos e información sobre el negocio.

Cómo se crea un grupo de Facebook

- En la esquina superior derecha de su muro verá el botón Crear.
- Haga clic en este botón y después haga clic en la opción Grupo del menú desplegable.
- Seleccione un nombre para el grupo y añada varios clientes potenciales con los que ya se haya puesto en contacto.
- Privacidad: Es mejor que el grupo sea cerrado. Eso significa que cualquiera podrá encontrar el grupo, pero solo los miembros del grupo podrán ver quién forma parte del grupo y la información que se publique.

Llenar el grupo de Facebook

LifeWave Corporate comparte una gran cantidad de información en Facebook. Puede compartir esta información en su grupo.

Es un lugar ideal para invitar a la gente a reuniones y webinarios.

También es un foro formidable para plantear preguntas a su equipo y resolver cualquier duda que pueda tener sobre el negocio.

Paso 10 - La llamada a tres

Realizar llamadas a tres es una forma excelente para que los patrocinadores orienten a los miembros nuevos sobre las conversaciones con los clientes potenciales. Este enfoque de equipo también ayuda a resolver todas las preguntas del cliente potencial, le da credibilidad ante el miembro nuevo y, por último, garantiza un índice de éxito más alto a la hora de incorporar miembros nuevos a su equipo.

Cuando esté preparado para iniciar las llamadas a sus clientes potenciales, es una buena idea que hable con su patrocinador u otra persona experimentada de LifeWave para empezar a recurrir a las llamadas a tres y a prepararlas. Puede realizar una llamada a tres desde el teléfono de su casa, por Skype, WhatsApp y demás plataformas online. Nuestra APP LifeWave InTouch es perfecta para programar la llamada a tres. ¡Procure familiarizarse con esta APP!

Paso 11 - Prepare su primera reunión/presentación

Después de varias semanas poniéndose se contacto con su lista de clientes potenciales, será un buen momento para preparar su primera reunión, si tiene la intención de usarlas como una forma de desarrollar su equipo. Empiece con actos pequeños e invite a varias personas para sentirse cómodo en la presentación.

Pídale a su patrocinador que le ayude en las primeras reuniones. Él le orientará a lo largo de la reunión y se asegurará de que conteste cualquier pregunta que le planteen los asistentes. Normalmente, su patrocinador y/o líderes dirigirán la reunión y así usted podrá ver cómo se hace.

El tono de la reunión puede ser tan formal o informal como desee. Muchas personas empiezan invitando a parientes cercanos y amigos a su casa para hablarles sobre LifeWave. A medida que pase el tiempo, podrá contemplar la posibilidad de celebrar una reunión en un hotel o salón de actos de su localidad.

- Prepare la sala. No olvide poner sillas suficientes, agua y algo para picar.
- Si va a utilizar su portátil o TV para enseñar una presentación, asegúrese de hacer una prueba antes de que lleguen los invitados y de comprobar si el volumen funciona correctamente.
- Descárguese la presentación en PowerPoint de la oportunidad de negocio. Está disponible en varios idiomas, por lo que no tendrá que crear nada desde cero.
- Inicie sesión en el back office y descárguese las hojas de venta de los productos que quiera repartir entre los asistentes. Se trata de un documento de una hoja sobre cada parche. Déjelos a la vista para que la gente se los lleve a casa.
- Prepare los productos para que los asistentes puedan probarlos.

Es mejor que la reunión sea corta, ya que le conviene no sobrecargar a la gente con información. Siga esta estructura para mantener la sencillez:

- Presentación y agradecimiento - Empiece con un agradecimiento suyo y de su patrocinador a los asistentes por participar y compartir sus propios testimonios personales con LifeWave.
- Ponga el vídeo de la oportunidad de negocio. El vídeo es una herramienta muy potente para captar la atención del público desde el mismísimo comienzo de la presentación. Este vídeo se puede descargar desde el back office.
- Haga una demostración del producto y comparta testimonios - Por ejemplo, si va a hacer una demostración del parche IceWave, póngaselo a un invitado para mostrar el alivio del dolor. A continuación, pídale que comparta su testimonio después de ponerse el parche. Puesto que los productos están diseñados para tener un efecto inmediato, pídale a su invitado que comparta la experiencia al cabo de diez minutos. La mayoría de personas suele notar un aumento en las sensaciones beneficiosas para la salud en pocos minutos.

También tenemos testimonios muy buenos en nuestro sitio web. Puede incorporarlos a su presentación para compartirlos con los asistentes.

- Pídale a su patrocinador que presente el PowerPoint de la oportunidad de negocio. Esta es una buena forma para que usted vea cómo hace la presentación otra persona y le de consejos al respecto.
- Abra un turno de palabra. Pregúntele a la gente si tiene alguna pregunta. Algunos estarán preparados y preguntarán enseguida, mientras que otras personas quizá prefieran hablar en privado con usted. Ofrezca las dos posibilidades.

¡Una vez finalizada la reunión, le recomendamos que hable un rato con los asistentes para averiguar qué es lo que más les ha gustado sobre lo que han oído, qué más necesitan saber para tomar la decisión de inscribirse, o si están dispuestos a inscribirse ya! Lógicamente, puede programar una hora para hacer un seguimiento en 1-2 días. Hable con su patrocinador y líderes para saber cómo aprovechar al máximo el tiempo posterior a la reunión.

Paso 12 - Checklist del miembro nuevo

He aquí un checklist sencillo que deberá comprobar cuando registre a un miembro nuevo, para asegurarse de que le proporciona toda la información necesaria para poner en marcha su negocio.

- ☐ Correo electrónico de bienvenida: Envíe un correo electrónico de bienvenida al miembro nuevo y háblele sobre el grupo de Facebook que haya creado.
- ☐ Pídale que confeccione una lista de 25 personas que conozca y siéntese con ella para hablar sobre cada persona antes de que se ponga en contacto con nadie. Elabore un plan de acción para cada cliente potencial.
- ☐ Ejemplo: "¡Bienvenido, (nombre)! Me alegra muchísimo que hayas decidido unirte a la familia de LifeWave. Me gustaría concertar una llamada para trazar una estrategia que te ayude a conseguir tus objetivos".
- ☐ Invítelo a las páginas en redes sociales suyas/de su equipo.
- ☐ Dígale que se descargue la Guía de éxito.
- ☐ Asegúrese de que escriban sus objetivos: por ejemplo, inscribir a dos personas al mes o ganar 100 USD a la semana, etc.
- ☐ Programe una llamada semanal con el miembro nuevo o una reunión semanal para ayudarlo durante el proceso, explicar las ventajas de los parches y compartir testimonios.

Paso 13 - Crear un calendario

Crear un calendario para planificar la semana/mes es indispensable para el éxito. Si no tiene un plan, no triunfará. Debe trazar un plan con una estrategia para conseguir los objetivos que se ha propuesto. Debería plantearse crear un calendario mensual y después desglosarlo en tareas diarias y semanales.

Digamos que este año se ha propuesto registrar a 20 distribuidores. Digamos que ha averiguado que consigue captar un distribuidor por cada 10 personas con las que habla, lo que significa que este año tendrá que hablar con 200 personas. Si seguimos desglosando, eso quiere decir que para conseguir su objetivo tendrá que hablar con unas 16-20 personas al mes.

Si consideramos que dedicará un tiempo al negocio todos los días, eso significa que tendrá que proponerse hablar con un cliente potencial nuevo al día (de lunes a viernes)

Ejemplo de calendario para network marketing

Le ofrecemos esta sugerencia semanal para una persona con un trabajo a tiempo completo que desee poner en marcha su negocio de network marketing dedicándole entre 1 hora y media y 2 horas al día.

Lunes –

- Llamar a un cliente potencial de su lista (10 minutos).
- Publicar algo relacionado con un producto en su grupo de las redes sociales (15 minutos).
- Llamar a un miembro de su equipo y comprobar si necesita ayuda (15 minutos).
- Llame/envíe un correo electrónico a dos contactos comerciales en frío (20 minutos).

Martes –

- Haga una presentación ante un máximo de tres personas (1 hora).
- Llame a un contacto comercial en frío.

Miércoles (o cualquier día que sea importante en su agenda) –

- Participe en un webinario corporativo.

O

- Llame a su patrocinador.

Jueves –

- Llame a cuatro miembros de su equipo para asegurarse de que están bien y pregúntele si necesitan ayuda (60 minutos).

Viernes –

- Día de demostración/webinario – Organice una demostración en su casa o mediante un webinario para atraer a clientes potenciales nuevos (90 minutos).

Esto es solo una idea y le instamos a que cree su propio calendario basado en sus metas y objetivos.

Paso 14 – Recopilar testimonios

La publicidad boca a boca es una herramienta muy potente. Escuchar la experiencia de otras personas con un producto puede obrar maravillas en su negocio. Escuchar a alguien que comparta el potente efecto que ha tenido LifeWave en su vida puede resultar inspirador yconvincente . Los testimonios son una herramienta genial para incluir en sus presentaciones, porque apelan directamente a sus clientes potenciales.

Utilice los testimonios de LifeWave corporate

En la página web de LifeWave hay una gran cantidad de testimonios que puede utilizar. Para encontrarlos, solo tiene que hacer clic en la pestaña 'Acerca de' en www.lifewave.com y hacer clic en la pestaña 'Testimonios sobre LifeWave X39' o 'Testimonios' del menú desplegable. Copie aquellos testimonios que más le gusten. Se los puede guardar en el teléfono o añadir a su presentación para los días de demostración.

Recopile sus propios testimonios

El primer testimonio que va a recibir es el suyo. Escriba cómo se sintió la primera vez que utilizó los parches de LifeWave y las ventajas que experimentó. Escriba con el corazón en la mano y los demás lo percibirán. Cada vez que pruebe un producto, escriba los beneficios de dicho producto. Es fantástico por recurrir a nuestras experiencias personales.

Después, cuando le enseñe los parches a los clientes potenciales y a los miembros nuevos, escriba sus experiencias. Si es posible, haga fotos de antes/después o incluso algún testimonio en vídeo.

Asegúrese siempre de pedirle permiso al autor del testimonio antes de compartirlo.

También puede compartir sus testimonios en LifeWave Corporate para optar a la posibilidad de que los destaquemos en nuestras presentaciones y canales de redes sociales. Para enviar un testimonio a la empresa, escriba un mensaje a mytestimonial@lifewave.com y comparta su historia. Le pediremos que firme una autorización para que usemos el testimonio en cualquier lugar de nuestras plataformas o documentación.

En breve, tendrá una buena cantidad de testimonios que podrá compartir con sus clientes potenciales.

Paso 15 – Utilizar el boletín de noticias Splash

Lifewavesplash.com es una base de datos maravillosa que contiene una ingente cantidad de información sobre nuestros productos. Es un recurso online magnífico en el que puede buscar artículos relacionados con los productos, leer testimonios nuevos y consultar las promociones/incentivos más recientes.

Splash es un recurso excelente para pulir sus conocimientos sobre LifeWave y una herramienta con la que dirigirse a sus clientes potenciales.

Consulte los artículos y seleccione aquellos que podrían interesar a sus contactos. Por ejemplo, puede dirigirse a profesionales de la salud enviándoles un artículo reciente sobre un estudio de LifeWave.

Como alternativa, puede enviar el enlace al artículo por correo electrónico a un grupo específico de contactos. Añada un mensaje breve para comentarles que cree que este artículo les podría interesar. Asegúrese de incluir una llamada a la acción como, por ejemplo: “Póngase en contacto conmigo y le ofreceré más información sobre los parches. También podemos concertar una cita para enseñárselos en persona”.

PASO 16 – Publicidad en Facebook

La publicidad en Facebook es una forma ideal para llegar a personas con intereses similares a los suyos. El atractivo de Facebook es que le permite dirigirse a la gente en función de la ubicación y/o los intereses. Tendrá la posibilidad de llegar a clientes potenciales que jamás encontrará en la vida cotidiana.

Puede crear una publicación breve o un mensaje en vídeo y organizar una campaña o una publicación en concreto. Incluya una llamada a la acción al final pidiéndole a la gente que comente si desea recibir más información.

Una vez finalizado el anuncio, podrá dirigirse a todas aquellas personas que hayan comentado la publicación y compartir información sobre la oportunidad de LifeWave por mensaje privado. Envíeles un mensaje para preguntarles qué les instó a responder al anuncio. Así averiguará qué está buscando esa persona y retomará la conversación a partir de sus necesidades concretas.

Combine la publicidad para averiguar aquello que funciona. A lo mejor puede poner un anuncio basado en el alivio del dolor y otro basado en ser su propio jefe. Analice cuál recibe la mejor acogida y podrá ir mejorando la publicidad a medida que avance. Su patrocinador también podrá darle algunos consejos al respecto.

Paso 17 - Realizar un seguimiento es fundamental

De hecho, el seguimiento es la parte más importante del proceso de captación, por lo que debe dedicarle tiempo y energía para asegurarse de hacerlo bien. El seguimiento es clave para forjar relaciones comerciales a largo plazo con su cliente potencial.

- Cuando empiece el seguimiento, siempre le vendrá bien tener a un líder o patrocinador experimentado que le ayude con la captación y el seguimiento. Si se va a reunir con alguien para un seguimiento, no le vendrá nada mal que le acompañe su patrocinador o un miembro de LifeWave más experimentado. Esto le ayudará a aumentar su tasa de conversión y a convertirse en un experto rápidamente.
- Antes de llevar a su patrocinador a la siguiente reunión, póngase en contacto con el cliente potencial y dígale que alguien más le acompañará a la reunión. Le podría resultar útil mencionar algunos de los logros de su patrocinador en la empresa e instar al cliente potencial a que plantee preguntas. Si el seguimiento se realiza con una llamada telefónica, puede pedirle que participe en una llamada a tres.

¡Recuerde lo que está vendiendo!

- Debe tener muy claro qué le interesa principalmente al cliente potencial para encontrar una solución a sus problemas. Ahí es donde tiene que poner el punto de mira durante el seguimiento. Trate de averiguar si están buscando algo para calmar el dolor o si les interesa más tener ingresos adicionales y asegúrese de llevar la conversación hacia aquello que su cliente potencial desea escuchar.

Cerrar el trato

Esta es la mejor parte de cualquier transacción comercial, pero tenga en cuenta que la relación no finaliza aquí, y usted seguirá relacionándose con la persona durante mucho tiempo antes de tenerla en su equipo.

La fase de compenetración es bastante sencilla, porque a la gente le encanta hablar de sí misma pero, en un momento dado, tendrá que llevar la conversación hacia donde usted quiere.

“El motivo de mi llamada era para preguntarle si ha podido consultar la información que le pasé.”

Si no se acuerdan, lo más probable es que esa persona no tenga ni el más remoto interés en el producto. Es uno de los procesos que se utilizan para separar la paja del trigo. Si, no obstante, se ha tomado el tiempo de leer el material o ver el vídeo, entonces, puede continuar con el siguiente paso. Uno de los conceptos subyacentes en todo seguimiento exitoso es asegurarse de que el cliente potencial valore los aspectos positivos de la oportunidad de negocio, tanto si esos aspectos son precisos como si son producto de su propia interpretación.

Si plantea las preguntas adecuadas podrá encauzar la conversación hacia donde le interese y conseguir que el cliente potencial se centre en lo importante, es decir, la solución para sus problemas inmediatos.

Qué expectativas debemos tener sobre el proceso de seguimiento

Lo ideal sería que se volviese a poner en contacto con esa persona o pareja lo antes posible, preferiblemente unos días después, mientras sigan teniendo la idea reciente en la cabeza.

El proceso de seguimiento puede durar entre varios días y varias semanas y, en algunos casos, puede pasar meses o incluso años forjando amistades y alimentando el sueño, hasta que les llegue el momento de unirse a su equipo.

Consejos generales:

- Quede para el seguimiento después de su primera conversación/llamada.
- Lo ideal es hacer el seguimiento en un plazo de 2-3 días.
- Puede hacer el seguimiento usted solo o pedirle ayuda a su patrocinador.
- Trate de crear un tono amistoso con el cliente potencial. Para ello, muestre un interés sincero en sus necesidades, objetivos y vida diaria. Cuanto más alto sea el tono amistoso, mayor será la confianza y el respeto mutuo.
- Descríbales un sueño. Los sueños inspiran a la gente y estimulan a pasar a la acción. Averigüe cuáles son sus sueños y objetivos inmediatos.
- Fórmelos. La información es muy potente y las decisiones inteligentes no se hacen a partir de la nada.

PASO 18 – Sea constante

Cuando registre miembros nuevos se irá adaptando rápidamente a la rutina. Si empieza enviando un correo electrónico de bienvenida y programando llamadas semanales, asegúrese de seguir haciéndolo.

Cuando averigüe aquello que le da buen resultado, seaconstante . El toque personal es algo que la gente suele pasar por alto cuando empieza a estar muy ocupada, pero dedicar tiempo a mantenerse en contacto con su equipo y formar a todos y cada uno de los miembros de la misma forma que le gustaría que lo formaran a usted es fundamental para crear un negocio exitoso.

Paso 19 – Motivación para uno mismo y para su equipo

Motivación individual

Cuando usted es el director de su propio negocio, es importante que se sienta motivado en todo momento. Esto cobra especial importancia a medida que supera desafíos y obstáculos que se interpongan en su camino hacia el éxito.

Aprender a gestionar correctamente las dificultades que puedan surgir durante el camino es mucho más fácil si dispone de los recursos para perfeccionar continuamente su desarrollo personal y mantener el rumbo con la actitud positiva adecuada.

- Mire en Internet o vaya a una librería y busque libros de motivación e inspiración personal.
- Realice una búsqueda en Internet y busque información sobre mentores o coach personales en su zona. Además, muchos de ellos ofrecen cursos y webinarios online a los que puede recurrir.
- Piense y reflexione sobre aquello que le motiva y las estrategias que mejor le funcionan para seguir inspirado y motivado tanto personal como profesionalmente.

Motivar a su equipo

Su equipo es una parte fundamental de su organización y debe dedicar una cantidad considerable de tiempo a educarlo, asesorarlo y motivarlo para que siga haciéndolo bien. ¡Al fin y al cabo, su éxito está directamente relacionado con el éxito de los miembros de su equipo! Baraje la posibilidad de introducir incentivos para que su equipo esté motivado. Si los miembros de su equipo perciben que usted está verdaderamente comprometido con su éxito, seguirán rindiendo a un buen nivel.

- Trate de introducir un programa de incentivos en sus llamadas telefónicas y correos electrónicos semanales como, por ejemplo, una invitación a comer o cenar para los miembros del equipo cuando consigan determinados objetivos.
- Pregúnte a los miembros de su equipo qué es aquello que les motiva y utilice sus respuestas para crear su programa de incentivos.
- Contemple la posibilidad de enviar correos electrónicos de motivación a su equipo con palabras de sabiduría, citas motivadoras y otros consejos empresariales prácticos.

Paso 20 - Revisión de objetivos

A estas alturas, ya sabe prácticamente todo sobre LifeWave. Ha aprendido a formarse a sí mismo en el negocio, a crear una lista de clientes potenciales y a ponerse en contacto con ellos y convertirlos en distribuidores. ¡Haconseguido mucho ! Puede sentirse orgulloso.

Ahora es momento de revisar y volver a evaluar los objetivos que se puso cuando empezó. Pregúntese sobre su progreso hasta el momento. ¿Cómo le está yendo? Si tiene alguna pregunta, póngase en contacto con su patrocinador para que le oriente correctamente. ¡Siga trabajando así de bien!

LIFEWAVE®