

**¡LIDERA
TU EQUIPO!**

21 Lecciones de Liderazgo para la Venta Directa

NEW YORK TIMES MEJOR AUTOR VENDEDOR

Randy Gage

¡Lidera Tu Equipo!

21 Lecciones de Liderazgo para la Venta Directa

Randy Gage

¡LIDERA TU EQUIPO!

¡Lidera Tu Equipo!

21 Lecciones de Liderazgo para la Vente Directa

Copyright© MMXVI Randy Gage and Prime Concepts Group Inc.

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este libro puede ser reproducida o transmitida de ninguna forma por ningún medio, electrónico o mecánico, ni por ningún sistema de almacenamiento o recuperación de información, sin el permiso escrito del editor.

Visita networkmarketingtimes.com o randygage.com para obtener más recursos creados por Randy Gage

Tabla de Contenido

Prólogo: Los líderes lideran.....	7
Lección 1: No te prepares para perder.....	13
Lección 2: No compres diamantes en un mercado de pulgas.....	17
Lección 3: La duplicación es real.....	21
Lección 4: Vendedor pesado es mejor que quebrado	27
Lección 5: Dale con todo o déjalo ahora.....	31
Lección 6: Sé tú el que elije.....	35
Lección 7: Tu patrocinador no cobra tus cheques.....	39
Lección 8: La mentira de las objeciones.....	43
Lección 9: Nunca es sobre la expectativa.....	47
Lección 10: Deja de buscar validación fuera.....	51
Lección 11: Tu mejor Inversión.....	57
Lección 12: Presenta una historia poderosa.....	63
Lección 13: Construye una masa crítica.....	69
Lección 14: Conviértete en asombroso conociendo gente.....	73
Lección 15: Conviértete en más que asombroso invitando.....	77
Lección 16: Usa el sistema de dos procesos.....	85
Lección 17: Resuelve problemas.....	89
Lección 18: ¡Mata las distracciones!.....	93
Lección 19: Aprópiate del escenario.....	97
Lección 20: Las dificultades en tu camino son el camino.....	101
Lección 21: ¡Despídete a ti mismo!.....	105
Pensamientos Finales.....	112
Recursos recomendados.....	113



PROLÓGO
LOS LÍDERES LIDERAN

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Los Líderes Lideran

Hace poco una organización sin ánimo de lucro de la que soy miembro lanzó una iniciativa para renombrar la marca de la misma. Por supuesto, a la mayoría de la gente no le gustó el cambio, de modo que inmediatamente el liderazgo enfrentó cierta resistencia en forma de correos electrónicos, llamadas y comentarios de indignación en las redes sociales.

Pasadas una o dos semanas, los líderes de la organización cancelaron todos los cambios, formando comités para hacer nada y manteniendo todo confortable como era antes. Arrugaron como un saco viejo.

Me imagino que pensaron que, haciendo cambios audaces, recibirían una aclamación instantánea, unánime y reafirmante por parte de todos.

Pero no es así como funciona el mundo real...

Liderazgo no es hacer propuestas populares para que todos te alaben. Requiere ser un pensador crítico, creando una visión para el futuro, a veces –muchas veces- antes que la gente liderada siquiera lo vea por su propia cuenta. En otras palabras...

Los Líderes lideran

Uno de los clientes de mi consulta ha adquirido recientemente una organización de 40 años que no ha sido relevante en mucho tiempo. Él se vanagloria de ser un constructor de

consensos, lo que significa que el trabaja frenéticamente para construir consensos.

Y el consejo que le di lo conmocionó...

Le dije que la organización que había adquirido no necesitaba un constructor de consensos. Necesitaba alguien que quemara completamente el granero. No me malentiendan, los consensos son buenos la mayoría del tiempo. Pero hay otros momentos en los que consenso es simplemente una palabra en código para decir mediocridad. Los consensos suelen tratarse de mantener a todo el mundo confortable. Al fin y al cabo, si realmente quieres hacer algo asombroso, tienes que estar dispuesto a salir de lo confortable.

La mediocridad puede ser manejada. La excelencia debe ser dirigida.

Los líderes de verdad suelen erizar la piel, romperte las muelas y, generalmente, incomodar a la gente. Porque si ellos no necesitaran que lo hagas – no necesitarían un líder en primer lugar.

El verdadero liderazgo es asustador. Para los líderes y para aquellos que están siendo dirigidos. Asusta porque hay algo en juego: Grandeza.

La gente busca a los líderes porque quieren a alguien que los rete a tener una mayor visión y a esforzarse por llegar más lejos, sea por ellos mismos o por un noble propósito. Si aquello por lo que te esfuerzas no te duele un poco, conlleva un riesgo o te asusta - seguramente no es un objetivo digno de ti.

El verdadero liderazgo no tiene nada que ver con encontrar tu “estilo de liderazgo”. Esa es la típica basura conformista que encuentras en libros de liderazgo escritos por aquellos que jamás han liderado nada.

La pregunta no es qué estilo de liderazgo se adapta a tu personalidad – sino qué estilo de liderazgo necesita la gente que lideras.

A veces, toca ser un constructor de consensos. A veces toca reenganchar antiguos líderes, haciendo que todos se sientan seguros y mantener a la gente enfocada. Pero más a menudo, liderazgo significa ser el que hace el llamado a despertar, dejando saber a la gente que la situación actual no es aceptable ahora y retándolos a ser más. Y cuando una organización va por ese camino, no necesita un constructor de consensos; necesita líderes que lideren.

Ahora exploremos todo esto en el contexto del marketing de redes y analicemos cómo se ve el liderazgo en nuestro espacio...

¿Adivina qué? La venta directa y el marketing de redes están cambiando mucho. Y están por cambiar mucho más y de dramáticas y poderosas maneras. Entonces, por qué entrar a una reunión de negocios en alguna sala de hotel un martes por la noche y ver la misma presentación que habrías visto en los 90? O incluso en los 80?

Estamos en la década de los cambios más cataclísmicos en la historia de la humanidad. Aún la mayoría de personas en

nuestra profesión no han reconocido que ellos también tienen que cambiar.

He estado en este juego por más de treinta años; operando en los más altos niveles en los últimos quince o veinte. He sido productor top, consultor a nivel corporativo y coach personal de los líderes de más altos ingresos en docenas de compañías diferentes. Entonces, esto me ha proporcionado una perspectiva fascinante del negocio y de cómo este evoluciona. Los datos demográficos de quien está participando en el negocio han cambiado grandemente, así como ha cambiado el perfil de las personas que se vuelven exitosas.

Las redes sociales e Internet han dejado atrás bastantes de las prácticas de la vieja escuela. Los aplicativos del teléfono celular han acelerado el proceso aun más. Las regulaciones gubernamentales han evolucionado. Las normas sociales y la cultura también lo han hecho.

Así que tenemos un nuevo mundo más audaz en el que operar. Lo cual es la razón por la que escribí este libro...

Para ayudar a gente como tú – aquellos que quieren liderar un gran equipo y proveer la clase de liderazgo inspirador y empoderador que nuestra profesión necesita desesperadamente en este momento.

No necesitas un patrocinador más fuerte. Necesitas volverte tu propio patrocinador. Porque el verdadero liderazgo comienza liderándote a ti mismo.

Estamos desarrollando un ejército totalmente voluntario. Nadie es reclutado. Ellos tienen que escoger enlistarse. Lo que significa que tú tienes que modelar tu comportamiento y

convertirte en la clase de líder que la gente querrá seguir.

El liderazgo es la habilidad de provocar que la gente desee hacer aquello que normalmente no querría hacer.

Piensa en ello, ¿quién entra en nuestro negocio y desea hablar frente a un gran grupo de personas? Prácticamente nadie. En realidad, la mayoría tiene un temor agudo a hablar en público. Pero ¿qué pasa?

Ven líderes haciendo presentaciones en hoteles o conduciendo entrenamientos y desean volverse como ellos. Su deseo de volverse un líder se vuelve más fuerte que su miedo a hablar en público.

¿Cuánta gente compra su primer traje o corbata porque se siente inspirado por el ejemplo de alguien en su línea de patrocinio? Piensa en todos los que desarrollan – y actualmente aman– la autodisciplina en nuestra profesión.

Y esta es la verdadera esencia de lo que debes hacer como líder. Modelar comportamientos que otros querrán emular. Encender el deseo que tienen de vivir sus sueños y hacerlo más fuerte que el miedo que tengan de hacerlo.

Realmente, este libro es el resultado de una entrevista en la radio que hice hace un tiempo. El anfitrión me preguntó –Si pudieras volver en el tiempo, ¿Qué le dirías a tu yo más joven?

Si pudiera volver atrás 30 años y hablar con aquel nervioso joven con desorden de ansiedad social que se afilió en el

negocio, desesperado por hacerse rico, éstas serían las lecciones que querría compartirle.

Estos consejos le ayudarían a entender que podrá ser lo suficientemente bueno como para tener éxito y que podría acabar ayudando a muchos otros por el camino. Lo trataría de convencer que este negocio es mucho más que dinero, viajes y carros exóticos. Querría que el (y tú) sepa que ésta es una jornada que podrá cambiar su vida.

Yo no querría eliminarle retos a mi joven yo. Los retos son las piedras del camino que me hicieron aprender habilidades, desarrollar carácter y construir coraje. Pero sí querría que él y tú supieran que las horas más oscuras traerán avances a lo largo del camino. Y la jornada bien vale la pena.

Entonces, esto es lo que quiero decirte...

Randy Gage

Marzo, 2017 Miami Beach, Florida



LECCIÓN 1
**NO TE PREPARES PARA
PERDER**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

No Te Prepares Para Perder

Imagina este escenario: Una persona está en una carrera o trabajo de por vida. Sabe que tendrá que trabajar 45 o 50 años sin satisfacción real alguna, luchando por continuar, para luego retirarse por la mitad de lo que solía ganar.

Esas personas consiguen una oportunidad en nuestra profesión para recuperar sus vidas y crear una libertad financiera para ellos mismos. Por primera vez en su vida tienen la oportunidad de crear opciones reales para el futuro.

Esto no pasa en una noche. Construir algo real en nuestro negocio toma trabajo sólido y mucho tiempo. La gente que produce resultados extraordinarios puede crear un negocio sólido con ingreso residual en dos años. Para la gran mayoría de personas serias, esto tomará de cuatro a cinco años.

Ahora, estos cuatro o cinco años no son una broma. Toma dedicación, determinación y capacidad de adaptación. Pero el pago lo merece. Definitivamente lo merece.

Estamos hablando de tener cuatro o cinco años invertidos en crear un ingreso residual que pueda proveerte libertad y seguridad por el resto de tu vida.

Pero ¿qué es lo que suele suceder?

Alguien entra al negocio y pasa unos pocos meses de aprendizaje. No se han hecho millonarios en el segundo mes, así que lo dejan. ¿Para hacer qué? Para volver a trabajar 45

o 50 años sin satisfacción real alguna, luchando por continuar y luego retirarse por la mitad de lo que solían ganar.

Este es un comportamiento totalmente loco. Pero pasa en nuestro negocio todo el tiempo. Y esto significa que no hemos hecho nuestro trabajo como líderes, creando las expectativas correctas.

Algo que debes saber es que tu negocio nunca será más difícil de lo que fue al inicio. El primer mes es el más difícil. La primera semana es la más difícil. Aunque las dificultades de estos esfuerzos iniciales suelen ser disfrazados por la emoción y la esperanza que ponemos al negocio. Apenas esta euforia desaparece, se suele poner demasiado énfasis en los esfuerzos y se pierde de vista el juego completo.

Bueno, tu mejor prospecto nunca apareció para la presentación. Eso es hermoso.

Bueno, alguien que se firmó la semana pasada ha decidido irse. ¿El mundo se va a acabar?

Bueno, un prospecto se negó a ver tu video. ¿Es esta la peor cosa que te ha pasado en el día? ¿En serio?

En alguna parte de tu ciudad, a alguien le acaban de dar un diagnóstico médico devastador. Alguien perdió al amor de su vida en un trágico accidente. Otros se están enfrentando a ejecuciones de hipotecas y bancarrotas.

Has tenido retos, lo entiendo. Tendrás más. Tú tienes que entenderlo. Aprende de esos retos. Úsalos como las piedras en el camino para transformarte en la persona y el líder que estás destinado a ser.

Nadie muere cuando es rechazado; nada trágico va a pasar.

**Lo importante para recordar:
Tu negocio sólo se hará fácil cuando te
quedes en él.**

Aquellos que se rindieron en las primeras etapas perdieron la inversión que hicieron en su futuro para volver a algo que ya han rechazado por inadecuado.

Así que, por favor, no te prepares para perder. Si no estás dispuesto a darle al negocio una oportunidad justa y el tiempo que realmente requiere –refiriéndome a cuatro o cinco años para crear algo sustancial- por favor no pierdas tu tiempo. Y si ya has comenzado no te rindas.



LECCIÓN 2

**NO COMPRES
DIAMANTES EN UN
MERCADO DE PULGAS**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

No Compres Diamantes en un Mercado de Pulgas

Vamos a suponer que eres un joven apuesto y que has encontrado a la chica de tus sueños. Quieres casarte con ella y vivir felices para siempre. Si quieres encontrar el diamante perfecto para tu anillo de bodas, irás a una joyería fina. No comprarás diamantes en un mercado de pulgas, porque si lo haces, seguramente no serán reales.

Si quieres escalar una montaña, ¿Buscarías a alguien que haya parado a medio camino para preguntarle como llegar a la cima?

Si quieres aprender a volar, ¿Buscarías consejo de alguien que chocó y tiene su licencia de piloto revocada?

Si quieres volverte doctor, ¿Le preguntarías a alguien que actuó como tal en televisión?

Definitivamente no.

¿Pero le estás pidiendo consejo sobre marketing multinivel a tu cuñado que estuvo en Herbalife por seis semanas en los 90's?

¿Tienes idea de cuántos de los nuevos miembros de tu equipo hacen exactamente eso?

La posición más peligrosa en la que puedes estar es cuando no sabes que no sabes algo, pues tu ignorancia evita que

busques la guía correcta, esa que realmente necesitas. Esa es la situación cuando la gente es nueva en el negocio.

Están comenzando una nueva profesión y no tienen experiencia en ella. Preguntan a su alrededor, buscando un consejo de cualquiera que esté dispuesto a dárselo. Este puede ser un gran error.

Porque ¿quién suele ser la primera persona que ofrece su “consejo de experto”?

La persona que falló en el negocio en el pasado. Ciertamente hay un grupo de gente que intentó hacer el negocio, enfrentó algunos retos y se rindió sin darle una oportunidad. Simplemente no estaban preparados o dispuestos a hacer lo necesario para triunfar.

Ahora, si le pides consejo a esta gente ¿cuántos de ellos creerán que su fracaso fue por su propia culpa? ¿Y cuántos crees que atribuyen su falta de éxito completamente a factores externos como “el negocio no funciona”?

Incluso hay un grupo más grande de pregoneros allá afuera. Estos son los que nunca aprendieron la diferencia entre una pirámide ilegal o juego de dinero y una legítima red de mercadeo o empresa de venta directa. Ellos participaron en algo que NO ERA una red de mercadeo y que estaba garantizado a fallar. Pero no tienen ni idea de que, aquello que intentaron hacer, ni siquiera fue un negocio de redes de mercadeo. Desafortunadamente, esto no les impide contarle a todos que ese modelo simplemente no funciona.

Así que pensemos en esto con claridad. Si eres nuevo en el

negocio, las únicas personas que pueden darte algún consejo útil son aquellas que han tenido éxito de alguna manera en el negocio. La gente que ha conseguido aquello que tú tanto deseas conseguir.

Allá afuera hay mucha gente que quiere meterse en tu vida. La clave está en saber decidir a quién se lo permites.



LECCIÓN 3
**LA DUPLICACIÓN ES
REAL**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

La Duplicación Es Real

Sonó el teléfono y era Iván, un buen amigo que se volvió mi crossline teniendo el mismo patrocinador que yo. Me llamó buscando un consejo amistoso sobre un evento importante para él que estaba próximo. Él había reservado una gran sala de convenciones y no había vendido muchas entradas. Estaba literalmente colgado con una gran cantidad de dinero y buscaba frenéticamente alguna manera de mitigar los daños.

Le empecé a explicar algunas maneras en las que podría crear una duplicación seria y sostenible en las próximas semanas para aumentar las ventas de sus tickets. Entonces él me hizo una pregunta fascinante:

“¿Pero la duplicación es real?”

Mi primera reacción fue conmocionarme. Estaba realmente asombrado de que me hiciera esa pregunta. Inmediatamente le pregunté qué le había hecho cuestionarse algo que, para mí, era tan obvio como la gravedad misma.

Me comentó que nuestro patrocinador le había dicho que la duplicación realmente no existía. Que sólo era una ilusión que yo tenía. Lo cual no me debía sorprender...

Nuestro patrocinador nunca había tenido mucho tiempo para aprender los fundamentos y las mecánicas del negocio. Prefería reclutar yendo de “caza de ballenas”, buscando distribuidores de otras compañías con grandes grupos a los que poder convencer de cambiarse a su equipo.

¿Ciertamente no está sólo en eso. Mucha gente (y compañías) construyen su estrategia entera en cazar personas con grandes equipos de otras compañías. Haciendo esto se puede hacer un gran impacto en el corto plazo, pero nunca he estado impresionado con los resultados en el largo plazo.

En primer lugar, está el tema de la salud general de la industria. En lugar de pelearse con otras compañías distribuidoras por un pedazo del pastel ¿no tendría más sentido trabajar juntos construyendo un pastel más grande?

Hay más de seis mil millones de personas en el mundo que ni siquiera están en marketing multinivel. ¿Por qué no les ofrecemos a ellos una oportunidad?

En casos excepcionales, habrá líderes en una compañía que toman conciencia de la necesidad de cambiar de empresa. Después de diez años trabajando con un programa que amaba, la compañía fue vendida. No pude seguir en la dirección que el nuevo grupo corporativo estaba tomando y me sentí moralmente obligado a dimitir.

Tengo un amigo que construyó un gran equipo en otra compañía. El fundador de ésta se la transfirió a su hija, que tomó ciertas decisiones que acabaron llevando a la compañía a dejar de pagar comisiones.

Este tipo de situaciones pasan todo el tiempo, Y si eres lo suficientemente afortunado como para tener una relación con alguien que ha decidido que necesita encontrar una nueva casa, este cambio puede ser genial para los dos.

Pero seamos honestos: Esta es una de esas situaciones que no se pueden duplicar. Así que celebra estas circunstancias

cuando ocurran, pero no trates de construir un negocio a base de ellas.

Si quieres construir un equipo grande, tienes que hacer the blocking and tackling – el trabajo real del día a día para construir un equipo fuerte con una vibrante base de consumidores.

Y quieres hacerlo de una manera en la que la gente pueda replicarlo. Esto es duplicación. Y sí, la duplicación es real.

Duplicación significa construir de una manera duplicable, usando un sistema que permita a todos replicar el mismo resultado. En términos de aplicación práctica, esto significa que tienes un sistema estandarizado de operación para cada fase del negocio: reclutamiento, entrenamiento, adquisición de clientes y desarrollo de liderazgo.

Así, por ejemplo, debes tener un proceso estándar sobre cómo obtener clientes. Un proceso paso a paso de como presentar la oportunidad de negocio a los candidatos. Una presentación estandarizada, un modelo de entrenamiento para nuevos distribuidores y un modelo de cómo la gente puede mejorar su liderazgo de equipo.

Hará unos pocos años, estaba acostado gravemente enfermo en una habitación de Moscú vigilado las veinticuatro horas por dos guardaespaldas. Ellos sospechaban que había sido envenenado por la mafia local (la cual es una historia fascinante, que tendrá que esperarse por otro libro). El punto está en que yo estaba allí, en cama, sin responder ninguna llamada ni email en los últimos cuatro días del mes. Y ese mes alcancé el rango más alto, el cual nadie en la compañía

había alcanzado jamás.

Unos años más tarde, me tomé dos años sabáticos. Una semana después de volver, alcancé el rango más alto. Otra vez, un rango que nadie en el mundo había conseguido hasta ese momento

¿Cómo pasó esto?

Duplicación. Teniendo un sistema, herramientas y procesos que todos en el equipo podían seguir. Creando una huella que permita a mi gente caminar hacia su propia grandeza y habilidades de liderazgo. Recuerda, nunca es sobre ti, ni sobre lo que puedes hacer. La magia ocurre cuando encuentras qué puedes hacer para que tu equipo pueda conseguir sus sueños en el negocio.

Eso es duplicación. Es real. Y es vital que la crees –no sólo para ti, sino para tu equipo.

Puedo ofrecerte un trío de recursos para ayudarte a asegurar que tú y tu equipo están construyendo sobre un camino que produce duplicación óptima. Veámoslos:

1. Como Contruir una Máquina de Dinero en Multinivel

Éste es considerado por muchos líderes como la lectura inicial para construir un equipo sólido y fuerte. En su cuarta edición, el libro está aún dentro de la corriente del mercado actual. Hazlo parte del sistema de entrenamiento con tu equipo

2. El audio o álbum de video Duplication Nation

Éste te va a mostrar exactamente como construir paso a paso un sistema que tu equipo siga. Tiene doce módulos para todos los aspectos de construcción del negocio.

3. Academia para el Liderazgo en Marketing Multinivel

Esta es una plataforma online que te ofrece acceso a entrenamiento 24/7. Puedes mirar el curso para cualquier acción específica que necesites tomar en ese momento. Este incluye “Randy’s Rocket Boosters” para cuando necesites un dosis extra de inspiración y coraje. Este recurso está diseñado para promover liderazgo – el tuyo y el de los líderes potenciales en tu equipo. Tengo una oferta especial para los lectores de este libro, donde podrán probar el programa el primer mes sólo por \$1 en lugar del precio normal de registro.

Espero que utilices los tres recursos para obtener los mejores resultados con el menor esfuerzo en el mínimo tiempo posible. Hay demasiada gente dentro del negocio que no entiende realmente el concepto de la duplicación. Estos son los “tractores del MLM” que tratan de hacer todo por ellos mismos. Ellos son los únicos que hacen presentaciones y lideran el entrenamiento para su equipo. En el mismo minuto en que dejan de trabajar, todo se desarma para ellos y para su equipo.

Tú no quieres que esto le pase a tu equipo.

Hay un par de cosas de las que te tienes que concientizar. Primero, una de tus responsabilidades más sagradas como líder está en nunca hacer nada por algún miembro del equipo que sea capaz de hacer solo. Y segundo, tu tarea principal es trabajarte a ti mismo fuera del trabajo.

Así que reconoce que la duplicación es real y posible. Pero no ocurrirá sola. Debes ser consciente de la forma en la que construyes el negocio, así que crea un patrón de acciones que otros puedan replicar. Este es el mayor regalo que un líder le puede dar a su equipo.



LECCIÓN 4
**VENDDDOR PESADO ES
MEJOR QUE QUEBRADO**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Vendedor Pesado es Mejor que Quebrado

¿Recuerdas que en el prólogo discutíamos cómo el negocio había cambiado a través de las décadas? Bueno, esto probablemente sea más cierto en las ventas que en cualquier otra área.

En los años 80 o 90, la gente decía que la venta no importaba (lo sé porque yo era uno de ellos). Hablábamos sobre cómo el volumen era creado a partir del consumo personal de la red. Y había algo cierto en eso.

Volúmenes inmensos eran producidos por grandes equipos. La gente tal vez era atraída por el interés de hacer dinero. Pero se convertían en consumidores como parte del proceso, y como resultado, muchas vidas mejoraron.

Le gente perdió peso, mejoró su complejión, ganó más energía, ahorró dinero en gastos familiares y probablemente vivió vidas más largas

Los distribuidores de una compañía son mucho más obedientes siguiendo los protocolos y esto les proporciona mejores resultados. Hay por lo menos dos generaciones de gente en la tierra que fueron expuestos a la salud y bienestar a través del marketing de redes que, sin este negocio, probablemente nunca lo habrían estado.

Pero este es el lado bueno. Desafortunadamente, también hay otro...

Compañías que crean expectativas en la oportunidad de negocio y no están interesadas en lo que su línea de producto era o hacía. Gente sin escrúpulos que practica la “carga frontal” alentando a otras personas a comprar inventarios iniciales gigantescos que nunca tendrán oportunidad real de vender.

Le otra cuestión vino cuando la gente (otra vez, yo incluido), solía sugerir que conseguir clientes era una pérdida de tiempo y que la gente debía enfocar todos sus esfuerzos solo en reclutar. Este consejo pudo ser bien intencionado, pero creo un mal resultado: Una cultura que degradaba y disminuía el valor de la línea de productos.

Finalmente vino la cuestión de traer al negocio a la gente que no quería vender. Estábamos tan desesperados en conseguir nuevos socios que los consentimos. Les dijimos que el negocio se podía hacer sin vender. Y ese no es el caso, particularmente ahora.

Si, Tú Tienes que (Lograr) Vender

Podemos hacer analogías sobre cómo recomendar una gran película o restaurante, y podemos hablar sobre “compartir” todo lo que queramos. Al final, todos necesitan estar dispuestos a vender la línea de productos. Y es necesario tener una base de clientes viable de gente que no esté involucrada en el plan de compensación.

En los años 90 podíamos demostrar que tener clientes fuera del plan de pagos era un lujo. “Podría” haber sido utilizado como argumento. Pero ciertamente, hoy en día, no es verdad.

Las regulaciones han cambiado con una ferocidad cataclísmica. Y el camino está clarísimo. En lugares como los Estados Unidos de Norteamérica no hay leyes nacionales que regulen la profesión. Es un mosaico de precedentes, establecidos por acciones legales y decretos de consentimiento con varias agencias gubernamentales. Y el más reciente decreto de consentimiento, firmado por compañías que incluyen a Vemma o Herbalife, ha creado precedentes para tener un sustancial porcentaje de personas que son clientes pero no reciben ninguna recompensa por el plan de compensación.

Así que es momento de replantear.

Cuando alguien te diga, “Quiero hacer dinero, pero odio vender y nunca comercializaría los productos”, acepta que no es un candidato para el negocio. No lo consientas diciéndole lo que quieren oír (que pueden hacerse ricos sin vender producto alguno).

La gente necesita vender para ser exitosa en nuestro negocio. Realmente, deben “lograr” vender. Así que, si no están lo suficientemente emocionados por el producto o servicio que recomiendan a la gente en sus círculos, no son los correctos para el negocio. Y si TÚ no estás lo suficientemente emocionado con el producto o servicio que quieres promover, encuéntrate otra compañía o vete del negocio. De otra manera, sólo estás haciéndole perder tiempo a todos.



LECCIÓN 5
**DALE CON TODO O
DÉJALO AHORA**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Dale con Todo o Déjalo Ahora

Alguna vez te encontrarás con un prospecto que te diga algo como que tratará de hacer el negocio. Y con “tratar” se refiere a que no firmará ni ordenará productos ahora, si no que hablara del tema con un par de amigos primero, y, si esos amigos creen que es una buena idea, se inscribirá.

Ese perro no caza.

Si alguien me dice algo como eso, le comento que el negocio no es para él, le agradezco por su tiempo y me voy. Tú tienes que hacer lo mismo.

Cuando alguien hace su primer home meeting, su primera presentación o invita por primera vez a sus prospectos para cualquier tipo de presentación, tiene que estar registrado, haber invertido y estar comprometido con su negocio. Solo entonces tendrá algún tipo de credibilidad y éxito con aquellos a quienes invitó a ver el negocio. Y esto también funciona para ti...

No tantees en el negocio buscando la aprobación de los demás sobre tu decisión.

Haz tu tarea acerca de la profesión, la línea de productos, la compañía y la línea de patrocinio. Toma una decisión basada en lo que has descubierto.

Si no estás seguro que este negocio sea el correcto para ti,

continúa preguntando hasta que estés seguro de ello. Si no lo consigues, no te unas.

Y si tu decisión te lleva a avanzar, iza las velas y prepárate para zarpar. Si, los barcos son más seguros en puerto, pero no están hechos para permanecer allí.

Se Tú el que Elige

Este es el seguimiento de la última lección sobre hacer tu tarea. Pero quiero cavar más profundo en esto, pues refleja una interesante dinámica del negocio.

Para la mayoría de la gente, en su primera vez, la compañía los escogió a ellos. Esto pasa porque, en ese punto, la mayoría de la gente ni siquiera sabe en ese punto que este negocio existe. Así que su única perspectiva del negocio es la presentada por su primer patrocinador. Si no lo entienden, no se unen. Si se emocionan, ellos van a por ello. Ellos nunca hacen ningún tipo de investigación sobre otras compañías o patrocinadores, puesto que esto pasa siquiera por su cabeza en esa fase. Ellos simplemente van a por ello.

A veces esto funciona espectacularmente. Otras, no tanto...

Si fuiste escogido por la compañía y las cosas no funcionaron, no hay de qué avergonzarse. Lo vergonzoso sería no haber aprendido de ello.

Ahora lo sabes mejor. Entiendes que hay una profesión gigante con cientos de compañías involucradas. Cada una tiene su propia situación particular.

Cada línea de productos ofrece diferentes oportunidades y retos. Cada plan de compensación te recompensa de manera diferente por poner en práctica el mismo comportamiento. Todo equipo corporativo tiene sus fortalezas y sus debilidades. Y todo aquel que te ofrezca patrocinarte en el negocio te

ayudara y ralentizará de formas diferentes

Algunos patrocinadores querrán que te unas a su equipo y después se sentirán amenazados por ti y tus logros. Lo creas o no, ellos tratarán de sabotear tus esfuerzos inconscientemente (e incluso lo harán conscientemente). Obviamente, esto es tonto y contraproducente. Pero la gente hace cosas tontas y contraproducentes cada día.

Algunos patrocinadores proyectarán sus problemas en ti, rebajaran tu autoestima y te darán la espalda. Otros reconocerán una grandeza en ti que ni siquiera tú habías visto. Ellos te inspirarán, te propondrán retos y te ayudarán a crecer como empresario y como persona.

Y otros tantos simplemente serán un factor cero, ni obstruyendo tu progreso, ni ayudándote a avanzar.

Algunos modelos que se autodefinen como compañías de marketing de redes son en realidad juegos de dinero, esquemas piramidales u otros timos. Algunas compañías enfocan toda su energía en el reclutamiento y la línea de productos realmente no importa para ellos. Algunas compañías están totalmente comprometidas en ofrecer una fantástica línea de productos, pero descuidan completamente la infraestructura requerida para que hagas el negocio.

Tú tienes la responsabilidad de tu propio negocio. (Más sobre esto en la siguiente lección). Pero el hecho es que la compañía y la línea de patrocinio con la que trabajas tendrán un impacto directo en tus habilidades para ser exitoso. Algunos te harán el trabajo más fácil y otros te lo dificultarán.

Esto no quiere decir que te debas distraer y ponerte a buscar

alrededor. Si estás en una compañía sólida, mantente enfocado. Pero si las circunstancias cambiaran y sientes que es necesario cambiar de compañía, piensa bien en al escoger la compañía y equipo con los que quieres trabajar.

Lee el capítulo de mi libro *Cómo Construir una Máquina de Dinero Multinivel* sobre cómo seleccionar la compañía correcta. Escógela como si estuvieras a punto de invertir un millón de dólares en su franquicia. Y escoge a tu patrocinador con los criterios de quien quiere pasarse la vida trabajando con alguien, viajando por el mundo y disfrutando juntos las vacaciones. Porque si escoges correctamente, eso es exactamente lo que pasará.

Tu Patrocinador no Cobra Tus Cheques

Una perspectiva fascinante emergió cuando estaba sentado alrededor de una mesa con otros diez emprendedores que pasaban del millón de dólares de ingresos. Uno por uno empezaron a contar sus historietas de guerra sobre los terribles patrocinadores que les tocaron. Algo se convirtió en un aparente patrón desarrollado por todos.

Cada uno de nosotros sintió que haber tenido un patrocinador débil nos hizo más fuertes.

Ser patrocinador se parece bastante a ser papá. Si tú eres un “Papá helicóptero”, revoloteando siempre alrededor de tus hijos protegiéndolos, ellos se perderán algunas lecciones importantes de vida. No es diferente en nuestro negocio.

Una de las filosofías con las que opero es nunca hacer algo por algún miembro de mi equipo que él pueda hacerlo por él mismo. Tú no debes resolverle los problemas a tu gente, debes enseñarles cómo resolverlos por ellos mismos.

Ahora piensa en la dinámica cuando estás en el otro extremo...

IParece que quieres que tu patrocinador haga cosas por ti, te resuelva los problemas y te haga todo más fácil. Pero eso no siempre es lo mejor para ti. Hay algunas lecciones que necesitas aprender por ti mismo. Y acciones que tendrás que

tomar por tu cuenta.

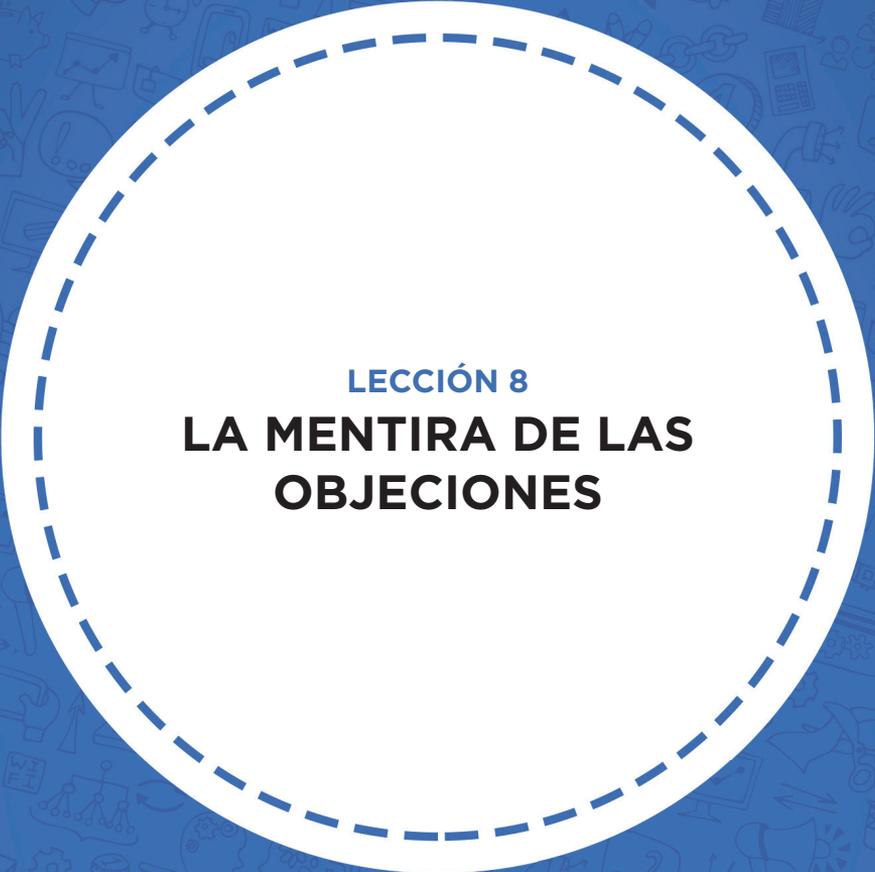
Si piensas que el secreto del éxito está completamente en tu línea de patrocinio, vas a recibir una decepción tarde o temprano. Porque no importa con qué tipo de plan de compensación estés trabajando, siempre habrá un número de inscritos y un volumen mínimo requeridos. Tal y como debe ser.

El rol de tu línea de patrocinio es guiarte, enseñarte y ojalá, nutrir y desarrollar tus talentos inherentes. Su trabajo está en enseñarte el camino al éxito, pero no lo pueden recorrer por ti.

Mucha gente entiende que es su derecho. Ellos creen que porque su línea de patrocinio recibe puntaje por su volumen, esta línea de patrocinio será la responsable de construir su negocio. Pero no es el caso.

Eres tú el que consigue la mayoría de ingresos recibidos por tu distribución. Los cheques irán a tu nombre, no al de tu patrocinador.

Tu distribución puede convertirse en un activo valioso, un generador de ganancias que podrás legar a tus hijos o nietos. Así que toma responsabilidad personal para construir, mantener y hacer crecer tu negocio.



LECCIÓN 8
**LA MENTIRA DE LAS
OBJECIONES**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

La Mentira de las Objeciones

Vas a oír muchas objeciones de los candidatos a quienes presentes el negocio. Tu primera inclinación natural será aprender a rebatir todas las objeciones que escuches. Usualmente, este es el enfoque equivocado.

Si recibes muchas objeciones, una mejor idea será analizar tu manera de presentarla oportunidad a las personas. Las presentaciones que haces tienen resolver las objeciones básicas y más frecuentes para lo que que ofreces.

Esto implica preguntas como:

- ¿Qué hay de la legalidad?
- ¿Tendré tiempo?
- ¿Este negocio realmente funciona?

...y otras tantas objeciones similares que no deberían siquiera aparecer. Si aparecen, no son reales, si no, usualmente, mal orientadas.

Cuando un prospecto propone objeciones, lo que quiere decirte es “Tú no me has mostrado como esos productos y esta oportunidad de negocio sirven para MI. No me has demostrado como esto es relevante en MI vida.”

Así que deja de buscar repuestas inteligentes para cada objeción. En su lugar, pregúntate cómo estás presentando la oportunidad.

¿Estás hablando sobre las ventajas de tus productos o tu compañía?

Los prospectos no podrían estar menos interesados en eso.

¿Tu compañía tiene cero deudas? A nadie le importa eso.

¿Tu patrocinador gana 200,000 al mes? A nadie le importa eso.

¿El dueño de la compañía tiene una maestría y está en el directorio más importante? A nadie le importa eso.

¿Tu compañía va hasta Brasil para conseguir una raíz para molerla y usarla como ingrediente en tu energizante? A nadie le importa eso.

¿Pagas el 25% a tu pierna de pago, 20% en bonos de rango y afiliaciones y tiene otras mil ventajas para los Diamantes? Nadie tiene ni idea de que esto significa. Y a nadie le importa.

¿Quieres saber cuáles son las objeciones que de verdad necesitas responder? Tus candidatos necesitaran saber cosas como éstas:

- ¿Voy a divertirme trabajando con esta persona si me patrocina?
- ¿Me va a ayudar?
- ¿Siento que pertenezco aquí?
- ¿Añadirán valor a mi vida estos productos?

- ¿Cómo se supone que puedo conseguir ese bono-auto?
- ¿Mi patrocinador me ayudará a tener éxito?
- ¿Habrá herramientas y procesos listos para ayudarme a hacer este negocio bien?

- ¿Está mi patrocinador sólo buscándome para ganar dinero, o está genuinamente interesado en mi éxito?

- ¿Está esta gente queriendo ir por el camino que yo quiero y haciendo algo de lo que quiero ser parte?

Estos son los temas que realmente conciernen a tus prospectos. ¡Asegúrate que el material de patrocinio y el proceso respondan estas preguntas y acabarás atrayendo a la gente correcta para tu equipo!



LECCIÓN 9
**NUNCA ES SOBRE LA
EXPECTATIVA**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Nunca Es Sobre la Expectativa

El otro día ví un post en Facebook de un “Adicto al MLM” de largo tiempo anunciando que estaba juntando a todo su equipo, para lanzar una nueva compañía. Tenía lugares para 5 líderes que recibirían \$50,000 por mes y diez lugares para gente que recibiría \$10,000 por mes.

No sabía si reír o llorar...

Porque esto significaba que hay otro dueño de un nueva compañía que estaba por tirar un par de millones para tener a este parásito y sus piojos en el lanzamiento de su compañía. Y que en nueve o diez meses desde ahora, este “artista” y su banda de mercenarios se moverán en busca del siguiente negocio redondo.

Y obviamente habrá miles de pequeñas personas que decidieron subir a bordo, sin recibir ningún trato, creyendo que se subían en la siguiente gran ola. Esto pasa tan seguido que es inconcebible.

Hay un gran grupo de estas prostitutas vendiéndose al mejor postor, saltando de arreglo en arreglo. En algunos mercados, como Australia por ejemplo, esto es una epidemia. Cada seis meses una nueva compañía abre allí, provocando una ola de acuerdos. El mismo tipo de seres desagradables saltan de la antigua a la nueva, y nada permanente es construido nunca.

Mucha de la gente que dirige empresas legítimas ven estas cacerías furtivas de supuestos líderes, ofreciéndose por

contratos de cariño y piensan que necesitan ofrecer arreglos similares para poder competir.

Grave error.

En su gran mayoría, la gente atraída por estos pactos son mercenarios, sin ninguna lealtad por la compañía, los productos, o siquiera su propio equipo. Y apenas los sueldos paran y tienen que sobrevivir en base a los esfuerzos de su propia construcción de negocio, se ponen en búsqueda de un nuevo acuerdo.

Por supuesto, mientras tanto, atraen distribuidores crédulos para mostrar sus cheques y presumir de sus pertenencias. Pero la mayoría de la gente no tiene acceso a estos ingresos.

Si quieres construir una compañía respetable, primero debes entender que los líderes de verdad no pueden ser comprados. En el campo, parece como si tuvieras una injusta desventaja, porque pareciera que los contratos de las Start-ups pudieran robarse a parte de tu gente. Pero si resistes las ansias de competir de este modo, te darás cuenta que estos contratos suelen perderse pasados un año o dos. Estos normalmente suelen volar, y la gente que los consigue se va detrás de ellos.

El liderazgo de verdad necesita integridad. Tienes que ser capaz de mirar al prospecto a los ojos y prometerle que tiene la misma oportunidad que tú tuviste. Y tú tienes que crearlo.

Ahora, yo no llevo las cuentas de los demás, y no puedo decir que esto siempre esté mal. Hay casos en los que la compañía es vendida, se va del negocio o pierde su camino. Y los líderes tal vez lleguen a la conclusión de que la única manera de conservar su integridad es dejarla.

Basándose en la trayectoria de un distribuidor, una compañía podría decidir garantizar ciertos ingresos a esta persona para que se reagrupe y reconstruya. Mi mensaje para las compañías que hacen esto sería:

Asegúrate de que la persona a la que le das esta garantía realmente construye algo y no es una de esas prostitutas que andan sueltas quitándote el dinero. Y si eres un distribuidor que se encuentra en una situación como esta, no le mientas a tus prospectos sobre tus ingresos.

Nunca se trata de la expectación y las porras. Si tu plataforma de reclutamiento se basa en una “subirse a la ola” o ser el siguiente “negocio caliente”, estás construyendo sobre arena.

Debes construir sobre la roca sólida de una fuerte base de consumidores, un sistema duplicable, un liderazgo competente y una integridad impecable.

La gente que atraes porque tienes un Lamborghini amarillo o porque muestras los cheques gigantografías de 3 metros probablemente no sean gente que construya un negocio duradero. Si estás reclutando en base a tus resultados, o los resultados de tus líderes, estás sucumbiendo a la expectación.

Construir un equipo exitoso –y demostrando liderazgo real– se trata siempre de construir en la gente la creencia de que ellos realmente pueden hacerse exitosos en el negocio por ellos mismos y utilizarlo como una plataforma para mejorar sus vidas. Haz esto y construirás un equipo grande de verdad.



LECCIÓN 10
**DEJA DE BUSCAR
VALIDACIÓN FUERA**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Deja de Buscar Validación Fuera

¿Quieres construir un negocio importante? Te ayudaría si creyeras que empezar a hacer tu negocio es algo increíble.

Soy suficientemente viejo como para recordar cuando nuestra profesión era sospechosa, peleaba por credibilidad y luchaba por su derecho a existir.

Debíamos justificar el modelo de negocios y diferenciarnos de las estafas, esquemas piramidales y juegos de moneditas que vinieron antes que nosotros (y que siempre estarán rondando de una forma u otra). Toda presentación y material de marketing tenía que ser explícito al mostrar la diferencia entre la legítima oportunidad del marketing de redes y un plan ilegal.

Esos días están tan lejos...

Hoy en día tenemos numerosas compañías de venta directa, “party plan” y marketing de redes, la cuales producen, cada una, un ingreso anual de por lo menos mil millones de dólares. Algunas incluso múltiplos de esto.

El conocimiento general y la aceptación hacia nuestra profesión nunca ha sido más alta. Aparecemos frecuentemente en esas publicaciones de negocios generadoras de corriente de opinión. Nuestras compañías cotizan en bolsa y hacen transacciones gigantes. Y, a menos que vivas en una cabaña en mitad del bosque o en la Antártica, haz conocido a alguien

que gana un ingreso de cinco o seis cifras mensuales en nuestro negocio. Probablemente unos cuantos.

Entonces, ¿Por qué hay tanta gente en nuestra profesión tan insegura y necesitada de aceptación? ¿Por qué se aferran a toda pequeña mención del negocio de cualquier publicación importante, pierden el aliento cada vez que un speaker motivacional hace u comentario sobre su compañía, o buscan frenéticamente la aprobación de emprendedores de otros sectores?

Si, es genial que el ex-presidente Bill Clinton hablara con la DSA y mencionara algunas cosas positivas acerca de nuestro negocio. Es encantador que autores como Robert Kiyosaki y David Bach apoyen nuestro modelo de negocio en sus libros. Es maravilloso que Tony Robbins y Richard Branson hayan hablado positivamente sobre nuestra profesión desde el escenario.

Pero no puedes conseguir aceptación de ninguno de ellos. Te la tienes que dar tú mismo.

Estoy en el medio de tres hermanos, criado por una madre soltera que nos mantuvo tocando puertas vendiendo productos de AVON. Yo fui un adolescente drogadicto y alcohólico e hice algunas muy pobres elecciones a mi temprana edad. Fui expulsado de la escuela secundaria e internado en la cárcel a los 15 años.

No había universidades ofreciéndome becas, ni compañías del Fortune 500 reclutándome. Me arrastraba sólo, tratando de hacer mi camino en el mundo cuando me presentaron

el concepto del marketing de redes y me explicaron el apalancamiento por primera vez.

Internamente supe que esto era algo grande. Entendí que este era el elemento que le faltaba a mi conocimiento –como escapar del molino de cambiar horas por dólares, encontrar un camino que realmente rompa con todo y crear un ingreso concreto y sustancial.

Hoy soy un hombre rico, viviendo la vida que yo he diseñado para mí mismo. Y le debo todo esto a este extraordinario, retador y maravilloso modelo de negocio del marketing de redes y el apalancamiento que ofrece.

He patrocinado a hombres que nunca habían tenido un traje o una corbata y los he visto transformarse en poderosos ejecutivos. He patrocinado madres solteras luchando para alimentar a su familia y las he visto desarrollarse en poderosas y exitosas modelos a seguir para sus hijos. He visto a gente entrar al negocio desesperada por autos, posesiones y fama –y luego aprender las alegrías de la contribución, el servicio y el dar.

No necesito a nadie que valide el negocio para mí. Sé por qué este negocio es fantástico. Y tú necesitas saberlo también.

Debes saberlo. Y saber que lo sabes. Solo entonces inspirarás a tus candidatos y a los miembros de tu equipo en que estás yendo a algún lugar y ellos querrán ir contigo.

El negocio del marketing de redes no es fácil. No tenemos un jefe que nos dé un aumento, y comúnmente tampoco

tenemos un patrocinador que nos dé una alabanza. Tenemos que juntar todo nuestro coraje para coger el teléfono y llamar prospectos. Tenemos que subirnos al coche y conducir a casas de gente que no conocemos. Tenemos que tomar vuelos largos para trabajar con líneas lejanas. Y quizás lo peor de todo, tenemos que enfrentarnos a nuestros miedos...

Miedo al rechazo, miedo al fracaso e incluso miedo al éxito. Pero lo hacemos. Cada semana.

Buscamos apoyo allá donde podemos, alimentamos nuestras mentes con programación positiva y rodearnos de gente positiva. Pero cuando es momento de levantar el teléfono, sólo estás tú. Y esa es la razón por la que necesitamos lo más importante:

Creencia en uno mismo.

Debes validarte y reforzarte a ti mismo. Nadie lo puede hacer por ti. Los recursos externos pueden inspirarte, pero solo tú puedes motivarte.

Debes ser tu mayor fan. Revienta tus propios cohetes, agita tus banderolas, ponte tus gorritas, o cualquier cosa de esas locuras que los fans del deporte hacen para animar a su equipo favorito. Debes animarte a ti mismo.

Así que cuando vengan tiempos difíciles, por favor recuerda un par de cosas...

El trabajo que haces importa. Importa para ti, porque estás construyendo autodisciplina. Estás desarrollando carácter y nuevas habilidades que te ayudarán en todos los aspectos de la vida, profesional y personalmente. Importa porque te

importas lo suficiente como para retarte, para rechazar la mediocridad e ir hacia lo que quieres en la vida.

Importa para las personas que traes al negocio. Para los clientes a los que has ayudado con tus productos y a los miembros del equipo que están construyendo sus sueños. No todos perderán 40 kilos, se verán como Miss América o sanarán de una enfermedad incurable. No todos conducirán autos del bono auto, se embolsarán cheques gigantes, o se harán millonarios. Pero sus vidas serán mejor, porque tú les diste la oportunidad.

Le devuelves sus sueños a la gente. Y esto no es algo insignificante. Es más, les das un vehículo para que alcancen esos sueños.

Sea lo que sea que quieran, libertad o seguridad, un nuevo Lamborghini o construir un orfanato –les das la posibilidad real de hacerlo. Y por eso eres especial. Por eso eres increíble. Porque no eres solo un soñador, eres un “hacedor”. Un emprendedor, y los emprendedores son aquellos que manejan el sistema de libre empresa, crean innovaciones, construyen valor y crean riqueza.

Así que, tomate un minuto hoy, échale un vistazo a tu tabla de sueños y recuerda por qué haces lo que haces. Entonces ponte delante de un espejo, mírate a los ojos y di “Felicidades. Gracias por ser increíble”.



LECCIÓN 11
TU MEJOR INVERSIÓN

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Tu Mejor Inversión

Cada cierto tiempo me llega un mensaje similar: Alguien ha tenido una gran idea para una nueva empresa comercial y están ofreciendo la increíble oportunidad de ser el único inversor. Me perco de ellos y suelo ignorarlos después de una mirada con el cursor. La razón de ello es que la persona que me está dando la idea, ni siquiera ha invertido en ella. Mental, física o financieramente.

En otras palabras, piensan que tal vez tienen una gran idea en la que creen, pero luego no quieren comprometerse con ella. Ellos están deseando que yo me comprometa y así saber si es viable.

Si quieres que alguien invierta en tu idea, proyecto o negocio, será mejor que seas el inversor número uno, poniendo todo, botando espuma por la boca para hacerlo realidad. Si no es así, eres sólo un turista.

Piensa en cuanta gente ingresa al negocio de marketing en redes. Muchos lo tratan como un hobby ocasional. Ahora piensa en como tú tratas tu negocio de marketing en redes. Es tu futuro del que estamos hablando. ¿Estás invirtiendo en ese futuro? ¿Estás invirtiendo en ti mismo?

Veamos como se ve esto en nuestra profesión. La primera y más importante de tus inversiones eres tú mismo –es decir, tu crecimiento personal, el desarrollo de tu ser y el aprendizaje

de nuevas habilidades.

Tu negocio crecerá a la misma velocidad que tú.

Esto comienza en tu estantería. Los líderes de verdad siempre están aprendiendo, así que siempre andan añadiendo nuevos ejemplares a su colección queridos libros, audios y videos. Asegúrate de que estás trabajando en ti cada día, a través de recursos externos.

La siguiente extensión natural de este desarrollo es atender eventos. Cada año programa algún tiempo y recursos para atender uno o dos seminarios o talleres fuera del negocio, focalizándote en tu crecimiento personal. Algo que nutra tu mente, cuerpo y espíritu.

Si tienes en marcha algo para crecer internamente, eso será un gran aporte. Aprende un idioma extranjero, haz yoga o meditación o únete a un club de lectura o estudio. El hierro corta al hierro, así que ponte a ti mismo en un ambiente que te rete y te fuerce a crecer.

Luego, es muy importante asistir a los mega eventos hechos por tu línea de patrocinio y por tu compañía. Estos son el pegamento que mantiene a tu equipo, y estos mantienen tu negocio.

Últimamente he recibido un email de un chico que se fue del negocio después de dos meses. ¿Por qué lo dejó?

Él me dijo que no tenía el dinero para comprar siquiera un producto. Ahora, por supuesto, tiene lo que la mayoría de

gente consideraría un trabajo de verdad y gana una cantidad decente de dinero dentro de los estándares convencionales. No es que no tuviera dinero. La verdad es que comprar productos nunca fue una prioridad para él.

Si me preguntas a mí por la verdadera razón por la que lo dejó, diría que fue porque nunca asistió a un evento grande. Y nosotros teníamos uno en su segundo mes en el negocio. Pero no importaba que tan fuerte lo empujara, él se autodenominaba pobre y no iría al evento. Y si he aprendido algo, es esto:

La gente que no asiste a los eventos está en un riesgo serio de rendirse. Si no están construyendo creencia en estos eventos, se les hará demasiado fácil rendirse.

Los nuevos reclutados necesitan desesperadamente de eventos grandes para desarrollar sus habilidades, construir sus sueños, crear confianza, desarrollar metas, conocer gente exitosa y planificar su desarrollo. Sin mencionar las otras 50 razones de las que no tenemos tiempo de hablar por ahora. Pero, a pesar de tener un trabajo fijo y buenos ingresos, este chico insistía en no poder pagar \$100 –el precio de una cena en pareja en un bonito restaurante- para asistir a un evento que le ayudaría a desarrollar su negocio.

Así que volvamos al email...

Me lo estaba enviando desde Republica Dominicana, donde él había viajado para asistir a un circuito de fiestas. Por dos semanas.

Como mucha gente, él tenía una o dos semanas de diversión una vez al año, para luego matarse las otras 50. Espero que haya sido un viaje magnifico. Pero es muy malo que cuando el volviese, tuviera que economizar para el año siguiente y volver a la misma escena año tras año.

Para tener éxito en nuestro negocio tienes que asistir a los eventos importantes. Y tienes que crear una cultura que lo fomente, incluso exigiendo a tu equipo a que asista.

Hay cinco razones fundamentales por las que realizamos eventos importantes. Y todos –y me refiero a todos- siempre están en la necesidad de alguna de estas cinco.

Las Cinco Razones para un Mega Evento:

- 1) Ganar conocimiento
- 2) Mejorar la actitud
- 3) Cambiar de comportamiento
- 4) Desarrollar habilidades
- 5) Construir creencia

Siempre que hay algún evento importante próximo alguna de estas cinco cosas será el resultado más importante para ti. Así que invierte en ti mismo y asiste.

Finalmente, la otra inversión que te quiero animar a hacer es la de construir líneas a larga distancia. Esta es una gran inversión para tu negocio porque diversifica y protege tus ingresos. Si tu organización está en diversos estados o países, desarrollar líneas a larga distancia te protege de los bajones económicos, desastres naturales, publicidad negativa, perdida de un líder y otros tantos retos. Diversificar tu equipo geográficamente te da más seguridad.

Si quieres ser líder de un equipo grande y crear un crecimiento sólido en tu red, sé el primero en viajar algunos kilómetros. Porque así es como las organizaciones crecen.

Esto comienza con alguien con un sueño. Entonces atrae a otros que también tienen un sueño. Luego se comienza a contagiar. En ese momento necesitas una raíz bien hecha debajo de tus líneas. Y esto significa que estarás conduciendo dos, tres, o incluso cuatro horas al día, ayudando a los nuevos en sus presentaciones en casa. Esto tal vez signifique conducir ocho o diez horas una vez al mes para trabajar con una línea distante o asistir una presentación. Muy pronto, esto significará subirse a un avión.

Cada mes miro a mi oficina virtual y veo dónde tengo fuego desarrollándose. Entonces me subo al avión y voy directo a echar gasolina a esos fuegos.

Si estás determinado en convertirte en un líder, deberías viajar por lo menos uno o dos días al mes, fijándole una ruta al equipo. Una persona con un rango medio debería viajar cuatro o cinco días al mes. Y los rangos más altos unos siete o diez días al mes.

Si recién comienzas, incluso los primeros niveles de uno o dos días al mes se vuelven un reto, porque tienes un trabajo diario al que tienes que asistir. Pero si tu meta es dejar tu trabajo, necesitas hacer inversiones y sacrificios en algún punto.

Hay guías generales claramente, así que míralas con tu línea de patrocinio. Pero asegúrate de que cada mes estás invirtiendo en una de tus líneas a distancia.



LECCIÓN 12
**PRESENTA UNA
HISTORIA PODEROSA**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Presenta una Historia Poderosa

Okey, has conseguido un bono-auto. Tu madre está orgullosa de ti. Pero eso no nos importa.

Porque no se trata nunca de tu carro, si no de qué puede significar tu carro para el resto de tu equipo.

Y lo mismo se aplica al crucero de lujo que ganaste, el gran bono-cheque que te embolsas y el reloj de \$50.000 que usas.

Al contrario del pensamiento convencional, nadie en tu equipo construirá mejor o más por que tengas un elegante y nuevo Patek Phiippe. De hecho, muchas veces toda la gritería y la muestra de esos cheques gigantes quitan inspiración a la gente.

He aquí por qué...

Nadie quiere oír qué tan rico, sexy, increíble y feliz eres. O al menos no hasta después de oír que tan pobre, feo, mediocre y miserable solías ser.

Parece que todo el mundo está entrenado para contar su historia en el marketing multinivel. Alardean de los lujos, bonos y grandes ingresos que hacen. Pero esto no inspira a nadie. Recuerda esto:

La única razón para contar tu historia es para la lección o la inspiración que le entrega a la gente. Todo lo demás solo te infla el pecho.

Una vez me senté en una convención donde presentador tras presentador explicaban su historia para “motivar” a la audiencia. Era como si todos usaran el mismo Power Point.

Primero iban las imágenes de ellos bebés, entonces las de la infancia y la casa donde crecieron. Luego los años de su adolescencia. Su primer coche de segunda mano y el pequeño apartamento al que se mudaron al entrar a la universidad. Los muchachos mostraban sus imágenes haciendo deporte, las chicas mostraban los anuarios de la universidad. Esto duró media hora cada uno.

Si no eres Lady Gaga o Pitbull, ¡No queremos saber todo eso de ti!

Tu historia solo inspirará si nos enseña cómo te enfrentaste a algunos retos, obstáculos y adversidades a las que nosotros nos enfrentamos. Y el hecho de que tu perseveraras nos inspira a saber de qué nosotros también podemos hacerlo.

Mira a autores o a presentadores motivacionales, nosotros no hablamos de nuestra historia porque la gente esté interesada en ella. Hablamos de ella por el impacto que pude tener en la audiencia.

Así que el primer paso en pasar de ser un distribuidor emocionado a un líder que puede motivar a su equipo es ser capaz de contar tu historia de una forma inspiradora. Y

hacerlo desde la perspectiva de un prospecto.

Así que, ¿Cómo haces eso?

Sé vulnerable. Sé empático. Y, sobre todo, sé auténtico.

No tienes que utilizar ningún historia tipo “Yo solía dormir debajo de un puente” (a menos que realmente lo hayas hecho). Pero sí necesitas una historia que muestre los retos que enfrentaste. Los miedos que superaste. Los sacrificios que estabas dispuesto a hacer para conseguir el éxito que deseabas.

Sigue esta simple formula, haciendo estos testimonio de 30 segundos o una nota de 60 minutos sobre tu jornada.

- 1) Dinos que haces (o solías hacer) antes del marketing de redes.
- 2) Dinos el problema con lo que hacías (o solías hacer)
- 3) Dinos como el marketing de redes está solucionando o ha resuelto ese problema.

Ejemplos:

Mi nombre es María Smith y soy enfermera. El problema con eso es que mi trabajo es de alto estrés y con bajos salarios. Me uní a al marketing multinivel porque es de bajo estrés y ofrece ingresos ilimitados.

Mi nombre es Ronnie Jones. Soy un camionero que maneja grandes distancias y eso me aleja de mi familia durante largos períodos de tiempo. Me uní al negocio para poder estar allí cuando mis hijos lleguen a casa de la escuela.

Todo se basa en conseguir que gente en la audiencia relate

tu historia. Ellos están enfrentándose a los retos de los que estás hablando y la inspiración viene cuando se dan cuenta por ti que tienen posibles soluciones para eliminar esos retos.

Si te la pasas hablando de tus carros, relojes y viajes, los candidatos de la audiencia estarán pensando “Vaya idiota arrogante. No sabe nada sobre mí. ¿Por qué me está tirando todo ese dinero y éxito en la cara?”

No es una muy buena estrategia para conseguir conversiones. Así que esto es lo que necesitas que piensen...

“Wow. Ella ha estado exactamente donde yo estoy ahora. Ella se enfrentó con los temores que yo tengo y ha superado algunos de los retos a los que hoy me enfrento. Ella está calificada para liderarme. Y quiero seguirla”.

Y cuando esto pasa, estás en el camino para convertirte en líder en nuestra profesión.



LECCIÓN 13
**CONSTRUYE UNA MASA
CRÍTICA**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Construye una Masa Crítica

Hagas lo que hagas, ¡No caigas en el error de creer en el título que el plan de compensación te da! Un dato: A las compañías les encanta crear títulos que suenen importantes. Pero no los deberías tomar tan literales.

Si inscribes a dos personas y te llaman “supervisor”, así que piensas que se supone que dejes de patrocinar gente y supervises a los dos que tienes. Si inscribes a cuatro, te llaman algo así como “Manager”, así que paras de reclutar para manejar tu equipo. O consigues ser “Director”, así que piensas que tu trabajo ahora consiste en dirigir a tu equipo.

Vamos a dejar las cosas claras...

Cuando tienes un equipo de por lo menos 10,000 miembros, puedes comenzar a pensar en supervisar, manejar o dirigir tu equipo. Hasta entonces, ¡Sigue inscribiendo!

También se puede utilizar el argumento de que nunca deberías dejar de inscribir gente, solo redúcelo proporcionalmente. Yo continué inscribiendo gente incluso cuando mi equipo contaba con más de 200,000 miembros.

¿Por qué yo lo haría? ¿Por qué tú deberías?

Las oportunidades disponibles para tus prospectos no son

menos deseables simplemente porque tú ahora tienes un equipo grande. De hecho, probablemente son mejores. Y siempre podrás ir encontrando gente que podrá usar lo que tienes para ofrecer. Así que, por favor, no congeles a nadie fuera.

La otra consideración es la sorprendente realidad de que es más fácil crecer en el negocio rápidamente que hacerlo lentamente. En serio.

Hay una emoción especial palpable en los equipos que crecen rápido. La gente lo vive, lo siente y se envuelve en ese sentimiento. Cuando ven un nuevo miembro del equipo debajo de ellos en su oficina virtual, es algo que realmente les crea emoción. Ver en las reuniones, las llamadas de conferencia y seminarios online el crecimiento en tamaño de asistentes crea el mismo tipo de emoción. Y este es un tipo de entusiasmo competitivo muy saludable.

Otro factor es el fervor, entusiasmo y pasión inicial con el que la mayoría de las personas inician su aventura. Para la mayoría, su emoción y entusiasmo nunca será mayor que en estos primeros pasos. Así que si tú lo das todo, muchos de ellos te seguirán, creando una energía incluso más poderosa y momentum para todo el equipo.

Esa emoción y entusiasmo cuasa que todos lleguen más alto, intenten con más fuerza y se mantengan más enfocados. Compara esto con la posibilidad alternativa...

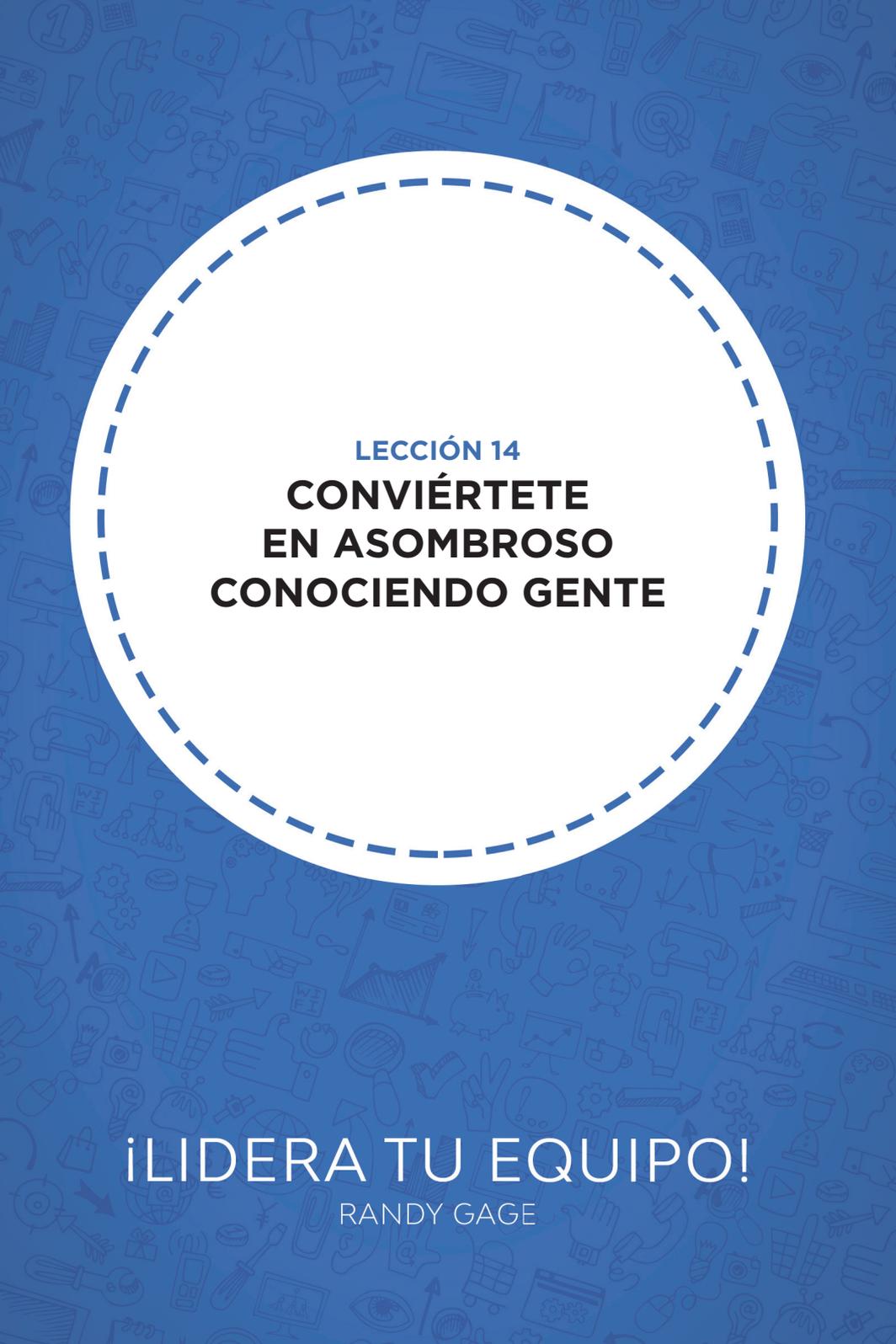
¿Qué tan emocionado crees que se sienta alguien que está en una organización que ha crecido de 10 en enero a 11 en febrero? ¿Qué pasa con las energías en las reuniones, cuando la audiencia es la misma en todo el año? ¿Cómo

responderá tu gente cuando oigan sobre equipos de otras compañías creando un fuerte momentum mientras ellos se quedan neutrales?

Si estás construyendo tu negocio lento y deliberadamente, estás haciendo el trabajo de la manera más difícil posible.

Así que date un respiro. Mantente patrocinando con fuerza cuando comiences en el negocio (¡o empieza patrocinando con fuerza, si comenzaste lento y estás despertando al leer esto!). Cuando inscribas a un gran número de personas, estás creando esa rivalidad sana de la que hablábamos, que siempre ayuda a conducir mejor el equipo.

También estas tomando uno de los más importantes roles como líder: Creando un correcto modelo a seguir para tu equipo. Estás dando a cada persona a tu equipo una mejor oportunidad de conseguir éxito demostrándoles el camino a seguir.



LECCIÓN 14

**CONVIÉRTETE
EN ASOMBROSO
CONOCIENDO GENTE**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Conviértete en Asombroso Conociendo Gente

Todos entran al negocio con su lista de contactos –la gente que conocen. Y como lo hagas con esa lista dependerá de cómo ha sido tu relación con esa gente hasta este punto.

Algunas personas empezaron con una lista de 25 y entraron 18. Otros empezaron con una lista de 200 y no pudieron ingresar ni a 8. Y no es por su falta de habilidad para invitar. Es por cómo interactuaron con esa lista antes de haberse unido al negocio. Esas son las buenas y las malas noticias.

Cuando comencé en el marketing de redes, mi lista no hizo nada por mí. ¿Por qué? Porque yo no caía bien. Las interacciones que yo tenía con otras personas no eran placenteras para ellos y lo último que querían era pasar más tiempo conmigo.

¡No daba credibilidad o confianza en el negocio, porque a la gente no le gustaba o no confiaba en mí antes entrar en el negocio!

Tú y todos los que traigas al negocio se enfrentarán a la misma dinámica. Tu éxito inicial será determinado por el nivel de relaciones e influencia que tuviste antes de entrar en el negocio.

Después de estar fuera del negocio por unos pocos años, he

vuelto al juego. ¡Mi lista de contactos trabajó espléndidamente para mí! ¿Qué cambió?

Yo lo hice. Me transformé en una mejor persona y esto inspiró creencia y confianza en la gente que me rodea. Mi relación con las personas fue construida en base a respeto mutuo y valores.

Esta es la realidad de todo aquel que entra al negocio. Como hayas sido con la gente en el pasado impactará en el resultado de tus invitaciones al comenzar. Algunos de ustedes, como yo, necesitarán del crecimiento personal que viene del negocio para hacerlo bien con su primera lista. Tal vez te vaya mejor con la gente nueva que conozcas, puesto que puedes empezar de cero.

Esa es una de las razones por las que usar recursos de terceros es tan importante. Esos recursos hacen que el proceso sea sobre la oportunidad en lugar de que sea sobre ti. Esta situación además refuerza el hecho de que las habilidades para conocer gente sea una dinámica tan importante en el negocio. Aun teniendo buenas relaciones en mi segundo tiempo en el negocio, igual necesitaba conocer nuevas personas. Y tú también.

He conseguido \$11 millones desde que volví al negocio. Y más de la mitad es volumen producido por gente que no conocía cuando empecé. Y todo líder top al que le hables te contará una historia similar.

Una gran parte de tu ingreso vendrá de gente que aún no conoces al comenzar el negocio. Conocer gente es una habilidad y una que todo el mundo puede desarrollar. Y esta habilidad separa a los amateurs de los profesionales.

Los profesionales no se preocupan de lo que podrían hacer. Aprenden como hacerlo.

Los amateurs dicen “Yo no conozco a mucha gente” o “Ya he hablado con todos en mi lista”. Los profesionales reconocen que conocer gente es una habilidad y lo practican continuamente para volverse mejor en ello.

Algunas de cosas importantes a recordar:

- Al principio, pagarás o te pagarán por quien fuiste antes de entrar al negocio.
- Los buenos prospectos no están en tu casa. La gente que vive allí están ya en el negocio o no son buenos prospectos.
- Haz tu primera lista lo más rápido posible y aprende cómo conocer nuevas personas
- Tu lista de candidatos debería ser orgánica, cambiando siempre cuando la gente ingrese al negocio o decida no hacerlo y tú conozcas nueva gente.
- El mejor momento para conocer gente es antes de acabar tu primera lista.
- ¡Siempre puedes cambiar tu situación saliendo y conociendo nueva gente hoy!



LECCIÓN 15
**CONVIÉRTETE EN MÁS
QUE ASOMBROSO
INVITANDO**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Conviértete en más que Asombroso Invitando

Si hubiera una sola habilidad en la que te deberías enfocar en mejorar, debería ser en invitar. Esto es porque tener buenas habilidades de invitación puede hacerte rico y exitoso más rápido que ninguna otra.

Piensa en ello: Invitar es el nexo de nuestro negocio. Nosotros invitamos gente a revisar DVS, a escuchar seminarios virtuales, a entrar en llamadas de conferencia y a asistir a reuniones. Prácticamente nada importante pasa en el proceso de reclutamiento que no tenga relación con la invitación.

La parte más crítica de cualquier proceso de reclutamiento es la invitación.

Tú quieres que tus invitaciones sean lo más poderosas, irresistibles e intrigantes posibles. Así que para que las tuyas las más efectivas, déjame compartirte mis...

Diez Claves Top Para una Invitación Poderosa

1) Haz tu invitación por teléfono.

Nunca hagas invitaciones en persona porque esto anima a los prospectos a interrogarte con pregunta tras pregunta. La meta aquí no es ingresar gente al negocio ni hacer una presentación. Tu meta con la invitación es simplemente confirmar una cita donde puedan ver la presentación.

Frecuentemente, si haces invitaciones en persona, el prospecto intentará a toda costa que le expliques toda la oportunidad de negocio al momento. Esto casi garantiza resultados pobres. Así que haz siempre tus invitaciones por teléfono.

2) Cuelga el teléfono pasados dos minutos.

Llama, cuelga. En dos minutos o menos. Sólo haciendo esto crecerá dramáticamente la cantidad de gente que aparecerá para la presentación. Y mientras más gente venga a las presentaciones, más gente entrará al negocio. Así de simple

De esta manera, puedes empezar tus llamadas con la pregunta. “¿Tienes dos minutos?” Lo que te coloca en la situación de colgar el teléfono en ese tiempo. Cuando la gente te presiona con pregunta tras pregunta, puedes responderle con algo como “Yo no hago negocios por teléfono” o “Hay una presentación que necesitas ver en persona”. Estas respuestas evitan que te veas arrastrado a un sinfín de preguntas, y te permiten hacer más invitaciones en menos tiempo. Recuerda, cada segundo que hablas después de los dos minutos bajan tus resultados positivos.

3) Ten tu tabla de sueños delante de ti mientras invitas

Una gran, pero invisible, parte de las invitaciones está en la energía, la pasión y la intensidad que le das a tu invitación. Es muy importante que hagas estas llamadas con altos niveles de energía. El mejor camino para lograr esto es mantenerse enfocado en por qué haces el negocio en primer lugar.

Así que, tómate un minuto para mirar tu tabla de sueños antes de empezar. Mira todas las cosas que quieres hacer,

tener y convertirte en la vida. Y piensa en cómo, avanzar en tu negocio contribuirá a hacer realidad esas metas, sueños y deseos. Esto mantendrá tu pasión alta en tus llamadas.

4) Céntrate sólo en el resultado deseado, que es conseguir su compromiso de ver la presentación.

Es fácil estar distraído y pensar que tu trabajo es meter un cliente o un nuevo distribuidor. Pero estos objetivos vienen después. La propuesta de la llamada de invitación –y la única propuesta – es coordinar una cita donde el prospecto verá una presentación, sea en persona u online. Así que mantente concentrado en el resultado y no dejes que nada te saque de la pista.

5) Invita a ambos conyugues a la presentación

Si tu candidato está casado, asegúrate de invitar a su conyugue también. Si solo le presentas a uno, esta persona irá a casa y tratará de emocionar al otro. Esto suele crear malos resultados. Así que da lo mejor de ti para invitar a ambos.

6) Si estás programando un “uno a uno” o un “dos a uno”, cítalos en sus casas.

Esta es una posición en la que he evolucionado en el tiempo. Inicialmente siempre escogía una posición neutral como una cafetería. Pero esto fue muy deprimente por la cantidad de veces que no aparecía el invitado. Cuando cambié y decidí ir a sus casas, mis resultados mejoraron. Más de una vez, la gente se había olvidado completamente de la cita. Pero como estaban en sus casas de todas maneras, la presentación se llevó a cabo.

7) Repite el punto de encuentro al final de la llamada.

En la última parte de la llamada, asegúrate de repetir el día, la hora y el lugar de la cita para anclarlo a la sus mentes y confirmar que están ambos sincronizados.

8) No llames para reconfirmar.

Esta es otra posición en la que he cambiado con el paso de los años. Al inicio de mi carrera, siempre llamaba una segunda vez para reconfirmar la cita. Sin embargo, descubrí que la mayoría de la gente es tan distraída y desorganizada que aprovechan esta llamada de confirmación para cancelar. De manera que ahora nunca llamo para reconfirmar. O no hago nada o envío un pequeño mensaje cuando estoy de camino. Algo como “Estoy llegando, te veo en 20”.

9) 9) Dedicar un horario exclusivamente a invitar y haz tantas invitaciones como puedas en ese tiempo.

Si estás siempre haciendo muchas cosas a la vez, invitar siempre encontrará la manera de ser empujado al final de tu lista de prioridades. Así que dedica un bloque específico de tu tiempo en el que invitarás personas para presentaciones en grupo (en grupo, en casa u online).

Deberías poder sentarte unos 30 o 45 minutos para llamadas de invitaciones ininterrumpidas y hacer por lo menos 20 o 30. De esta manera no estás obligado a conseguir que todos digan si. Estás haciendo suficientes invitaciones para conseguir alguna tracción seria para tu evento. Si haces 60 o 90, tendrás un número dramáticamente más alto y una mejor asistencia a tu evento.

10) Siempre responde una pregunta con otra pregunta

Estás buscando a gente que está buscando. Así que no se trata de vender, mendigar o convencer. Cuando haces una llamada, entra al juego de “tres strikes y estás fuera”—lo que significa que no irás más allá de tres preguntas para persuadir a la persona que llamas.

Alguien que definitivamente está en búsqueda dirá que sí. Si es así, confirma el lugar y el momento y cuelga el teléfono. Haz tu siguiente llamada mientras sigues en caliente. De todos modos, la mayor parte de las personas tratarán de interrogarte aquí. Dirán:

¿Y qué es?

¿Es Amway?

¿Es una de esas cosas?

¿Qué tipo de negocio es?

Este es el Strike uno. Y no importa que te diga, tu responde con una pregunta: “¿Has leído alguno de los libros de Robert Kiyosaki, Padre Rico, Padre Pobre? Estos tomarán más sentido cuando veas la presentación. ¿Vendrás?”

Si dicen que sí, confirma el lugar y la hora y cuelga el teléfono. Haz tu siguiente llamada mientras sigas en caliente.

Algunos aún harán preguntas:

¿Y qué es?

¿Es Amway?

¿Es una de esas cosas?

¿Qué tipo de negocio es?

Este es el Strike dos. Y no importa que te diga, tu responde con una pregunta: “¿Has leído alguno de los libros sobre prosperidad de Randy Gage? Estos tomarán más sentido cuando veas la presentación. ¿Vendrás?”

Si dicen que sí, confirma el lugar y la hora y cuelga el teléfono. Haz tu siguiente llamada mientras sigas en caliente.

Si dicen que no o hacen otra pregunta, este es el Strike tres. Di “No suena como que buscas nada ahora mismo, olvídale. Hazme saber cuándo cambies tu forma de pensar.”

Entonces cuelga el teléfono y haz tu siguiente llamada. No ruegues, no negocies, no menosprecies la oportunidad. Si no están buscando algo, no están buscando algo. Para algunos, este “quitarlos del medio” es lo que les hace decir que sí.

Siguiendo este guion se incrementará dramáticamente tu asistencia y eventualmente éxito enrolando. Haz siempre tus invitaciones con pasión, intensidad y urgencia. Busca gente que responda a tu emoción y cierra las citas. Cuelga rápido a aquellos que no. Entonces salta hacia la siguiente llamada.



LECCIÓN 16
**USA EL SISTEMA DE DOS
PROCESOS**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Usa el Sistema de Dos Procesos

Esta es una de las más importantes lecciones que aprenderás jamás sobre construir un equipo grande Y es chocante como tan pocos líderes entienden esto. Lo que explica porque hay tantos “molinos” en nuestro negocio –gente que está abrumada cada día, tratando de sostenerse con todas las demandas de tiempo.

Caen en un patrón de cómo van a trabajar con sus enrolados personales. Pero esto descuida un factor vital de nuestro negocio: No todos los que patrocinas van a trabajar y producir de la misma manera. Y, de hecho, habrá una diferencia abismal entre los jugadores y los turistas. Si intentas trabajar con cada persona de la misma manera, perderás muchísimo tiempo con gente que no merece tu atención y, por consecuencia, descuidarás a gente seria que necesita más tu ayuda. Si he aprendido algo en el negocio, en relaciones y en la vida –es esto:

No desembolse tu energía en relacionarte basado en “vino primero, le sirvo primero”. Sé consciente de con quién estás gastando tiempo.

El camino para aplicar esta filosofía a la construcción de tu equipo es creando dos categorías para la gente con la que trabajas.

La primera categoría es la gente que habla muy bien, pero realmente no hace nada. O son gente que siempre está tratando de ir a trabajar, pero quieren que cambies el plan de compensación, arregles la economía o desarrolles una nueva línea de productos.

Porque realmente no quieren construir nada, tienen grandes cantidades de tiempo libre y estarán pidiendo audiencias constantes contigo. Les encanta hacer llamadas de dos horas por Skype hablando de todo aquello que creen que debería cambiar. Son vampiros de energía, así que siempre serán la rueda chirriante, compitiendo por tu atención.

Simplemente no puedes tener suficiente tiempo para gente como esta y son una muy mala inversión para este precioso recurso. Así que es necesario moverlos a la categoría de “grupo de atención”.

Todo el tiempo que te choques con gente de esta categoría, los diriges directamente a la siguiente transmisión en vivo, video o artículo de entrenamiento apropiado o al siguiente evento. Envíalos a los recursos para direccionar la petición que tengan, pero limita la interacción personal que tengas con ellos.

Esto te libera para trabajar con los jugadores. Estos son los que realmente quieren tener éxito, realmente quieren trabajar por ello y sinceramente necesitan guía o mentorías de como poder ser más efectivos.

Estas son las personas a las que aconsejar, volar a sus mercados para hacer eventos, invertir para desarrollar sus habilidades, dándoles una guía y construyendo su creencia y confianza. Esta es la más grande inversión que harás en tu negocio – Invertir en tus futuros líderes.



LECCIÓN 17
RESUELVE PROBLEMAS

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Resuelve Problemas

ÚLTIMAS NOTICIAS: Vas a tener retos cuando construyas tu negocio. La gente cometerá errores. Tus líderes de equipo experimentarán muchos puntos de vista. Unos trabajarán muy bien. Otros no tan bien.

La compañía cometerá sus errores durante el camino. Esto es porque no existe la compañía perfecta –sólo compañías que son perfectas para ti. Así que dejemos de lado el pensamiento de que todo va salir perfecto, fluido y armonioso. Vas a enfrentarte con retos difíciles.

Lo fascinante es cuánta gente cree que el camino para demostrar sus capacidades de liderazgo es crear una lista de lavandería de todo lo que está mal en el sistema del equipo, la compañía o la profesión.

**Cualquiera puede señalar los problemas.
Si quieres liderar e inspirar a un gran
equipo, tienes que proveer soluciones.**

No envíes a tu patrocinador un texto frenético diciéndole que hay cuatro errores ortográficos en el nuevo catálogo de producto. Envíale un PDF con los errores marcados y una copia con el texto corregido, para que puedan enviarlo directamente a alguien que pueda corregirlo.

No llames a tu patrocinador para decirle que piensas que la página web del equipo apesta. Envía un email considerado con sugerencias de cómo hacerla mejor.

No reniegues porque la compañía no tiene buses moviéndose entre el hotel y el centro de convenciones. Habla con tu gente, busca un UBER XL y termina de solucionarlo.

Las víctimas pueden decir qué problemas hay. Los vencedores pueden decirte cuáles son las soluciones. Puedes ser una víctima o puedes ser un vencedor, pero nunca los dos. Escoge sabiamente.



LECCIÓN 18
**¡MATA LAS
DISTRACCIONES!**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

¡Mata las Distracciones!

Si quieres ser un líder en nuestra profesión y construir un equipo grande, debes eliminar las distracciones. Ralentizan.

Porque mientras tu organización crezca, lo harán también las distracciones posibles. Y no te equivoques –todo lo que no produce un nuevo cliente o hace crecer tu equipo es una distracción. Y debes matarlas

Todo miembro de tu equipo enfrenta una gran decisión cada día. Tendrán que decidir si deben levantar el teléfono y llamar a prospectar candidatos -enfrentándose a la posibilidad del rechazo- o pueden encontrar una distracción y practicar comportamiento evasivo.

Tu compañía justo acaba de introducir un nuevo batido de proteínas en seis deliciosos sabores. ¿Sabes que preguntará tu nuevo distribuidor? “¿Cuándo sacarán el nuevo sabor de mango?”

Esa es una distracción. Mátala.

Justo has patrocinado a una nueva distribuidora en Kansas. ¿Sabes que dirá cuando la hagas comenzar? “Mi hermana vive en Nigeria. ¿Cuándo abrirá allá la compañía?”

Esa es una distracción. Mátala.

Los miembros de tu equipo te sugerirán que si la compañía pagara más en los planes de compensación crecerían más rápido.

Esa es una distracción. Mátala.

Nosotros no controlamos el viento. Controlamos sólo la dirección en que ponemos la vela.

Como distribuidores, no desarrollamos productos, ni creamos planes de compensación, ni manejamos almacenes, ni creamos logos de compañías, o seleccionamos al personal del servicio de atención al cliente. No controlamos las elecciones, ni a las políticas públicas, ni al clima, ni a la economía. Todas estas cosas son distracciones. O las matas, o ellas matarán tu negocio.

Presentamos la oportunidad de negocio y conseguimos clientes. Así es como nos pagan. Todo lo demás son distracciones.

Cada vez que tengas a un miembro del equipo seducido por una distracción, debes eliminarla y enfocarlo en construir su base de clientes y en conseguir prospectos en una presentación.

Los miembros del equipo se distraen. Los líderes matan las distracciones. ¿Cuál serás tú?

Así que, cuando Lourdes diga “Hay una nueva compañía empezando y he oído que pagan un 1% más del volumen vendido por tu tercera generación.”

Tú dirás, “Lourdes, esa es una distracción. Céntrate en lo que

puedes controlar. Saca tu lista de candidatos e invita gente para tu próxima presentación.”

Cuando David diga, “He oído que Jimmy, uno de nuestros top líderes, ha dejado la compañía y se ha ido a una compañía rival. ¿Es eso verdad? ¿Por qué se fue?”

Tú di, “David, esa es una distracción. Céntrate en lo que puedes controlar. Le deseamos a Jimmy el mejor de los éxitos para su futuro. Saca tu lista de candidatos e invita gente para tu próxima presentación”

Cuando Rebeca diga, “¿Cómo afectará la salida de UK de la UE en el precio de las hierbas sudamericanas y cuál será el impacto en las comisiones que recibimos?”

Tú di, “Rebecca, esa es una distracción. Céntrate en lo que puedes controlar. Saca tu lista de candidatos e invita gente para tu próxima presentación”

Entiende qué puedes controlar y qué no. Y recuerda que todo momento que gastas en algo que no puedes controlar es robado de algo que sí podrás controlar.



LECCIÓN 19
**APRÓPIATE DEL
ESCENARIO**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Aprópiate del Escenario

Si te despierto a las 3 de la mañana, apuntándote a la cara con una linterna y te pido que hagas un entrenamiento de 30 minutos sobre tus habilidades de invitar – ¿Podrías hacerlo?

Si tu plan es hacerte un líder, será mejor que la respuesta sea un “Sí”.

Porque tu habilidad como entrenador juega un rol principal en tu éxito como líder de marketing multinivel. Porque todo líder necesita poder conducir un segmento de entrenamiento en cualquiera de las seis áreas – en cualquier momento.

Estas son:

- Conociendo gente
- Trabajando la lista de Candidatos
- Invitando
- Haciendo Seguimiento
- Línea de Productos

Si has estado siguiendo mi trabajo por algún periodo de tiempo, sabes que considero los cuatro primeros puntos como el set básico de habilidades que todos debemos dominar. Y el quinto es educación necesaria que todo líder debería poder impartir. Poder entrenar en estas cinco áreas es la “tabla de mandamientos” –refiriéndome a los requerimientos mínimos de habilidades para un líder serio.

Deberías poder conducir versiones de 15-, 30-, 60-, o 90-minutos de cada una de estas (en cualquier momento). Ex-

pande cada segmento todo lo necesario añadiendo historias adicionales, bromas, ejemplos, juegos de roles o cualquier forma de hacer participar a la audiencia.

Así que vamos a suponer que llegas a un evento principal pensando que no estás en la programación. El organizador del evento te informa que uno de los entrenadores ha perdido su conexión de vuelo y que te necesitan para tomar su lugar.

No deberías entrar en pánico o preocuparte de no tener una presentación PowerPoint preparada. La única respuesta correcta es “Claro. Estaría encantado de ayudar. ¿Cuál es el tema y cuánto debería durar?”

Por cierto, aquí escenario diferente, pero relacionado...

Supongamos que vienes a un evento preparado para dar una presentación de 90 minutos, pero el evento ha comenzado 30 minutos tarde. Tu trabajo como líder será hacer una presentación increíble de 60 minutos sobre el mismo tema y volver el evento a su tiempo. Esto es lo que te hace un profesional.



LECCIÓN 20
**LAS DIFICULTADES EN
TU CAMINO... SON EL
CAMINO**

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Las Dificultades en Tu Camino... Son el Camino

Me tomó más de veinte años de intenso estudio del desarrollo personal para entender el concepto más básico en desarrollo personal...

No conquistas suficientes retos como para llegar a una existencia ideal donde no haya más retos. Superas retos para prepararte para el siguiente, más grande que el anterior.

Siempre he pensado que si crecía suficiente a nivel personal y en autodesarrollo alcanzaría algún tipo de estado de nirvana –algún plano existencial donde la discordia, los problemas no existen. Un lugar de malvaviscos y arcoíris, rayos de luna y unicornios.

Cuando descubrí que superar un reto me pondría siempre frente a un siguiente desafío más grande. ¡qué decepción tan grande fue esa! O al menos ese fue mi primer pensamiento. Pero mi verdadero dolor de cabeza vino cuando me di cuenta que estos desafíos eran regalos para mí.

Los retos son las piedras del camino que nos permiten volvernos mejores líderes, crear equipos más fuertes y hacer cosas que marcan una verdadera diferencia.

Nadie quiere aprender de la persona que nunca ha sido

rechazado o ha perdido a la persona clave. Tus cicatrices te pertenecen. Estate orgulloso de ellas. Y permíteles cumplir su propósito.

Deja que tus contratiempos se vuelvan el combustible que empodera tus mayores logros. Aprende la lección y crece por ellas. Entonces enseña esas lecciones a la gente que las necesite.



LECCIÓN 21
DESPÍDETE A TI MISMO

¡LIDERA TU EQUIPO!

RANDY GAGE

Despídete a ti Mismo

Hablamos mucho de liderazgo en este negocio. A todos les gusta creer que son líderes y que cada nuevo distribuidor que enrolan es también un líder.

Pero, ¿lo son en realidad? ¿Lo eres tú?

Yo uso un muy simple criterio para determinar esto: Si la manera en que vives y trabajas tu negocio inspira a otros a soñar más grande, los empuja a intentarlo más fuerte y los anima a ser más – eres un líder.

Las personas me piden consejo todo el tiempo esobre cómo ser mejores líderes. Ese consejo es muy simple. Deja de aspirar ser un líder, deja de entrenar para ser un líder, deja de preguntar sobre cómo ser un líder y empieza a liderar. Si alguien empieza a seguirte ya eres un líder.

Lidera como si no tuvieras que pagar la renta y el dueño de casa va a venir a cobrarte mañana. Lidera como si tus prospectos tampoco tuvieran que pagar la renta y el dueño de casa va a venir a cobrarles mañana.

Lidera y piensa que tus productos son maravillosos y las personas realmente los necesitan. Lidera pensando que tus prospectos tienen cuentas que pagar de hipotecas, autos y deudas de tarjetas de crédito y están buscando la manera de salir de ello.

Por favor. Lidera realmente creyendo en el negocio, tu compañía y tus productos. Lidera creyendo en el poder de la

gente. Sólo lidera.

Y cuando te vuelvas un gran líder, despídete a ti mismo.

Déjame terminar con todo esto en la más elegante, sencilla y clara interpretación. Tu trabajo es trabajarte a ti fuera del trabajo.

Los mejores líderes en marketing de redes están siempre desarrollando líderes. Esta no es una frase de cliché. De lo que estamos hablando es de una muy real y muy consciente decisión de tomar acciones regulares que fomenten el desarrollo del liderazgo en tu equipo.

Esto es como se ve:

Los líderes no se hacen indispensables a ellos mismos.

Dejemos la basura para el mundo corporativo. En nuestro espacio, los mejores líderes se hacen a ellos mismos reemplazables. Eso significa que ellos no son los únicos que hacen las presentaciones o entrenan, crean y deciden todo. Ellos siempre están involucrando a nuevos miembros del equipo –en un nivel equivalente al nivel de sus habilidades– a ser parte de estos procesos.

Los líderes no absorben todo el oxígeno de la habitación.

Nunca es todo sobre ellos. Ellos están siempre felices de ver a los miembros de su equipo brillar y recibir reconocimiento y

crédito por sus logros.

Los líderes reconocen el desarrollo de talentos en su gente – muchas veces antes de que ellos mismos lo hagan.

De modo que están siempre investigando al grupo hacia abajo, buscando personas con determinación y manejo. Y cuando ellos descubren esas cualidades, ellos dejan saber a esas personas que son capaces de liderar un equipo. Haciendo esto, ellos siempre tienen una siguiente generación de líderes trabajando su camino hacia arriba en la organización.

Lo más importante, los verdaderos líderes crean una fábrica de liderazgo en sus organizaciones.

Ellos construyen un medio que alienta, nutre y anima al desarrollo de liderazgo para todos los que desean hacerlo. Esta es una de esas cosas que se hacen cultura, quizás la más importante en términos de crecimiento y desarrollo sólido para el equipo.

Aquí hay siete elementos en el medio que alentarán el desarrollo de liderazgo entre el equipo:

1. El foco está adelante. No puedes vivir de rangos obtenidos hace tres años. Aprende de las lecciones del pasado. Pero mantén el foco en el futuro, en lo que la gente puede hacer luego y donde quieren ellos llegar.

2. La diversidad es celebrada. Si, debes tener un sistema y procesos estandarizados. Ciertamente tú quieres una cultura de equipo. Pero si construyes esa cultura alrededor de factores externos como códigos de vestimenta

o religión, estarás excluyendo a grandes talentos. Haz que tu cultura sea inclusiva y no exclusiva.

3. Los líderes marcan el ritmo. Una de las cosas más beneficiosas que una organización puede proveer a sus miembros es tener gente en las líneas frontales, liderando el camino. La mejor manera que alguien tiene para desarrollarse –en cualquier área– es tener alguien talentoso al frente, liderando el camino, demostrando lo que es posible. Necesitas líderes superándose a ellos mismos, modelando comportamientos que produzcan éxito.

4. La atmósfera es afirmante. El mundo está lleno de críticos, negadores y negativos. Tu equipo no necesita más mensajes negativos sobre su trabajo de tu parte. Asegúrate que el ambiente sea siempre optimista, alentador y lo menos ralentizante posible.

5. El avance de rango es celebrado. Asegúrate que tu organización celebre y reconozca cada logro, crecimiento y desarrollo.

6. Los retos son parte del pastel. Es aquí donde necesitas hacer algo contra tu instinto. Las personas se unen a una organización para sentirse cómodos. Pero las grandes organizaciones los sacan de su zona de confort y los colocan en una zona de retos. Tú no quieres un equipo donde la gente simplemente la pase bien. Tú quieres uno donde la gente esté constantemente sin aliento para mantenerse hacia arriba.

7. El camino del liderazgo está diseñado. Un muy importante elemento en el desarrollo de líderes es que la gente sepa cómo es el liderazgo en tu organización y el camino que deben tomar para llegar allí. Habrá algunas tareas y roles que

constituyan ese camino. Es necesario que esté claro cuáles son para que la gente que está interesada pueda seguir la huella.

Es importante decir que para crear un ambiente que rete a la gente a crecer, TÚ necesitas estar en un ambiente así.

Debes despertar cada día emocionado. Tu equipo está creciendo. Tú estás creciendo. Tú estás siendo retado lo suficiente y estás fuera de tu zona de confort frecuentemente. Tú estás con todo, dándolo todo y jugando en grande. Pero además comes bien, duermes suficiente y te mantienes joven, de modo que estás operando en un pico de buena salud para niveles de alta demanda. Y las acciones que tomas cada día son congruentes con quien tú eres, con la persona en la que te quieres convertir y te acercan a donde quieres llegar.

Si no estás en ese estado ahora mismo, quiero ayudarte. Te ofrezco mi [Breakthrough U Coaching Program](#). Es un programa muy especial en el que puedo trabajar contigo personalmente, ayudándote a transformarte en el más grande líder que tú seas capaz de ser. Si te suena intrigante, haz clic en el link de arriba para detalles.

Es siempre un honor y una alegría caminar por ese escenario y ser presentado con un pin significando tu próximo avance de rango. Pero eso es pequeño frente al honor y la dicha de ver a los miembros de tu equipo caminar por ese escenario.

El verdadero liderazgo no se trata de cuántos seguidores tienes. Se trata de cuántos líderes estás desarrollando.

Entonces, deja de pretender ser el superhéroe. Deshazte de la capa y lo que apriete. Nunca lo fuiste en realidad. Se trata de la gente que puedas tocar.

La gente que puedas guiar a lo largo del camino. Ingresa a su mundo y ayúdalos a descubrir quiénes están realmente destinados a ser. Los sueños que pueden realizar y las vidas que pueden vivir. Transfórmate en el líder que ellos necesitan –así ellos podrán transformarse en los líderes que están destinados a ser.

Pensamientos Finales

Vivimos en los tiempos más emocionantes de la historia de la humanidad. La velocidad de los avances en áreas como la tecnología, el bienestar, la longevidad, la medicina, la manufactura, los medios de comunicación y otras áreas es alucinante.

Estos avances están cada uno creando nuevos retos a su manera. Y cada uno de esos retos es una nueva oportunidad para ti, para mi y esta asombrosa profesión de venta directa.

En nuestra profesión, como en todas las profesiones, nuestro éxito o fracaso dependerá del liderazgo que demos (o no demos).

Yo creo que nuestro futuro está camino a ser brillante. Estamos en una profesión que opera de acuerdo con los principios de prosperidad de resolver problemas, sumando valor y visionando posibilidades. Tenemos una oportunidad de mejorar el mundo. Y por esa razón, tenemos una responsabilidad.

Estoy listo para el reto. Y mis más fervientes deseos de que tú también lo estés.

RECURSOS RECOMENDADOS

APROVECHAR VENTAJA DE LOS RECURSOS DE
CONSTRUCCIÓN DE NEGOCIOS DE RANDY



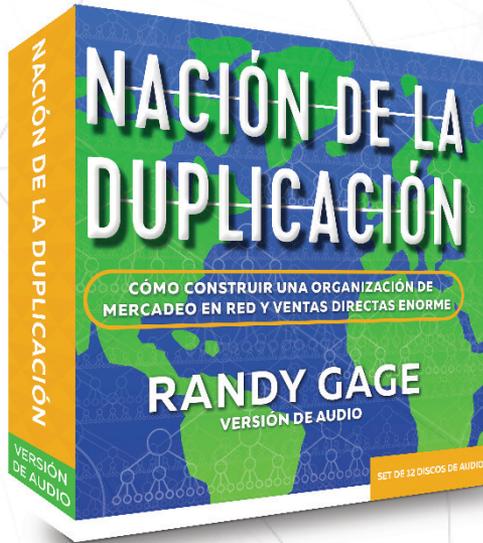
VISITE NETWORKMARKETINGTIMES.COM PARA LOS
RECURSOS MÁS RECIENTES Y LOS MEJORES PRECIOS



CONECTAR CON RANDY GAGE

CONSTRUIR UNA ORGANIZACIÓN MASIVA

NACIÓN DE LA DUPLICACIÓN (AUDIO)



NACIÓN DE LA DUPLICACIÓN (AUDIO)

Esta herramienta de capacitación por Randy Gage te instruye de la manera más avanzada y novedosa en cómo construir una red de distribuidores y clientes enorme y en constante crecimiento.

Visita NetworkMarketingTimes.com

LA FUNDACIÓN PARA LA DUPLICACIÓN

HACIENDO QUE EL PRIMER CÍRCULO FUNCIONE



HACIENDO QUE EL PRIMER CÍRCULO FUNCIONE

Este pequeño y poderoso libro de Randy Gage es exactamente lo que necesitas para que de veras haya duplicación a lo largo de toda tu organización.

Visita NetworkMarketingTimes.com

COMENZAR RÁPIDO EN EL MERCADERO EN RED

LOS PRIMEROS PASOS



Los Primeros Pasos

Que sus nuevos distribuidores comiencen con el pie derecho con este libretto de 28 páginas. Arme a su gente con el conocimiento y con las habilidades organizacionales que necesitan, reduzca dramáticamente su porcentaje de abandono, y obtenga el crecimiento exponencial que necesita para crear ingreso residual que le cambie la vida.

Visita NetworkMarketingTimes.com

LA CIENCIA DEL MERCADEO EN RED

CONSTRUIR UNA MÁQUINA DE DINERO MULTINIVEL



Construir una máquina de dinero multinivel

Este libro te enseñará la ciencia del Mercadeo en Red. Aprenderás los métodos de operación comprobados y predecibles para crear duplicación en tu equipo y generar verdaderos ingresos residuales - ¡tu propia máquina multinivel de dinero!

Visita NetworkMarketingTimes.com

¡PARE EL CONSEGUIR RECHAZADO!

PAQUETE DEL ESTILO DE VIDA LIBRE



PAQUETE DEL ESTILO DE VIDA LIBRE

Utiliza el Paquete de Estilo de Vida Libre para descartar a los no-candidatos y clasificar a los verdaderos. El Paquete incluye el disco **Escapar de un Futuro sin Mañana**, el **Informe Especial Dinero para la Vida**, y el DVD **Vive la Vida que Sueñas**.

Visita NetworkMarketingTimes.com



