

# MANUAL ALROCA GROUP

Políticas y procedimientos de la empresa





**Todos los derechos reservados.**

**Equipo Alroca Group 2021**  
Editado en Concordia, Argentina



**Enzo Ríos Fundador Alroca Group**

Soy Enzo Ríos, fundador del equipo Alroca Group, nacido en Concordia, Entre Ríos, en 1983. Mientras trabajaba en relación de dependencia, no me sentía satisfecho con esa modalidad laboral. Estaba en la exploración de una oportunidad que me permitiera cambiar mi vida, y la encontré en Royal Prestige en marzo de 2021. Ese mismo año decidí asociarme a esta gran iniciativa. Mi intención inicial era generar ingresos, pero jamás imaginé que descubriría mi verdadera pasión y propósito de vida.

Encontré un espacio donde el esfuerzo y la dedicación son más importantes que las posesiones materiales. Me sentí valorado, comprendido y rodeado de personas alineadas con mis principios. Al establecer un plan de acción claro, logré un crecimiento acelerado dentro de la compañía. En solo cinco años, alcancé el cargo de Director.

Actualmente, lidero un equipo compuesto por 40 distribuidores y más de 150 emprendedores. Alroca Group se basa en pilares como la ética, la lealtad, los valores y la colaboración. Reconozco la visión del Sr. Peter O. Johnson al fundar esta empresa y brindarnos una oportunidad comercial sin limitaciones de edad. También destaco el excepcional sistema de capacitación proporcionado por Royal Prestige, que ha sido clave en mi formación y en la de mi equipo. Estoy convencido de que “los libros que leas, los sabios que escuches y las personas con quienes te rodees determinarán quién serás”. Después de varios años en la empresa, puedo afirmar con seguridad: “Nací para esto”. Me considero una persona dedicada a ayudar a otros a transformar su mentalidad y superar sus propios límites. Tengo la certeza de que la superación personal es posible porque yo mismo la experimenté: pasé de ser un empleado insatisfecho a convertirme en un empresario exitoso. Evolucioné de un estado de escasez a uno de prosperidad integral: económica, mental, emocional y espiritual.

Royal Prestige no es solo un negocio, es un estilo de vida. Lo que me sostiene en esta trayectoria es la comunidad que forma parte de esta gran familia.

# Manual de Formación del Equipo



## Índice

<u>6</u>	Prólogo Bienvenida
<u>7</u>	Misión - Visión
<u>8</u>	Hacia dónde vamos
<u>9</u>	Enfermedades de la Actitud Las
<u>10</u>	siete trampas del Principiante
<u>12</u>	La Derrota -
<u>15</u>	El mejor comienzo
<u>17</u>	Los Ladrones del Tiempo
<u>21</u>	Los 8 Pilares
<u>22</u>	Pilar 1: Sueño
<u>27</u>	Pilar 2: Compromiso
<u>30</u>	Pilar 3: La Lista
<u>33</u>	Pilar 4: Llamados para obtener
<u>39</u>	Demostraciones Contactar para presentar la actividad
<u>48</u>	Pilar 5: Demostración del Producto Presentación del Negocio
<u>56</u>	Pilar 6: Cierre de Venta Cierre de Entrevista y Seguimiento
<u>64</u>	Pilar 7: Ser esponsor Mi Primer Círculo
<u>73</u>	El Bonus
<u>82</u>	Pilar 8: Duplicación
<u>88</u>	Bibliografía
<u>107</u>	
<u>110</u>	
<u>113</u>	

# Prólogo

El equipo de ALROCA GROUP ha estado llevando a cabo sus actividades desde 2021. Desde hace varios años, comparto la dirección del equipo, Enzo Ríos, su fundador, y nuestro grupo de liderazgo. El tiempo que hemos trabajado juntos y el intercambio de ideas no solo han generado una gran amistad, sino también una visión compartida sobre los objetivos que deseamos lograr.

A lo largo de los años, hemos incorporado a una nueva camada de jóvenes que han enriquecido nuestro grupo de conductores.

Hoy en día, el equipo de liderazgo de Alroca Group combina la experiencia y el conocimiento de los pioneros con las ideas innovadoras de los coordinadores que se han unido en los últimos años. Esta diversidad enriquece nuestro grupo y añade un valor significativo. Nos reunimos periódicamente para evaluar los resultados alcanzados y proponer nuevas estrategias que fomenten el crecimiento y desarrollo del equipo.

En 2024, comenzamos a discutir la relevancia de crear un manual que detalle un método de trabajo, con el objetivo de que todos en Alroca Group compartamos un mismo mensaje y así facilitar el proceso de desarrollo empresarial.

En 2025, esta idea se transformará en un modelo de negocio consolidado y exitoso. La guía se habrá expandido y adaptado a las nuevas tendencias del mercado, permitiéndonos no solo comercializar nuestro producto de manera efectiva, sino también optimizar nuestra red de distribución. Los ocho pilares de cada área seguirán siendo clave, pero se habrán enriquecido con innovación y tecnología, asegurando que ambas áreas trabajen de manera sinérgica para alcanzar un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción del cliente.

Si desarrollamos el negocio implementando esta metodología, el éxito estará asegurado. Este manual brinda las herramientas necesarias para optimizar los resultados de nuestra actividad: conocimientos, estrategias, inspiración y motivación.

*Cuerpo de Liderazgo del Equipo Alroca Group*

## **¡Bienvenido! ¡Felicidades por la decisión que acabas de tomar!**

A partir de este instante, sos parte de Royal Prestige, una empresa confiable con una trayectoria sólida desde 1959.

Además, tengo la oportunidad de que formes parte de un equipo excepcional que me brindará apoyo y motivación en mi camino hacia el éxito. espero que juntos logremos grandes cosas. ¡Bienvenido a bordo!

A diferencia de lo que ocurre con la mayoría de los negocios, lo único que podría suceder es que mis emociones me lleven a tomar la decisión de no accionar y en consecuencia, mi negocio no funcione. ¡El éxito de mi negocio depende de mí!

¿Será para mí este negocio? ¿Tendré la capacidad para desarrollarlo?

Todos tenemos la capacidad de desarrollarlo, solo que para que esto ocurra, debo apegarme al Sistema de Formación de nuestro equipo. Es muy importante que estudie todo el Nivel inicial antes de realizar mis primeras demostraciones. Se sugiere que lea la guía de inicio que está en el campus que hemos desarrollado para llevar a cabo las capacitaciones por diferentes niveles a menudo surgen las siguientes preguntas :

***¡Bienvenidos al equipo Alroca Group! Estamos emocionados por este viaje juntos. Enfrentaremos desafíos y alcanzaremos nuestras metas. ¡Vamos a elevarnos!***

# Misión

Ser la mejor oportunidad profesional para obtener prosperidad en todas las áreas de la vida. Desarrollar el crecimiento personal para lograr la mejor versión de uno mismo y adaptarse al cambio, que es lo único constante.

# Visión

Consolidar nuestro liderazgo personal para ser agentes de transformación y lograr que las socios alcancen una vida con propósito

## ¿Hacia dónde vamos ?

### Objetivos y Participación en Eventos

- Fomentar el desarrollo personal del equipo mediante autoformación y recursos diversos.
- Participar en eventos del equipo como Zoom de Alrocagroup y reuniones de equipo
- Asistir a eventos de traslado, incluyendo capacitaciones y convenciones

### Utilización de Herramientas de Royal Prestige

- Emplear herramientas como capacitaciones, apps y guías de inicio para mejorar el rendimiento y aprovechar oportunidades de negocio.

# Las enfermedades de la actitud

Todos hemos sentido el impacto de una enfermedad física: una simple gripe puede ralentizarnos o incluso obligarnos a faltar al trabajo. Pero hay algo igual de dañino que pasa desapercibido: las enfermedades de la actitud. Estas no solo afectan nuestro cuerpo o nuestra mente, sino que también pueden frenar nuestros sueños, dañar nuestras relaciones y estancar nuestra carrera. Todo empieza con un pensamiento que, poco a poco, se llena de negatividad y nos consume.

"El hombre será lo que cree que es", afirman las antiguas escrituras. Si dudas de ti mismo, pronto dudarás de todo. Si te preocupas constantemente por lo que puede pasar, probablemente lo atraerás. Y si te quejas, siempre encontrarás motivos para hacerlo. La buena noticia es que estos son solo pensamientos, y tú tienes el poder de elegir otros. Si crees que puedes, lo lograrás. Si confías en superar un obstáculo, lo harás con éxito.

Los seres humanos somos únicos: tenemos la capacidad de elegir, de optar entre el bien y el mal, entre lo positivo y lo negativo. Por eso, es importante reconocer estas "enfermedades" de la actitud, porque tienen cura. Pero cuidado, esa cura depende de tu decisión, compromiso, disciplina y paciencia. ¡El cambio está en tus manos!

## LA INDIFERENCIA

Nos hace ver la vida desinteresadamente. Nos dejamos llevar por las situaciones y causamos problemas. Nos pone en una ZONA CONFORTABLE sin desafíos, con desilusión, sin crecimiento. ¡¡ENÓJESE, EMOCIÓNENSE, REACCIONE!! La reacción precede a la acción. Piense cuánto le cuesta estar así y cómo le resultaría si reaccionara y se pusiera en ACCIÓN.

## LA INDECISIÓN

¿PARÁLISIS MENTAL? Creo que sí. Esto es producto de nuestro temor al fracaso. Nos causa tanto miedo equivocarnos que, generalmente, no tomamos decisiones. Dejamos que otros lo hagan... y perdemos la capacidad de dirigir nuestra vida. ¡¡LA VIDA ES UN RETO!! ¡¡AFRÓNTELO!! Tal vez tomemos decisiones erradas..., pero tal vez sean correctas... en el camino crecemos seguro.

## LAS DUDAS

Son como una plaga que se extiende rápidamente, contaminando todo a su paso. La peor de todas: dudar de uno mismo. Las dudas siempre pesan más que el entusiasmo, la confianza o la fe en nuestras capacidades. ¡Cuidado! No permitas que otros siembren dudas en tu jardín. No desperdicies tu energía en ellas, porque cada minuto que pasas cargando con esas dudas es un minuto que pierdes en tu camino hacia el éxito. ¿Cómo superarlas? Arrancándolas de raíz y plantando en su lugar semillas de confianza y seguridad.

## LA PREOCUPACIÓN

¡¡Mal mortal!! Causa problemas de salud, familiares, económicos. Se malgasta energía en cosas que no ocurren. Alguien dijo: "Si ve que se aproximan 10 problemas, tenga la seguridad de que 9 caerán por la zanja antes de que lleguen a usted". ¡Disfrute! Si piensa que el avión caerá no disfrutará el viaje. Dedicarse a actividades POSITIVAS es una opción. Las pesadas cadenas de la preocupación se forjan en las horas de ocio. Piense como se sentiría si deja de preocuparse.

## LA CAUTELA EXCESIVA

Nos hace enfocar la vida TÍMIDAMENTE. La gente que se maneja así, ante la primera nube, espera el temporal y regresa corriendo. Concentrarse en la oportunidad en lugar del riesgo. ¡Asuma la aventura y viva la vida!! Olvídense de lo que puede salir mal y enumere las oportunidades que tiene.

## EL PESIMISMO

Es una falta de VISIÓN. Es un estado anímico que resulta de la perspectiva limitada que nos muestra sólo el lado malo de algo. El pesimista no busca soluciones. Recuerde: Cada problema tiene solución, cada característica negativa tiene un atributo positivo. Haga una lista de todas las cosas buenas que tiene en su vida, en lugar de concentrarse en lo que no tiene.

## LAS QUEJAS

Actividad favorita de muchas personas. Motivos por los cuales no es bueno esto:  
1- A nadie le gusta estar con y ni escuchar a quejosos. 2- Ningún quejoso es popular. 3- Es una pérdida de tiempo. 4- Siempre habrá más cosas para quejarse. Si sólo se queja, todo empeora. La única salida es HACER ALGO al respecto. ¿De qué me quejo? ¿Qué haré para cambiarlo? Piense antes de quejarse.

# Las siete trampas del principiante

• Adaptación del capítulo "Las siete trampas mortales para el principiante", de Richard Poe

1 - Reinventar la rueda

EL MAYOR OBSTÁCULO ES... EMPEZAR. ¿Por qué tantos nuevos emprendedores abandonan antes de haber comenzado? Probablemente he sucumbido a algunas de las siete trampas del principiante. Malos entendidos, pérdida de tiempo y falta de capacitación son algunos de los elementos que pueden garantizar el fracaso de mi negocio antes de comenzar. Las 7 trampas son:

Necesito saber tres cosas para desarrollar mi Negocio:

- Cómo esponsorar.
- Cómo vender.
- Cómo enseñar a las personas que venden, ser esponsor y entrenar a otros.

El Network Marketing es un proceso sencillo. Sin embargo, como Distribuidor sin experiencia, a menudo busco formas de complicar el negocio. En vez de seguir los procedimientos que me enseñan mis esponsor, pierdo tiempo y energía intentando reinventar la rueda... Me vuelvo experto en encontrar atajos con el fin de trabajar menos, sin darme cuenta de que ya existe un método que ha funcionado durante más de 30 años.



## 2 - Dedicar poco tiempo

Muchos emprendedores fracasan porque trato mi negocio como un trabajo a tiempo parcial. Cuando mi compromiso es bajo, no hay éxito posible que pueda alcanzar. La única forma de obtener grandes resultados es estableciendo metas claras.



## 3 - Convertirse en el tema de conversación

Hay muchos Dips que, cuando comienzan el Negocio, dedican gran cantidad de tiempo, energía y esfuerzo, pero no obtienen resultados rápidos. Se sienten enojados, frustrados y desanimados. La falta de capacitación, no crea atracción en los demás. El Distribuidor debe capacitarse y dejarse guiar por su línea ascendente.

## 4 - Tomar el rechazo como algo personal



La oportunidad comercial me resulta interesante; sin embargo, sé que otros dirán que "NO". Como profesional, entiendo que la resistencia está relacionada con el momento que atraviesa la persona a la que le presento la actividad comercial, y no con mi forma de hacerlo. Hay quienes están en el "Ahora", quienes prefieren el "Luego" y quienes optan por el "Nunca". Si la persona está en el momento apropiado, va a querer unirse, independientemente de cómo le presente el negocio.

Entendiendo esta idea, yo, como profesional en ventas, no me siento afectado por el rechazo y aprendo a pasar al siguiente prospecto. Según John Kalech, un reconocido formador de Network Marketing, "Algunos entrarán, algunos no, y qué... Siguiente". La falta de capacitación no genera atracción en los demás. Por eso, debo capacitarme y dejarme guiar por mi línea ascendente.

## 5 - Descuidar sus propias ventas

En mi afán por construir una gran organización, he descuidado la comercialización de los productos. Si no distribuyo productos, no tendré la ganancia inmediata que me proporciona la venta y me desmotivaré. Además, vender me brindará los conocimientos y la experiencia necesarios para enseñar a mi línea descendente a comercializar los productos.

## 6 - Escuchar a los ladrones de sueños



Como dice Mark Yarnell:

“Nunca debe involucrar a otras personas en una discusión sobre su negocio hasta que esté completamente preparado y seguro”. Con frecuencia, los parientes, amigos, colegas, profesionales o cualquier persona de su entorno desconfían y hablan mal del Negocio por no conocerlo. A éstos, se los denomina “Ladrones de Sueños”.

Existe una tendencia habitual en el ser humano a boicotear aquello que se desconoce. El principiante no debe escuchar a estas personas, ya que ellas no son autoridad en Network Marketing. Si uno está enfermo, consulta al médico; si uno quiere construir una casa, consulta a un arquitecto etc., etc. Crecer en el Negocio es escuchar únicamente a los Dips que tienen buenos resultados, con experiencia y conocimiento. Hacer oídos sordos a los ladrones de sueños y enfocarse en un plan de acción es lo que garantizará el éxito en este Negocio.

***“La única verdadera responsabilidad es mostrar esta oportunidad a tantas personas como pueda, todos los días, en el lapso de uno a tres años. Si lo hace, las cifras se ocuparán de sí mismas” (Mark Yarnell).***

## 7 - Abusar del Esponsor

La función del patrocinante es enseñar, guiar, aconsejar y motivar al nuevo Dip para que esté capacitado en la venta de productos y en el patrocinio de personas. Muchas veces ocurre que el principiante agota a su esponsor, llenándolo de quejas, lamentos y demandas emocionales. “Un Esponsor debe ser un guerrero, un líder y un conquistador, no una madre sobreprotectora” (Richard Poe).

### Reflexión

Superar estas 7 trampas determinan el éxito de su Negocio.

Poe dice “Ponga a prueba su fortaleza todos los días; no ponga excusas; no retrase decisiones, no deje pasar nunca un día de manera improductiva”.

**¡Confíe en la Empresa! ¡Conozca los productos! ¡Comprométase con el sistema!  
¡Ame al Equipo y, por sobre todas las cosas, confíe en usted mismo!**

## La derrota: el mejor comienzo

*El siguiente texto es una síntesis del capítulo 10 del libro Las estaciones de la vida de Jim Rohn*

A veces pienso: “No debo rezar para que las cosas sean más fáciles, debo rezar para que haya más obstáculos y más desafíos, ya que son estos los que forman mi carácter y la voluntad de vencer en mí”.

Cuando me encontré en esta condición, sentí tanto cansancio que saqué talento, aptitud, deseo y determinación de lo más profundo de mí ser, ingredientes esenciales para una persona que quiere mejorar las cosas. Fue frente a la adversidad cuando las cosas comenzaron a cambiar. Y descubrí que las “cosas” no cambian solas. Cambian cuando un ser humano, con un desagrado profundo, deseo y determinación para cambiar su vida, se acerca al Tribunal de la justicia humana y grita para que lo escuche el mundo entero: “Estoy cansado de derrota y humillación, y no las toleraré más”.

Desafortunadamente, la mayoría de la gente no cambia; espera que cambien las circunstancias, culpando a otros o a las situaciones por su progreso mínimo. Pero la vida continuará, aunque esté derrotado. El mundo volverá a despertar mañana con el nacimiento del sol, y los eventos seguirán repitiéndose con regularidad.

Mi posición actual, en el éxito o en la derrota, es solo una condición temporal. Entre todos aquellos que, en estos momentos, sufren de agotamiento mental, espiritual o financiero, hay algunos que buscarán ansiosamente un nuevo comienzo, y al encontrarlo, se levantarán. Una vez en pie, regresarán no solo a trabajar con éxito, sino a dejar huellas indelebles en el campo comercial, político o social. El mundo los considerará “afortunados” y dirá que “la suerte les sonríe”.

Sin embargo, ese mismo mundo desconocerá la agonía y la soledad que experimenté antes de iniciar mi marcha ascendente hacia el éxito. Así que, si bien pueda parecer insensato en este momento, agradezco a Dios por las limitaciones o fracasos que me aquejan, ya que estoy en una plataforma desde donde se originan casi todas las historias de éxito. Puedo ir donde quiera, hacer lo que me satisfaga y convertirme en lo que desee, desde el lugar en el que me encuentro.

Fue ahí donde comenzaron Longfellow, Miguel Ángel y Lincoln. Rod Sterling escribió cuarenta cuentos antes de que le aceptaran uno. A Disney lo despidieron de un periódico después de decirle que no tenía talento. Richard Byrd estrelló el avión las dos veces que voló solo, pero, sin embargo, llegó a convertirse en uno de los exploradores más importantes del mundo. Por lo tanto, agradezco la adversidad que se presenta en mi camino. Pero, para beneficio de mi futuro, hago que trabaje a mi favor y no en mi contra.

El mundo me observará, sin molestarse, mientras me quejo—hasta que, finalmente, muera pobre y abandonado—si eso es lo que deseo. Sin embargo, me abrirá el paso una vez que tome la decisión firme de aceptar mi situación actual, solo temporalmente, y que vuelva a comenzar para dejar una huella positiva en el mundo. El mundo no tiene tiempo para preocuparse por mi selección, así que, por lo menos como favor a mí mismo, me arriesgaré a la aventura, contemplando el éxito en el futuro y no malgastando mi tiempo en una mera existencia, lamentándome de mi mala suerte.

A partir de este momento y por el resto de mi vida, me dedicaré a la excelencia y recordaré que el desafío al que me enfrento es el triunfo. Después de todo, ¡solo tengo una vida! ¡Hagámosla algo extraordinario!



## Los ladrones del tiempo

Adaptación del capítulo 4 *Apuesta por Ti - Libera tu Liderazgo y Multiplica así el Valor de tu Equipo* (Lic. Alejandro Gastón Delobelle)



***"Tanto por hacer... y tan poco tiempo".***

***"No me alcanzan las horas del día... ¡ojalá tuviera más tiempo".***

***"Necesito días de treinta horas".***

Los ladrones del tiempo son malos hábitos que nos alejan de los objetivos, las metas y proyectos que queremos conseguir. Nos hacen desorganizados, poco eficientes, desconcentrados, inoperantes, lentos, distraídos y estresados.

### ¿Cuáles son los ladrones del tiempo más comunes?

- Interrupciones.
- Improvisación.
- Reuniones largas e improductivas.
- Televisión.
- Internet.
- Correos electrónicos.
- Teléfono.

### ¿Cuáles son las consecuencias?

- Rompen el ritmo de trabajo y la concentración.
- Obligan a reprogramar la mente y se tarda 10 minutos para concentrarse nuevamente.
- Son fuente de estrés y ansiedad.
- Desgastan la motivación, la creatividad y la energía.
- Retrasan y entorpecen.
- Alteran el buen humor.
- Producen mediocridad personal y profesional.

**En el siguiente cuadro, se presentan posibles soluciones para algunos ladrones de tiempo:**

L ADRONES	SOLUCIONES
Reuniones no previstas.	Planificar el trabajo.
reuniones interminables, sin propósito u objetivo claro.	Acortar alcance y clarificar foco
Responsabilidades confusas	escribir las ideas y dividir las ideas en frases en etapas
Trabajos en terminar	establecer propiedades propias y ajenas
Manejo inefectivo de conflictos.	saber cuando termina una discucion
Querer hacerlo todo por sí mismo.	hacer una cosa a la vez y delegar
NO saber, poder o querer decir que NO.	aplicar la tecnica del no, " de hecho , sin embargo"

Earl Nightingale dijo: "No domino el manejo del tiempo. Nadie domina el manejo del tiempo. Yo sólo manejo mis actividades".

### MATRIZ DE URGENCIA E IMPORTANCIA

Steven Covey en su libro Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva desarrolla los cuatro cuadrantes de la matriz de la administración del tiempo según vemos en este cuadro:



El cuadrante 1 combina la urgencia y la importancia; se refiere a momentos que requieren mi atención inmediata.

Las actividades de este cuadrante, por lo general, las denomino crisis o problemas, que agotan y consumen a muchas personas. Mientras me centre en las actividades del cuadrante 1, este crecerá cada vez más hasta que me domine. Las personas agotadas por los problemas huyen hacia las actividades del cuadrante 4. Estoy un 90 % en el cuadrante 4 y un 10 % en el cuadrante 4. No les presto atención a los cuadrantes 2 y 3.

Estas personas siempre estarán presentes en mi vida:

Los resultados en este cuadrante son:

- Me concentro en los plazos cortos.
- Administro crisis.
- Tengo un carácter de camaleón, siempre atento a mi reputación.
- Le doy poca importancia a las metas.
- Me siento impotente ante la falta de control.

• Mis relaciones son muy frágiles o, en ocasiones, rotas.

Las personas en los cuadrantes 3 y 4 llevamos vidas irresponsables y efectivas.

El cuadrante 2 es el de las cosas "importantes y no urgentes". Mis acciones son: • Planificación, creación de un banco de nombres, capacitación, invitación, seguimiento, comercialización de los productos, lectura, audios y videos, seminarios, reuniones de equipo, convenciones.

A menudo me siento estresado, agotado, administrando crisis y apagando incendios. Otros dedican mucho tiempo al cuadrante 3: "urgente, pero no importante", en las prioridades y expectativas de los demás.

Si nos centramos en el cuadrante 2, seremos personas productivas, y el éxito en nuestro Negocio está garantizado.

*Hay que diferenciar entre estar ocupados y ser productivos.  
(Camilo Cruz)*

#### Resumen

##### Principios de productividad

- Comenzar el día 1 hora antes aumenta la productividad en 2 meses al año.
- Hacer 1 contacto más al día resulta en 720 nuevos contactos por año.
- Leer 1 página más al día equivale a 3 libros adicionales por año.
- Escuchar 1 audio más al día proporciona 182 horas de entrenamiento anual.

##### Esfuerzo incremental

- Incrementar el esfuerzo en 1+ hace cualquier objetivo alcanzable.

### Anclando conceptos

- Cree espacio en su agenda y use la matriz de urgente/importante.
- Identifique distracciones, practique decir NO y ubíquese en el cuadrante 2.
- Delege inteligentemente.

### Planificación y gestión del tiempo

- Planificar y sistematizar puede no ser emocionante, pero ganar tiempo para pasiones sí lo es.

# LOS 8 PILARES

Trabajando las dos áreas del Negocio

## Área Lineal

- 1 **Motivo** (cuántos \$)
- 2 **Compromiso**  
(capacitaciones, reuniones de equipo, talleres, lectura y acción)
- 3 **Lista** (Banco de nombres para la venta)
- 4 **Contactar**  
(para obtener demostraciones)
- 5 **Demos referidos**
- 6 **cierre de ventas**
- 7 **chequear resultados**
- 8 **enseñar a otro lo mismo**

## Área de Redes

- 1 **Sueños** (propósito)
- 2 **Compromiso**  
(aprender, crecer y cambiar)
- 3 **Lista** (Contactos para presentar la actividad)
- 4 **Contactar**  
(para invitar al Negocio)
- 5 **Presentación del Negocio**
- 6 **Cierre de Entrevista y Seguimiento**
- 7 **Patrocinio y Desarrollo**
- 8 **Duplicarse**  
(aprender, enseñar, delegar y chequear)

## PRIMER PILAR: Sueño

***“Un sueño no es lo que ves mientras duermes, es lo que no te deja dormir”. Abdul Kalam***

El sueño es aquello que anhelo ser o tener desde lo más profundo de mi corazón.

Vivo en una sociedad en la que no se me educó para soñar. Cuando era niño, tenía sueños. Mis sueños no tenían límites: no me importaba el clima ni lo que me decían mis padres. Me subía a la rama más alta del árbol, volaba como mis héroes, era un príncipe o una princesa. Pensaba que “nada era imposible”, hacía todo lo que quería, era osado.

Con el paso del tiempo, me fueron reprimiendo esa frescura atrevida y reveladora que tenía y fui aprendiendo que debía ser “una persona seria”. En muchos casos, si me rebelaba a ese mandato y seguía soñando, alguien venía y me decía: “Deja de soñar. Pon los pies en la tierra. Los sueños son simplemente fantasías”.

Lamentablemente, la mayoría de la sociedad no tiene un propósito en la vida y no sabe hacia dónde va. Esta realidad, mencionada por Camilo Cruz, ha sido descrita por David Schwartz en su libro “La magia de pensar en grande”. Este autor propone: Consigue una libreta de apuntes, ubícate en una calle bastante transitada y entrevista a unas cuantas personas.

Empieza por saludarlos amablemente y luego pregúntales si te permiten hacerles unas cuantas preguntas. Comienza con la siguiente: ¿Por qué razón te has levantado esta mañana? Es muy probable que muchos respondan: “Pues..., porque tengo que ir a trabajar”. Entonces pregúntales: ¿Por qué tienes que ir a trabajar? La respuesta seguramente será algo así como: “Porque tengo que comer”. Ahora diles: ¿Y para qué tienes que comer? Seguramente te contestarán: “Porque si no como, será difícil seguir viviendo, ¿no crees?”. Ahora puedes darles el golpe de gracia y preguntarles: ¿Y para qué quieres seguir viviendo? No te extrañe que la respuesta sea algo así como: “Para poder levantarme mañana e ir a trabajar”.

“Si quiero tener lo que pocos tienen, debo estar dispuesto a hacer lo que pocos hacen”.

En líneas generales, estamos acostumbrados a acomodar nuestros sueños y metas al tamaño de los ingresos económicos que percibimos.

Los motivos por los cuales decidí ingresar a este negocio son varios. Podría resumirlos en los siguientes 10 puntos:

En este negocio, la propuesta es diferente: puedo llevar mis ingresos económicos al tamaño de mis sueños, ya que cuento con un sistema que me permite experimentar abundancia económica ilimitada.

Factores de mayor motivación

El primer paso para mí consiste en convertir mis sueños en metas, lo que implica asignarles una fecha específica. La meta debería ser establecer un plan de acción junto a mi Distribuidor y/o Coordinador, que sea medible y alcanzable. Para lograrlo, es fundamental seguir este enfoque.

**1. Entrada extra de dinero.**

**2. Libertad económica.**

**3. Deseo de un Negocio propio.**

**4. Manejo flexible del tiempo.**

**5. Desarrollo personal.**

**6. Ayudar a las personas.**

**7. Conocer gente nueva.**

**8. Dejar de ser empleado.**

**9. Dejar un legado.**

**10. Cuidar el planeta.**

## Los sueños son el motor de nuestra vida

¡Escribi más de 50 sueños!

### Tareas para alcanzar sueños y metas

- Escribir entre 50 y 100 sueños, metas u objetivos personales.
- Incluir sueños a largo plazo, metas a corto plazo, hábitos y aprendizajes deseados.
- Describir cada sueño en un renglón de manera breve y concisa.

1. .... 2.  
..... 3.  
..... 4.  
..... 5.  
..... 6.  
..... 7.  
..... 8.  
..... 9.  
..... 10.  
..... 11.  
..... 12.  
..... 13.  
..... 14.  
..... 15.  
..... 16.  
..... 17.  
..... 18.  
..... 19.  
..... 20.  
..... 21.  
..... 22.  
..... 23.  
..... 24.  
..... 25.  
.....

26. .... 27.  
..... 28.  
..... 29.  
..... 30.  
..... 31.  
..... 32.  
..... 33.  
..... 34.  
..... 35.  
..... 36.  
..... 37.  
..... 38.  
..... 39.  
..... 40.  
..... 41.  
..... 42.  
..... 43.  
..... 44.  
..... 45.  
..... 46.  
..... 47.  
..... 48.  
..... 49.  
..... 50.  
.....



**“No hay que derrumbar nuestros sueños, hay que derrumbar las barreras que nos impiden cumplirlos”**

## SEGUNDO PILAR: Compromiso

*“Hay que hacer lo que hay que hacer y hay que hacerlo bien”.*  
**Helios Herrera**

El compromiso motiva y genera nuevas fuerzas para volver a empezar. El compromiso puede reflejarse en diferentes aspectos:

- Mis horas de trabajo.
  - Mi esfuerzo personal para desarrollar nuevas habilidades.
  - Colaboro con mis compañeros y con la línea ascendente.
  - Estoy dispuesto a trabajar en equipo.
  - Ofrezco una guía permanente hacia la línea descendente.
  - Entrego y tengo pasión por la tarea cotidiana.
- Soy leal hacia la Empresa, el Equipo y la línea ascendente.

**Lo perfecto es enemigo de lo posible. A veces, me doy cuenta de que quiero que todo sea perfecto antes de comprometerme con algo. Sin embargo, he aprendido que el compromiso siempre debe preceder a la acción. La gente solo se sentirá atraída hacia este negocio si percibe mi compromiso al proponerlo. Hablar de compromiso es una cosa, pero hacer algo para lograrlo es muy diferente.**

**Compromiso es lo que separa a los soñadores de los hacedores.**  
John Maxwell

**Nada es más fácil que decir palabras. Nada es más difícil que vivirlas día tras día.**  
Arthur Gordon

**Cuando alguien no sabe, le enseñamos. Cuando alguien no puede, lo ayudamos. Cuando alguien no quiere, lo dejamos.**

## Compromiso

1	<b>Con uno mismo</b>	Es importante entender que, para crecer en el Negocio, hay que crecer también desde el punto de vista personal. En los comienzos de esta actividad, es muy probable sentir incertidumbre y miedo. Eso es totalmente normal. Se sugiere pedir ayuda a la línea ascendente y compartir con ésta todos aquellos sentimientos que se irán superando a medida que se capacite y que el tiempo transcurra. Recordar que el aprendizaje es continuo y el objetivo es convertirse en la mejor versión de uno mismo.
2	<b>Con el sistema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitaciones básicas y especiales (presenciales y/o virtuales).</li> <li>- DIPs del interior: capacitaciones virtuales y clases especiales: cada vez que la línea ascendente los convoque</li> <li>- Reuniones de equipo</li> <li>- Jornadas de Reconocimiento de la Empresa</li> <li>- Convención de Royal</li> <li>- Lecturas, audios y videos recomendados</li> <li>- Comunicación con la línea ascendente</li> </ul>
3	<b>Producción personal</b>	La comercialización de los productos proporcionará el dinero necesario en forma inmediata
4	<b>Compartir la idea comercial</b>	La única forma de armar una red sólida grande y rentable es compartirla la idea comercial con los perfiles que traes
5	<b>Elaborar la planificación</b>	Planificar realizar para: con el DC y/o Coordinador las acciones que debo a) Lograr el ingreso económico deseado (Comercialización de productos y esponsor) b) Crecer profesionalmente en el Negocio: pase de categoría, Bonos, premios, etc.)
6	<b>Plan de acción para cumplir con esa planificación</b>	Se pueden tener grandes sueños y ambiciosos proyectos pero es importante comprender que, sin la acción diaria, no hay éxito posible. La acción es el puente entre la meta y el éxito. "Imposible es aquello que nunca se ha hecho hasta que alguien lo hace"
7	<b>Chequear los resultados</b>	Es importante hacer un análisis de los errores cometidos y llevar a cabo los cambios necesarios para volver a empezar.
8	<b>Enseñar a enseñar</b>	La comunicación con la línea ascendente es de vital importancia. Es fundamental asesorarse en forma permanente con el patrocinante o mentor, ya que él atravesó muchas situaciones por las cuales el nuevo DIP transitará en lo sucesivo. Es un gran privilegio poder aprender de la experiencia ajena.



“La diferencia entre donde estuviste ayer y donde estarás mañana es lo que pienses, digas y hagas hoy”

## TERCER PILAR: La Lista

*"El éxito no es un punto a llegar, sino que es el camino mismo". Camilo Cruz*

### LOS CONTACTOS SON LA MATERIA PRIMARIA DE NUESTRO NEGOCIO

Así como un comerciante no puede abrir su local sin mercadería, no se puede comenzar este Negocio sin el listado de contactos. **Existen 3 tipos de contactos:**

<b>Candidatos inmediatos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiares.</li> <li>• Amigos.</li> <li>• Vecinos (actuales y anteriores)</li> <li>• Compañeros de trabajo (actuales y anteriores)</li> <li>• Compañeros de estudio (actuales y anteriores)</li> </ul>
<b>Candidatos secundarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocidos: son todas aquellas personas que se conocen a través de su esposo/a, hijo o familiares en colegios, universidad, cursos, clubes, iglesias, asociaciones culturales, prestaciones de servicios.</li> </ul>
<b>Candidatos desconocidos</b>	<p>Esta categoría aporta la fuente de candidatos más numerosa. Tener en cuenta estas sugerencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar la habilidad de conocer y entablar contacto con personas todos los días hasta que se transforme en un hábito.</li> <li>• Visualizar a las personas como si ya estuvieran o quisieran estar en el Negocio.</li> <li>• Aprender a preguntar y a escuchar. Si se presta atención cuando otra persona habla, se sabrá cuáles son sus sueños, necesidades y proyectos. Así, se advertirá fácilmente cuándo es el momento de presentarle el Negocio.</li> <li>• Frecuentar lugares muy concurridos y cruzar contactos y amistades.</li> <li>• Si asiste a los mismos lugares con asiduidad (comercios, restaurantes, etc.) podrá establecer buenas relaciones con algunas personas a quienes, en algún momento, les hablará y ofrecerá la oportunidad del Negocio.</li> </ul>

## Listado inicial

Es fundamental armar un listado de nombres. Además de colocar los contactos inmediatos y secundarios, se puede pensar a quiénes invitaría si organizara un casamiento o de quince años. Se pueden incorporar también contactos de las diversas redes sociales.

Es muy importante elaborar esta lista sin seleccionar, prejuizar y analizar. Este trabajo lo hará con su DC y/o Coordinador, quien lo ayudará a dividir este listado de la siguiente manera:

1. Personas a quienes ofrecerles el producto.
2. Contactos a quienes presentarles el Negocio.

Este banco de nombres se construye con las personas que conoció, conoce y conocerá. Es dinámico y se irá renovando todos los días. Aquí encontrará una guía que lo ayudará a confeccionarlo.

Existen otras herramientas para obtener contactos (consultar con tu DC y/o Coordinador)

<b>VECINOS</b> - Actuales - Anteriores - De sus parientes - De sus amigos - De sus compañeros - De su fin de semana - De sus vacaciones	<b>PARIENTES</b> - Paternos - Maternos - Políticos  <b>AMIGOS</b> - Actuales - Históricos	<b>EXCOMPAÑEROS</b> - De escuela primaria - De escuela secundaria - De estudios terciarios - De estudios universitarios - De cursos y seminarios	<b>REPRESENTANTES PÚBLICOS</b> - Concejales municipales - Legisladores - Funcionarios - Jueces	<b>SERVIDORES PÚBLICOS</b> - Policías - Bomberos - Carteros
<b>REPRESENTANTES</b> - Intermediarios - Comisionistas - Distribuidores de empresas de venta directa - Distribuidores independientes- La persona a quien compró/vendió un vehículo	<b>CLIENTES</b> - La persona a quien compró su casa/departamento/local - La persona a quien vendió su casa/departamento/local - La persona a quien alquiló su casa/departamento/local		<b>CLIENTES COMPRADEORES</b> - Anteriores	<b>EMPLEADOS</b> - Bancarios - De comercio - De oficina - De taller
<b>COMERCIANTEs</b> - Taller mecánico - Casa de electricidad - Almacén - Verdulería - Imprenta - Fiambrería - Vinería - Carnicería - Pollería - Agencia de autos	- Agencia de turismo - Kiosco - Puesto de diarios - Florería - Ferretería - Casa de comidas - Mueblería - Casa de electrodomésticos - Librería	<b>COMPAÑEROS DE TRABAJO</b> - De la actividad actual - De actividades anteriores  <b>COMPAÑEROS DE ACTIVIDADES</b> - Deportivas - Sociales - Religiosas - Políticas - Comunitarias - Artísticas - Ecológicas	<b>COLEGAS</b>  <b>MIEMBROS DE INST. SOCIALES</b> - Sala de Primeros auxilios - Hospital vecinal - Delegación municipal - Delegación de rentas - Delegación de PAMI - Delegación de medicina prepaga - Club de servicios (Leones, Rotary) - Biblioteca popular	<b>EMPRESARIOS</b>
<b>DIRIGENTES Y MILITANTES</b> - Políticos - Empresariales - Gremiales - Sociales - Deportivos - Religiosos	<b>PROFESIONALES</b> - Médicos - Abogados - Escritorbanos - Odontólogos - Kinesiólogos- Veterinarios - Farmacéuticos - Bioquímicos - Ingenieros	- Arquitectos - Técnicos - Contadores - Periodistas - Educadores - Relacionistas- Jardineros - Peluqueros - Locutores - Fotógrafos - Diseñadores - Modistos - Niñeras - Visitadores médicos - Sociólogos	<b>A TRAVÉS DE</b> - Su esposo/a - Sus hijos - Agencias telefónicas - Álbumes de fotografías - Redes sociales	



**“El pesimista ve medio vaso vacío, el optimista ve medio vaso lleno y el emprendedor va en búsqueda de más agua”**

## **CUARTO PILAR: Contactar**

***“La suerte es el pretexto de los fracasados”.***  
**Pablo Neruda**

### **CONTACTOS PARA OBTENER LA DEMO**

Al planificar el llamado, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos que ayudarán a tener un resultado exitoso:

- Poseo los conocimientos adecuados acerca de la empresa, el producto y el negocio para poder transmitir seguridad en el momento de comunicarme.
- Dispongo de algunos datos sobre la persona a la que llamaré, como horarios, profesión, ocupación, composición familiar y hábitos de consumo de alimentación .
- Estudié las objeciones posibles ante el llamado telefónico para poder responder con profesionalidad en el momento en que surjan.

Tengo a mano todos los elementos necesarios durante el llamado: agenda, lapiceras y el esquema con las ideas relevantes.

**Es importante que realice los llamados telefónicos junto a mi Distribuidor- esponsor . También puedo hacerlos en los Talleres de Llamados y/o en las Reuniones de Equipo. Me sugieren que, en la primera etapa del Negocio, esté siempre acompañado a la hora de realizar el llamado.**

### **LLAMADOS**

Una vez planificado el llamado, seguir los siguientes pasos en el momento de concretarlo:

1. Saludar y presentarse.
2. Mencionar a la persona que brindó la referencia.
3. Comprobar si la persona dispone de tiempo para hablar.
4. Explicarle el motivo del llamado.
5. Responder a sus objeciones, si es que las hay.
6. Confirmar fecha, hora y lugar de la visita.
7. Darle cierta flexibilidad en el día y horario.
8. Agradecer y despedirse mencionando nuevamente el día y la hora de la visita

## Ejemplo 1: Llamado a un referido

<b>Saludo cordial y apertura. Mención de la persona que proporciona la referencia</b>	<p>–¡Buenos días! ¿hablo con la Sra. María? –<b>Sí, soy yo. ¿Quién habla?</b></p> <p>–Mucho gusto, María. Mi nombre es Marta y te llamo de parte de tu amiga Claudia. Ella me paso tu teléfono. Soy Distribuidor de Royal Prestige. ¿Los conoces?</p> <p>–<b>No estoy segura de conocerlos...</b></p>
<b>Comprobación de que la persona dispone de tiempo para hablar</b>	<p>–¿Tiene unos minutos así te comento? – <b>Sí, no hay problema.</b></p>
<b>Explicación del motivo del llamado</b>	<p>La semana pasada estuve en la casa de Claudia realizando una degustación de como comer una comida saludable. por una cuestión de salud quiso compartir esta información con usted, claudia penso en usted</p> <p>–<b>¿De qué se trata exactamente?</b> –me preguntó.</p> <p>–La idea es visitar su hogar, y regalarle un almuerzo o una cena la problemática que existen en los diferentes estilos utensilios que utiliza al cocinar y mostrale la diferencia que hay en el mercado.</p> <p>–<b>Le agradezco mucho, pero si la intención es que adquiera el producto, debo advertirle que en este momento no tengo dinero disponible</b></p>
<b>Respuesta a las objeciones</b>	<p>–Entiendo su preocupación, pero no se preocupe. Mi visita no implica ningún compromiso. Solo buscamos conocer su opinión después de ver la degustación</p> <p>–Está bien, si es así...</p>
<b>Confirmación de fecha, hora y lugar de la visita</b>	<p>–¿Le parece conveniente que la visite el miércoles a las 10:00 hs o el jueves a las 15:00 hs?</p> <p>–Me resulta mejor el miércoles por la mañana, pero un poco más tarde...</p> <p>–Llegaré el miércoles a las 10:30 hs. ¿Le parece adecuado?</p> <p>–De acuerdo.</p> <p>–¿Podría proporcionarme la dirección?</p> <p>–San Martín 12, piso 4.º.</p> <p>–Perfecto, le repito la dirección y el horario: San Martín 12, piso 4.º, el miércoles a las 10:30 hs.</p>
<b>Agradecimiento y despedida</b>	<p>–Correcto.</p> <p>–Le agradezco mucho su atención y la veré el miércoles. ¡Que tenga un buen día!</p>

–Buenos días.

## Ejemplo 2: Llamado “en frío”

<b>Saludo cordial y apertura</b>	<p>–¡Hola! ¡Muy buenos días! –<b>Buenos días.</b> –Soy Santiago, distribuidor independiente de Royal Prestige. Estamos realizando una degustación en la zona con una degustación saludable para que puedan conocer nuestro innovador sistema, sin ningún costo ni compromiso.</p>
<b>Comprobación de que la persona dispone de tiempo para hablar</b>	<p>–¿Dispone de unos minutos para que le comente?</p> <p>–<b>Sí, si no es mucho tiempo.</b></p>
<b>Explicación del motivo del llamado</b>	<p>–Como mencionaba, se trata de una degustación gratuita para que usted conozca la problemática del desprendimiento de metales y nos comparta su opinión, comparando el agua que suele utilizar con la de utensilios de alta calidad. ¿Qué tipo de utensilios utilizan normalmente? –Utilizamos utensilios de aluminio teflon hierro, a veces de menor calidad. –¡Excelente! Si utilizan utensilios, podrán notar la diferencia con los de alta calidad que les mostraremos</p>
<b>Respuesta a las objeciones</b>	<p>–Mire, si se trata de comprar algo, no es buen momento... – <b>Entiendo, como le dije, lo que deseo es hacerle una degustación que no tiene costo alguno. –Bueno, en ese caso...</b></p>
<b>Confirmación de fecha, hora y lugar de la visita</b>	<p>–¿Me puede decir su nombre, por favor?</p> <p>–<b>Patricia.</b></p> <p>–<b>Patricia, ¿le parece bien mañana por la tarde alrededor de las 16 hs.?</b></p> <p>–<b>Está bien.</b></p> <p>–<b>¿Cuál es su dirección?</b></p> <p>–<b>Moreno 372.</b></p> <p>–<b>Bien, Patricia, entonces nos vemos mañana a las 16 hs. en Moreno 372.</b></p> <p>–<b>De acuerdo.</b></p>
<b>Agradecimiento y despedida</b>	<p>–<b>Bueno, muchas gracias por su amabilidad.</b></p> <p>–<b>¡Hasta mañana!</b></p> <p>–<b>Hasta mañana.</b></p>

## LLAMADOS A AMIGOS, PARIENTES Y CONOCIDOS

### Ejemplo 1

—Hola, Silvina, ¿cómo estás? Preguntar por familia, salud, (charla habitual) y luego: —Tengo una novedad: comencé una nueva actividad, me encantaría comentártela y tener tu opinión. ¿Puedo pasar por tu casa hoy o mañana? ¿En qué horario?

### Ejemplo 2

—Hola, Eduardo, ¿cómo estás? (charla habitual) y luego: Estoy haciendo una encuesta de opinión sobre un producto que acero quirúrgico para la cocina. Necesito gente de mucha confianza y por eso pensé en vos para que me des una mano. La idea es que lo pruebes y respondas una encuesta. ¿Te parece bien mañana a las 16 hs? Solamente llevará unos minutos. Desde ya, ¡muchas gracias!

## LLAMADO A REFERIDOS

### Ejemplo 1

—Hola, Marta: mi nombre es Claudia y te estoy llamando de parte de Susana.

¿Tenés un minuto?

Te cuento que el martes por la tarde estuve en la casa de Susana y le pedí algunas personas de referencia en la zona X que tuvieran chicos en edad escolar. Ella pensó en mí. La idea es que yo conozca los beneficios de cocinar en acero quirúrgico, vea la diferencia con el agua que estoy consumiendo actualmente y mé mi opinión.

Mañana por la tarde estaré en su zona. ¿Te parece bien a las 15 hs.? Solo me llevará unos minutos. Desde ya, ¡muchas gracias!!

## LLAMADO A DESCONOCIDOS

### Ejemplo 1

—¡Hola! Mi nombre es Claudia, y vivo en su barrio. Estoy haciendo encuestas de opinión con respecto a un producto que cambia la manera de que cocinamos. Esta semana voy a estar trabajando en su (cuadra, barrio, edificio). Mi trabajo es hacer la publicidad y mostrar el producto a los vecinos para que lo usen sin compromiso. ¿Le parece bien que pase por su casa mañana a la tarde? ¿En qué horario le viene bien?

### Ejemplo 2

—Hola, buenas tardes, mi nombre es Felipe. Estamos realizando demostraciones producto de royal prestige en su barrio para que no consuma metales y nos dé su opinión. La idea es que lo conozca y complete una encuesta. Mañana podría pasar por su casa. ¿Le viene mejor por la mañana o por la tarde?

## OBJECIONES

### Algunas respuestas para rebatir las objeciones más comunes en los llamados telefónicos

1	<b>No tengo tiempo</b>	¿Cuál sería un buen horario para poder llamarlo y explicarle? (Agendar).
2	<b>No estoy nunca en casa</b>	Perfecto, puedo acercarme en un horario conveniente para usted. ¿Prefiere temprano, antes de salir, o a la noche cuando regresa?
3	<b>Tengo horarios discontinuos/ rotativos</b>	Yo tampoco tengo horarios específicos, podemos coordinar. Dígame en qué momento se encuentra aliviado, lo demoraré apenas unos minutos.
4	<b>Llámemme más adelante</b>	Muy bien. ¿Cuándo le queda cómodo? (Agendar).
5	<b>No me interesa / No lo necesito</b>	— Probablemente tenga uno o varios motivos por los que llegó a esa opinión, tal vez, pueda ayudarlo. — Dese la oportunidad de conocer un producto que va a ser muy beneficioso para su salud y la de su familia. — ¿Por qué cree que no le interesa ni lo necesita, si no conoce el producto?
6	<b>No tengo dinero / es caro / no lo puedo comprar</b>	— Lo que quiero es hacerle una demostración que no tiene costo alguno. Veo que soy consciente de la problemática de los materiales en los utensilios de cocina.
7	<b>Ya tengo ollas de aluminio y teflon</b>	La llamo para que conozca los productos de Royal Prestige; mi opinión será aún más valiosa, ya que ya soy cuidadoso/a con mi salud y la calidad de los materiales en mi cocina. — ¿Cocino con productos de calidad y libres de tóxicos? — Pruebo esta alternativa y comparo.
8	<b>Tengo un amigo que se dedica a la misma actividad.</b>	¡Perfecto! ¿Ya he tenido la oportunidad de probar los productos de Royal Prestige? Entonces he podido comprobar los beneficios de cocinar con productos de alta calidad.
9	<b>Ya me hicieron la demostración / Ya lo probé.</b>	¿Tengo alguno de estos productos en casa? — Mejor así, ya que mi opinión será doblemente interesante. — ¿Qué me impidió adquirirlo? ¿Conoce la nueva línea de productos que sacó Royal Prestige? Si me permite, la visito y le muestro las nuevas opciones.

¿Cómo hago para transmitirle a un contacto la actividad que estoy desarrollando?

Si me preguntan a qué me dedico, contestaré y, automáticamente, preguntarán a qué se dedican.

Es importante tener preparada una respuesta a esa pregunta que no sea simplemente “vendo ollas de acero quirurgico”, ya que, para mucha gente, esa respuesta puede no ser atractiva.

El objetivo al describir mi actividad es despertar el interés de la otra persona para que quiera sumarse a mi proyecto comercial.

### Algunas definiciones atractivas al contar nuestra actividad.

- Soy empresario.
- Me dedico al liderazgo y motivación.
- Desarrollo equipos de trabajo.
- Me dedico a la capacitación y al desarrollo empresarial.

Cada emprendedor podrá elegir alguna de estas definiciones o crear una propia. Hay que sentirse cómodo y sentirse representado con lo que se elija.

**Las preguntas son disparadores para lograr una convocatoria exitosa**

A través de las preguntas hay que indagar cuál es el punto de disconformidad que tiene la persona. Una vez detectado, hay que hacerle la pregunta específica que viene a darle una solución a su problema.

	Las personas pueden estar disconformes con los siguientes aspectos	En función de lo que se detecte, realizar las preguntas que sean específicas para despertar el interés. Algunos ejemplos son los siguientes:
1	Su jefe Su vida	¿Cómo sería su vida si usted fuera su propio jefe?
2	(es aburrida ya que no tiene un proyecto personal).	¿De qué manera cambiaría su vida si tuviera un proyecto propio en el cual se pueda sentir realizada/o?
3	Su sueldo	¿Qué opina de hacer una actividad en la cual pueda generar sus propios ingresos?
4	La cantidad de horas que trabajan	¿Cómo se sentiría si fuera dueño de su tiempo, pudiera asistir a los actos del colegio de sus hijos o pasar tiempo con sus nietos? (según la situación en la que se encuentre).
5	La dependencia de su marido para comprar cualquier cosa	¿Qué opina de hacer una actividad que le genere un ingreso extra y poder disponer de su propio dinero para comprarse lo que quiera sin pedir permiso a nadie?
6	La actividad que hacen y no les gusta	¿Qué sentiría si pudiera hacer una actividad que le encantara y sintiera pasión por ella?
7	La idea de tener que pedir permiso para todo a un superior.	¿En qué cosas cambiaría su vida si no tuviera que pedir permiso a nadie para hacer todo aquello que desea?
8	La cantidad de gastos fijos (si es comerciante)	¿Cómo sería su vida haciendo una actividad en la cual no tuviera empleados ni gastos fijos?

**La persona se interesará cuando sienta que la actividad propuesta viene a satisfacer su necesidad.**

### Preguntas generales

También se puede hacer preguntas más generales, como por ejemplo:

1	¿Está abierto a escuchar una propuesta comercial?
2	¿Dónde fue de vacaciones? Si contesta que no se fue, ahí da el pie para preguntarle si le gustaría hacer una actividad en la que pueda ganar un dinero extra para poder pagarse todos los años quince días de vacaciones.
3	¿Hay algo que le gustaría hacer y por falta de dinero no lo está pudiendo realizar?
4	Haciendo lo que está haciendo, ¿tiene la posibilidad de trabajar más o mejor para duplicar su ingreso actual?
5	¿Cómo se ve dentro de cinco años si sigue haciendo la misma actividad?

## Preguntas en tercera persona

Puede ser que la persona con quien se habla esté muy conforme con su actividad, pero pueda ser un nexo para llegar a otros contactos. En este caso, cabe preguntar:

<b>¿Conoce a alguien que...</b>	esté interesado en ganar un dinero extra?
	quiera cambiar de trabajo?
	quiera hacer carrera dentro de una empresa?
	sea muy capaz y sienta que está desperdiciado en su trabajo?
	desea encaminarse en alguna actividad mientras sus hijos van a la escuela?

## Contestar con otra pregunta

Es importante aprender a contestar con otra pregunta.

SI PREGUNTA	SE CONTESTA
<b>¿Se trata de ventas?</b>	<p>¿Le gusta la venta?</p> <p>Si dice que sí, se le contesta:                      –¿Qué le parece vender un producto que deje \$X de ganancia?</p> <p>Si dice que no, se le dice:                      –Genial, hay muchísimas áreas en las que se puede desarrollar, como por ejemplo en la conducción de equipos de trabajo.</p> <p>Si dice que sí:</p>
<b>Si sigue con objeciones, se le pregunta: ¿Le gusta tratar con gente?</b>	<p>–En este negocio, lo mas importante son la comunicación y las relaciones interpersonales.</p> <p>Si dice que no le gusta tratar con gente, entonces no pierda tiempo. Esa persona no es para este Negocio.</p> <p>Siga buscando otras.</p>

## Detalles para tener en cuenta a la hora de convocar

El objetivo primordial de convocar es despertar el interés. No necesito contar todo el negocio, ya que si lo hiciera, podría hacer un análisis, evaluar la propuesta y desistir de ir a la empresa a escuchar la oportunidad que se me está ofreciendo. Es fundamental entender que un negocio no se puede explicar por teléfono; hacerlo sería como contar el final de una película: ¿quién iría al cine a verla si ya conociera el final?

Debo evitar las palabras “vender”, “productos” y “reunión”, recordando que esto es un negocio. Es importante que lo haga sentir valioso/a, mencionando que se pensó en mí porque soy muy emprendedor/a, por mi empuje y simpatía, destacando mis cualidades específicas.

Nunca debo hablar de trabajo, ya que la gente asocia esta palabra con un sueldo, un jefe y horarios fijos. Se me convoca a un negocio, un proyecto comercial, una actividad independiente o un emprendimiento, y la palabra que se utilice dependerá del perfil.

Es recomendable convocar hasta que diez personas confirmen su asistencia, asegurando así la presencia de al menos dos o tres. Además, es importante que yo asista a escuchar la presentación del negocio con una persona de influencia, como su cónyuge, hijo (si es mayor) o padre/madre (si es joven).

## LLAMADOS PARA INVITAR

Ejemplos de diálogos:

### Llamado a un conocido (entre personas jóvenes)

Hola Juan. ¿Cómo andas? Soy Pedro. Tanto tiempo. ¿Todo bien? ¿La familia? ¿La facu? ¿El laburo? Me alegro. Escuchá. Estoy súper apurado entrando a una reunión, pero no quería dejar de llamarte. Te quería contar que empecé una actividad en una empresa y la verdad es que estoy súper contento. Me dijeron que podía compartirla con otras personas que sean buena onda, comprometidas, buenas personas y que quieran crecer.... ¡Enseguida pensé en vos!

¿Qué estás haciendo? ¿Estás trabajando? Ah, perfecto. Bueno, si querés, nos podemos encontrar en la Empresa. Te puedo dar dos opciones: el lunes a las 15 hs o el jueves a las 12.15 hs.

### **Llamado cruzado de línea ascendente a un conocido**

¿Hola Juan? ¿Cómo estás? Mi nombre es María. Soy la distribuidora autorizada del equipo donde trabaja Yamila, tu amiga. Te cuento el motivo de mi llamada. En este momento, estoy ampliando el equipo de trabajo y hoy, hablando en una reunión con Yamila, le pedí que me armara una lista de contactos de personas que tengan las siguientes características:

- Que sean buena onda
- Que quieran crecer
- Que sean comprometidos
- Que sean buenas personas

Y algo que marqué específicamente y subrayé, es que sean muy queridos por sus amigos (me río). Mira, sé que suena gracioso, pero para mí no es un dato menor porque denota la confianza que te tienen y eso no abunda. Así que me gustaría mucho conocerte, si te parece. No sé qué día prefieres, si lunes o jueves...

### **Llamado a un usuario**

Hola Juan. ¿Cómo estas, todo bien? Soy Analía, tu distribuidora de RP. ¿Todo bien con los productos? Me alegro. Bueno, esta vez te cuento, no te llamo por nada que tenga que ver con los productos, sino que te quería contar que RP está en plena expansión y estamos renovando los equipos de trabajo. Queremos sumar personas que tengan características como las que yo vi en vos cuando estuve en tu casa. Sos una persona súper amable, desvuelta, simpática... No sé si estás trabajando actualmente, pero me encantaría que puedas acercarte a la Empresa y ahí charlamos todo lo que tiene que ver con el negocio. ¿Qué día te queda mejor? (dar dos opciones)

### **Llamado a un referido**

-Hola, Juan, soy Pedro, amigo de tu primo Antonio. Él me dio tu teléfono, me dijo que estabas buscando algo para hacer... ¿Tenés unos minutos? Mi Empresa está buscando gente con ciertas características.

-¿De qué se trata?

-Es para integrar un equipo de trabajo que abarca varias áreas.

-¿Me podés explicar lo de las áreas?

-La verdad que es demasiado importante para explicártelo por teléfono. Te propongo que nos encontremos en ....., así te explico. ¿Te viene bien por la mañana o por la tarde?

-Por la tarde.

-¿Te parece bien el martes a las 10 hs.?

-No, mejor a las 11 hs.

-Ok. Te dejo mi número de teléfono, por si tenés algún inconveniente. Hasta el martes a las 11.

### **Llamada con objeción**

- ¿Esa es la empresa que vende ollas? ¡Ah! ¿La conoces? ¡Qué bueno! ¿Qué sabes sobre la empresa?
- Sí, conozco esos "utensillo", una prima los vendía. ¿Y cómo le fue a tu prima? Muy mal. La hicieron invertir
- mucho tiempo y no pudo generar ingresos

Sí, lo entiendo. Te comento que, para avanzar en este negocio, es esencial la persona que te enseña y el equipo al que perteneces. En AlrocaGroup, nos enfocamos en el crecimiento y desarrollo de las personas sin necesidad de inversión inicial. Me encantaría que nos reuniéramos para explicarte cómo trabajamos en nuestro equipo. ¿Te va bien por la mañana o por la tarde?

### **Llamado a un conocido**

-Hola, Marisa, soy Laura,

-¡Ah!, sí, ¿cómo estás?

-Bien. ¿Cómo te esta yendo en tu vida laboral ?

-Re bien, todo en orden, trabajando. Ahora soy dueña de la imprenta.

-Te llamo porque pensé en la situación por la que estás pasando...

-Sí, estoy muy bien.

-Te llamo para ofrecerte una oportunidad...

### **Observación:**

Este último ejemplo es imposible de rebatir. Me doy cuenta de que la persona está muy bien y no está abierta a escuchar una propuesta. En este caso, en lugar de insistirle, prefiero preguntarle: ¿conoces a alguien que esté disconforme con su trabajo o que esté abierto a escuchar una propuesta comercial? La utilizo como nexo para otros contactos.



**“Las personas ricas construyen redes.  
Las demás están entrenadas para  
buscar un trabajo” Robert Kiyosaki**

## QUINTO PILAR: La Demostración y la Presentación del Negocio

*“Si alguien te ofrece una increíble oportunidad, y no estás seguro si lo puedes hacer, di que sí y aprende cómo hacerlo después. Aprende sobre la marcha. Las oportunidades son pocas”. Inspirada en Richard Branson.*

### La demostración de los productos (Demo Pack)

Al entrar en la casa del potencial usuario tenemos 3 objetivos...

- Demostrar los productos.
- Pedir referidos.
- Compartir el Negocio.

Luego de concertar el encuentro, la siguiente etapa es la visita al potencial usuario. Las acciones que debemos realizar son las siguientes.

#### 1 – Chequear como todo profesional que todos los productos y elementos que utilizaremos en la demostración, estén en óptimas condiciones:

#### 2 - Establecer un vínculo positivo: Para generar un impacto positivo es muy importante:

- Cuidar la Imagen: vestimenta, aseo y prolijidad en general
- Ser puntual: demuestra respeto por el tiempo de los demás y por el propio.
- Recordar siempre el nombre de la anfitriona.
- Agradecer al potencial usuario por habernos recibido.
- Romper el hielo y distender a la persona haciendo algún comentario agradable.
- Elogiar genuinamente algún aspecto de la casa que resulte agradable (cuadros, plantas, mascotas) o conversar sobre alguna característica sobre el barrio, hijos, deportes, etc.

*“No existe una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión” Lair Ribeiro*

#### 3 - Recordar el propósito de la visita, para disminuir la ansiedad del potencial usuario

*Ejemplo... Juan, el propósito de la visita es asesorarlo sobre la problemática del agua y aire existente, escuchar su opinión y mostrarle los beneficios de un método alternativo para disfrutar de agua y aire puro para toda su familia... “... “lo que vamos a hacer ahora es una corta encuesta, un diagnóstico preventivo y un cuadro comparativo”.*

## 4 – Encuesta de Opinión

Como Distribuidor Independiente RP, me dedico a mostrar diversas problemáticas relacionadas con el agua y el aire, con el único propósito de generar conciencia. Quiero que cada persona sienta que “ahora es el mejor momento para cuidar su salud y la de su familia”. La encuesta de opinión es mi mejor aliada.

El bienestar de cada familia es una prioridad para mí, y es por eso que debo abordar cada visita con la mayor comprensión y respeto posible.

La mejor forma de concientizar es a través de preguntas abiertas y cerradas. Recomiendo leer el libro “La respuesta está en las preguntas” de Allan Pease, así como explorar todo el material multimedia disponible en Google Drive y la Carpeta Demo.

### “¿Si no te conozco, por qué debería creerte?”

Los “Referidos” o cualquier contacto “Frio”, son personas totalmente desconocidas. Para ganar la confianza de ellas es fundamental la **simpatía**, una **sonrisa**, buena postura y seguridad. Todo esto se logra con capacitación. Al comenzar la actividad se carece de experiencia y es por eso que la **empatía** puede ser una gran aliada.

### “Piensa en cómo te gustaría que te traten, para luego corresponder de la misma manera.”

Apoyarse en información verosímil y fácil de comprender allana el camino. Se debe escuchar **más que hablar**.

Para lograr una demostración exitosa, es fundamental alinearse con las capacitaciones brindadas por Royal Prestige (básicas, complementarias, especiales) y del Equipo de alroca group (talleres, reuniones y pagina web)

### REFLEXIÓN:

La tarea principal es, generar conciencia acerca de una problemática y brindar una posible solución. La venta es sólo consecuencia de esta impecable tarea.

## 5 – Referidos

**Pedir referidos es un hábito fundamental para desarrollar un negocio productivo con continuidad, por lo tanto, debo dedicar el tiempo necesario en cada demostración del producto. Se trata de solicitar al usuario el nombre de personas (vecinos, familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc.) a quienes les pueda contar los beneficios de los productos y del negocio. Anoto el nombre, teléfono y alguna información sobre su actividad, grupo familiar, etc.**

Los referidos pueden solicitarse antes o después de la demostración de los productos. El DIP optará por la variante que mejor se adapte a su modalidad de trabajo. Se sugiere hacerlo antes del cierre de venta logrando una cantidad de personas a quienes se les compartirá la oportunidad de conocer los beneficios de los productos y de emprender un promisorio Negocio. Mientras se realiza la demostración de los productos, se pueden comentar algunos temas de salud: gastritis, acidez, cálculos renales, etc. algunas personas pensarán en quienes de sus allegados padecen esos problemas ofreciéndolos como referidos. Se le aclara que, de esta forma, benefician a todos aquellos que integren el listado con agua pura, sin costo ni compromiso.

	OBJECIÓN	RESPUESTA
1	<b>Debo preguntar si me autorizan a dar su teléfono.</b>	Me parece bárbaro, a usted le molestó cuando yo la llamé de parte de ....? Permitame que sea yo quien llame, esa es mi tarea.
2	<b>Discúlpeme. No acostumbro a dar nombres y, menos, teléfonos. No conozco a nadie.</b>	Lo entiendo, es una lástima que prive a sus seres queridos de conocer algo que les puede mejorar su calidad de vida. Si trae la agenda, elegimos un nombre por letra.
3	<b>Me mudé hace una semana.</b>	De todas formas, puede beneficiar a sus vecinos del barrio anterior, familiares, amigos y compañeros de trabajo.
4	<b>A la persona la voy a llamar yo y después te aviso</b>	¿A usted le molestó cuando yo llamé para venir a su casa? NO, de la misma manera, llamo a sus referidos, si ellos no estuvieran interesados, no insisto.

## 6 - Lista de Difusión

Los referidos de calidad son aquellos contactos que, a través de mi lista de difusión, respondieron afirmativamente a la Demostración y a la Encuesta. Es decir, estas personas están esperando mi llamado para coordinar el día y la hora de la visita. Esto me brinda el beneficio de ahorrar tiempo y energía al momento de hacer la llamada.

Debo ayudar al potencial usuario a confeccionar la lista de difusión.

Recomiendo hacerla a la mitad de la Demostración, así, cuando salgo del domicilio, ya tengo varios contactos a quienes llamar. Es importante hacer este llamado lo antes posible para evitar que pierdan el interés.

## 7 - Demostración

Es fundamental escuchar las respuestas del potencial cliente ante cada pregunta para comprender sus hábitos y preocupaciones en relación con la cocina y la calidad de los materiales. Podemos comenzar explicando que muchos utensilios de cocina convencionales pueden contener sustancias perjudiciales para la salud, especialmente aquellos que liberan compuestos al cocinar a altas temperaturas. Los productos Royal Prestige están diseñados para evitar este riesgo, utilizando materiales de alta calidad que no liberan químicos y que ayudan a mantener el sabor y nutrientes de los alimentos. Estos productos ofrecen una opción segura, confiable y de alto rendimiento para el hogar

- Introducción al problema
  - – ¿Sabía que algunos utensilios de cocina convencionales liberan sustancias al calentarse?
- (Escuchar atentamente la respuesta para detectar el nivel de conocimiento del cliente sobre el tema).
- Explicación de los productos Royal Prestige
  - – Royal Prestige utiliza materiales de alta calidad, como acero quirúrgico, que no solo no liberan químicos, sino que además mejoran la experiencia de cocción, manteniendo el sabor y los nutrientes de los alimentos.
- Beneficios adicionales
  - – Estos productos también están diseñados para ahorrar tiempo y energía en la cocina. Por ejemplo, el sistema de cocción es mucho más eficiente, logrando una cocción más rápida y uniforme.
- Demostración práctica
- Realizar una breve demostración con uno de los productos de Royal Prestige, como una olla o sartén, para que el cliente experimente de primera mano la facilidad de uso, la rapidez de cocción, y los beneficios en sabor y textura de los alimentos. Permitir que el cliente observe cómo se cocina sin necesidad de agregar aceites o grasas.
- Preguntas de seguimiento
  - – ¿Le parece que su experiencia en la cocina cambiaría con estos productos?
  - – ¿Nota alguna diferencia en la cocción y en el sabor?
- (Escuchar con atención para responder cualquier duda o inquietud).
- Cierre de la demostración
  - – Ahora que ha probado estos productos, ¿qué opina sobre el uso de materiales de alta calidad en la cocina?
  - – Si está interesado/a, podría mostrarle también la nueva línea de productos de Royal Prestige, diseñada para cubrir todas las necesidades en su cocina.

**8 - Demostración de calidad de materiales** (videos oficiales de Royal Prestige) Mostrar un recipiente de Royal Prestige y, junto con otro convencional, explicar al usuario el tipo de reacción que algunos materiales pueden tener al contacto con alimentos o temperaturas altas. – "Royal Prestige utiliza materiales de alta calidad que no reaccionan ni liberan toxinas, asegurando que la comida no absorba sabores ni componentes indeseados."

**9 - Test de absorción en alimentos** (videos oficiales de Royal Prestige) Para este test, pide o lleva saquitos de alguna infusión, coloca uno en un vaso con agua calentada en una olla de Royal Prestige y otro en una olla convencional. Al remover un poco, observarás la diferencia de color y sabor. Este cambio indica que el material puede alterar el sabor y nutrientes de los alimentos. De aquí la importancia de cocinar con materiales que no afecten la calidad de las comidas.

Paso 1: Explicar que muchos utensilios pueden liberar sustancias en los alimentos, lo cual no solo afecta el sabor, sino también la calidad de la comida. Leer o explicar brevemente estudios sobre los beneficios del acero quirúrgico en la cocina y la preservación de nutrientes.

Paso 2: Solicitar al anfitrión que observe dos recipientes con agua calentada, uno en un producto Royal Prestige y otro en uno convencional. Preguntar si nota alguna diferencia en el olor o el sabor, y hacer que compare la experiencia de ambos.

Preguntas de cierre:

- ¿Con cuál de estos productos preferiría cocinar diariamente?
- ¿Con cuál se sentiría más seguro/a al cocinar para su familia?

**10 - Test de absorción en la piel** (videos oficiales de Royal Prestige)

Utilizar una tapa o un recipiente pequeño de acero inoxidable de Royal Prestige, llenarlo con agua y pedirle al potencial cliente que coloque la mano dentro durante 2 o 3 minutos. Al retirar la mano, explicar que en el uso diario de algunos materiales en la cocina, hay componentes que pueden ser absorbidos a través de los poros. Inducir con preguntas para que el usuario reflexione sobre la importancia de materiales seguros y de alta calidad en contacto con los alimentos y nuestra piel. En este momento, es ideal explicar los beneficios de la línea de acero quirúrgico de Royal Prestige para una cocina más limpia y segura.



### 11 - Prueba visual de reacción de materiales

Paso 1: Coloca dos recipientes o vasos transparentes.

Paso 2: En uno de ellos, añade 3 a 5 gotas de colorante vegetal (líquido, rojo o azul) para demostrar cómo los materiales de baja calidad pueden absorber o reaccionar con sustancias al cocinar. Explica que, en la cocina, ciertos materiales pueden liberar sustancias o alterar el color de los alimentos, mientras que los productos de Royal Prestige están diseñados para no reaccionar y conservar la calidad natural de los alimentos.

12 - **Test de durabilidad y resistencia** En lugar de una prueba de dureza del agua, realiza una demostración de durabilidad usando utensilios de Royal Prestige. Explica la resistencia del acero quirúrgico en cada producto y cómo su diseño está pensado para soportar altas temperaturas y usos continuos sin perder calidad. Compara con otros materiales comunes en utensilios de cocina, mencionando cómo Royal Prestige proporciona una experiencia libre de desgaste y que no afecta la salud.

13 - **Explicación de los productos de Royal Prestige** Una vez terminada la demostración de los productos en uso, vuelve a la mesa para hacer una presentación de la gama completa de Royal Prestige, abordando cada necesidad en la cocina: ollas, sartenes, cuchillos y otros utensilios de alta calidad. Describe la funcionalidad de cada uno de los productos del pack, entregándoselos al cliente uno por uno para que los observe y pruebe. Explica los beneficios de cada producto, como su versatilidad, facilidad de uso, y durabilidad. Destacar: La gama de productos Royal Prestige está diseñada para facilitar el tratamiento saludable y eficiente de los alimentos, desde la preparación hasta la cocción. Cada producto cuenta con garantía escrita y servicio de posventa gratuito, asegurando calidad y respaldo. La aprobación de normas de calidad y gestión como IRAM-ISO 9001:2015 garantiza un estándar de excelencia.

### 14 - Cuadro comparativo de valor (Tiempo, Esfuerzo, Economía)

Es importante ayudar al potencial cliente a visualizar cómo invertir en productos de alta calidad como los de Royal Prestige resulta en una gran economía de dinero, tiempo, y esfuerzo. Explica cómo la durabilidad, la facilidad de limpieza y el ahorro de tiempo en cocción representan una ventaja en la cocina cotidiana, brindando comodidad y eficiencia en cada uso.

**Comparación de costo/beneficio** Transmite los beneficios que ofrece Royal Prestige en términos de ahorro a largo plazo, durabilidad y calidad en comparación con productos convencionales. Invita al cliente a analizar juntos los costos de reemplazo o el desgaste de utensilios comunes en comparación con la inversión en Royal Prestige. Además, señala cómo el tiempo y esfuerzo que requiere cocinar con otros utensilios se reducen con Royal Prestige, haciendo que el proceso sea más rápido y saludable.

# PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO

Debemos tomar conciencia de que para desarrollar una red que se sustente en el tiempo, hay que dar PN (Presentación del Negocio) en forma permanente

*“La única Presentación del Negociomal hecha es la que no se da”*

## Podemos dar PN de diferentes maneras:

- En la Empresa (para aquellos que tienen sucursal).
- En casas.
- Personalizada.

## PN en la Empresa

Existen tres momentos

- El Antes
- El Durante
- El Después

## El Antes

Hay varios puntos para tener en cuenta en esta etapa:

### • Convocar al triple de gente que uno quiere que esté presente.

Si se quiere tener dos o tres personas, convocar hasta que diez individuos confirmen su asistencia. Seguramente concurrirán dos o tres.

### • Prestar atención a la actitud que tuvieron los convocados que no concurrieron.

Si la persona llamó para avisar y disculparse, significa que podría estar interesada en la propuesta. Si no llama, probablemente, alguien le haya boicoteado la idea y no se anime a decir que no irá. También es posible que, cuando fue convocado, no se haya animado a decir “No estoy interesado” y, por eso, aceptó la invitación. Si este fuera el caso, existe una gran posibilidad de que no se comunique más y que cuando se lo llame a su casa no quiera atender. La razón de su comportamiento podría ser que se sienta avergonzado y no se anime a enfrentar la situación.

### • Llamarlo para confirmar su asistencia.

Si por ejemplo, se había pactado con una persona que vendría a la PN un jueves a la tarde, habría que llamarlo el miércoles a la noche para confirmar la entrevista. Ese jueves, tres horas antes de la Presentación, se lo llama con una excusa y se le dice: “Lo llamo porque no me acuerdo si le dije que tenía que traer documento”. La confirmación es fundamental ya que hay muchas personas que piensan que uno está todo el día en la Empresa y hay otras que son muy desconsideradas. Confirmar la presencia de los convocados permitirá ganar mucho tiempo.

• **Ser puntual y llegar antes que él.** Una vez que la persona llega a la Empresa, quien tiene que hablar más es él. Luego de que complete la planilla de entrevista personal (ver pág. 61), uno debe enfocarse solamente en ampliar y profundizar la información que aparece en ésta. Se debe completar la Tarjeta de invitación presencial y/o virtual. Los datos del invitado deben ser cargados / autoconsulta / informes de organización/tarjeta de invitación.

Hay que indagar a través de las preguntas abiertas, cuál es su punto de disconformidad, qué cosas le gustaría hacer y por falta de dinero no puede, cuál es su motivación (realización personal, dinero, reconocimiento, etc.).

## Las preguntas abiertas son aquellas que empiezan con las siguientes palabras



Estas preguntas sirven para indagar y para que la persona se expone en la respuesta. En contraposición a ellas, están las preguntas cerradas que son aquellas que se contestan con



Es importante presentarle al Coordinador, al Líder y a quien se encuentre de la línea ascendente. También, a todos aquellos con quienes podría generar empatía. Si es profesional, a Distribuidores que también lo son. Frecuentemente los profesionales tienen prejuicios y sienten que si se deciden a hacer esta actividad no podrán mantener su status o su prestigio.

Recordar que muchas personas llegan a escuchar la propuesta con un alto nivel de desconfianza, inseguridad e incertidumbre. Por tal razón, conviene acompañarlo en todo momento. Se le ofrece un café y, en esta etapa, hay dos objetivos principales:

1. Hacer preguntas para obtener la mayor cantidad posible de información sobre él.
2. Hacer que la persona se sienta cómoda, que confíe en uno y generar un clima de intimidad.

***“Nadie se acordará de lo que le dijiste, pocos recordarán lo que hiciste, pero todos recordarán cómo los hiciste sentir” Maya Angelou***

La atención debe estar enfocada sólo en la persona. Hay que apagar el celular y no atender ningún tipo de interrupción realizada por los compañeros. Si lo llegaran a hacer, hay que ignorarlo y seguir adelante con la conversación.

### **Se sugiere que el dialogo gire en torno a la regla FORD**

**F**amilia  
**O**cupación  
**R**екреación  
**D**inero

Se recomienda mostrarle la hoja con los diez factores de mayor motivación para saber con cuál de ellos se siente identificado y centrar la conversación en torno a dicho factor. En esta etapa, no hay que hablar. Hay que estar entrenado para preguntar, preguntar y preguntar.

**PREGUNTO - ESCUCHO SIN INTERRUMPIR - PROPONGO**

Las preguntas se deben hacer con muchísima delicadeza, sutileza y en forma pausada para evitar que la persona se sienta intimidada.

### **El Durante**

Es esencial acompañarlo al auditorio y sentarse junto a él. Ubicarse en las sillas de adelante y tener un comportamiento profesional, ya que la persona imitará nuestras acciones. Si cuando alguien entra, uno se da vuelta, entonces el individuo hará lo mismo y, en esos segundos, podría perder el hilo de la Presentación. El convocado escuchará conceptos nuevos y recibirá muchísima información. Hay que esforzarse para que esté concentrado y no se distraiga.

### **Después**

A esto se le llama “Cierre de Entrevista” y pertenece al Pilar 6.

## **Presentación del Negocio en las casas**

### **Para esta PN es importante tener en cuenta algunos detalles:**

- No dejar sillas de más preparadas a la vista. Dejar algunas extras a mano.

Es preferible agregarlas a que la gente vea sillas vacías.

- Sacar todas las mascotas y asegurarse de que los niños estén cuidados por un adulto.
- No mencionar a los convocados que están por llegar. La persona que llegó es la estrella, no los que están por venir: a veces por estar en la puerta esperando a los que no llegaron, se descuida a los que están.
- Durante la PN apagar los televisores y silenciar los celulares para evitar interrupciones.
- Mantener todos los productos y folletería fuera de la vista hasta más tarde.
- Servir café, agua o jugos hasta el momento de la PN o después de ésta, no servir nada durante la Presentación.
- Nunca servir bebidas alcohólicas.
- Presentar a quien dará la PN como una persona de éxito en el Negocio. Es muy importante elogiarla, mostrar respeto y admiración por ella. De esta forma, los convocados estarán más atentos a sus palabras.
- Dejar hablar al patrocinante (o a quien dé la PN) sin interrumpirlo.

## PN personalizada

Para darla, es importante tener el archivo del Power Point en la notebook, en una tablet, el cuadernillo de PN impreso o mostrarla un archivo personalizado de alrocagroup. Se puede realizar en la casa de la persona, en un café o, preferentemente, en la Sala de Distribuidores de la Empresa (en los lugares en donde hay sucursal).

**Cuando se dan las diversas PN, se encontrarán tres tipos diferentes de personas:**

**• Los “Ahora”:**

Son aquellas que entendieron el Negocio y que quieren hacerlo. Están contentos porque sienten que han encontrado una oportunidad con la cual van a conseguir todo lo que estaban buscando. Están entusiasmados, se dejan guiar, se capacitan y quieren hacerlo “ya”.

**• Los “Luego”:**

Son aquellos a quienes les gusta la actividad, la quieren hacer, pero, por cuestiones personales, no están en el momento adecuado para hacerla. La energía la tienen puesta en otro lado: una fiesta de 15 años, un casamiento, deben recibirse, organizar con quien dejar a sus hijos mientras trabajan, etc.

**• Los “Nunca”:**

Son aquellos que siempre tienen un problema para cada solución. Son extremadamente demandantes. Siempre encuentran una excusa para no ponerse en marcha.

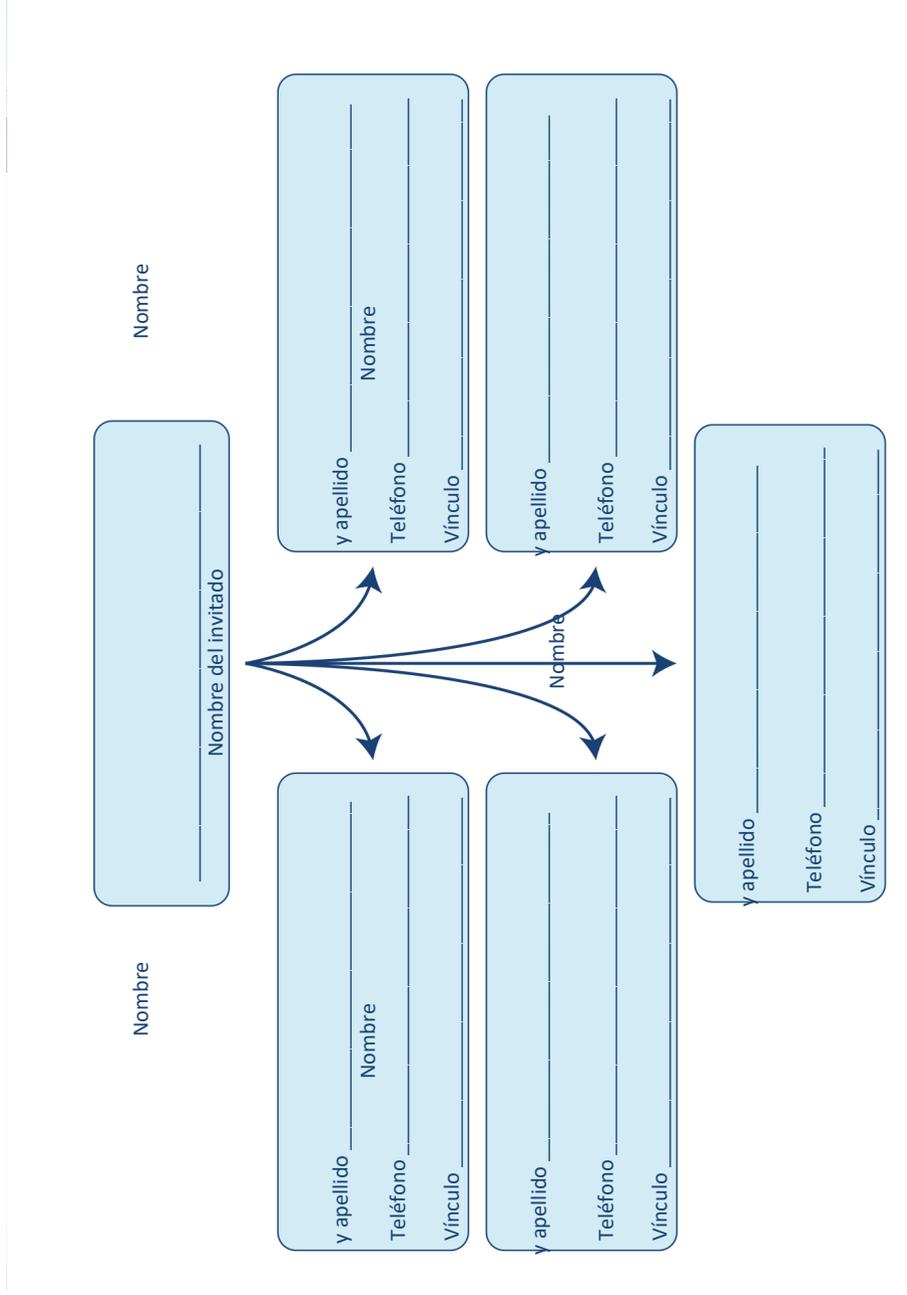
Poder detectar rápidamente en cuál de estas tres categorías se encuentra el invitado, permitirá ganar muchísimo tiempo.

*Hay que tener en claro que mientras los “Luego” se van acomodando y esperan que llegue su momento para hacer el Negocio, continuaremos convocando y presentando esta oportunidad a otros.*

Después de dar la PN (en cualquiera de estas 3 maneras), hay que realizar una charla que se llama “Cierre de Entrevista”. Al concluirla, se agenda un segundo encuentro que se realizará a las 24 o 48 hs. No debe pasar más tiempo para evitar que se le vaya el entusiasmo (Este tema será retomado en el pilar 6).

### PLANILLA DE ENTREVISTA PERSONAL

Apellido y Nombre:		Edad:
Dirección:		
Localidad:		C.P.:
Estado Civil:	Teléfono:	
E-mail:	Celular:	
Estudios (Prim., Sec., Univ.):		
Ocupación (actual y anterior):		
Mo vilidad:		
Grupo familiar :	Si / No	¿A su cargo?
Padres:		
Cónyuge:		
Hijos:		
Suegros:		
Le Gusta:	Teatro <input type="checkbox"/> Lectura <input type="checkbox"/> Cine <input type="checkbox"/>	
	Deportes <input type="checkbox"/> Hobbies <input type="checkbox"/> Otro:	
Vacaciones - últimos 2 años:	¿Le gusta viajar?:	
Otros Datos:	Días disponibles:	Horas disponibles:
¿Le gusta la venta?:	¿Le gusta tratar con gente?:	
Ganancia actual:	Aspira a ganar:	
¿Qué ingresos tiene en su ocupación actual?		
.....		
¿Cómo se ve dentro de 5 años, si sigue haciendo la misma actividad?		
.....		
¿Hay algo que le gustaría hacer y por falta de dinero no lo puede concertar?		
.....		



**“Una persona que tenga una meta muy clara, conseguirá avanzar incluso en las condiciones más difíciles. Una persona que no tenga ninguna meta, no conseguirá avanzar ni siquiera en las condiciones más favorables”  
Thomas Carlyle**

## SEXTO PILAR: Cierre de Venta, Cierre de Entrevista y Seguimiento

*“Si el plan falla y no llegas a tu meta, cambia el plan, no la meta”. Anónimo*

### CIERRE DE VENTA

Antes de comenzar, es necesario realizar la siguiente aclaración: No existe una fórmula perfecta para lograr cierres de ventas. La capacitación llevada a la acción diaria, a priori nos brindará un formato genérico, de cómo lograr un cierre de manera correcta. Posteriormente, el tiempo y la experiencia serán las encargadas de aumentar la efectividad, determinante para lograr mejores resultados.

Si bien el cierre propiamente dicho lo realizamos al final de la visita, debemos tener en cuenta todos los pasos, que efectuamos con anterioridad. En cada uno de ellos, tenemos como objetivo principal, generar **un estado de conciencia**.

Éste nos permitirá visualizar y dialogar sobre todas las necesidades y problemáticas que buscamos solucionar.

La venta es emocional, de “corazón a corazón”. Debemos conectar a la persona en cuestión, con los beneficios que realmente la movilicen. Las preguntas abiertas, nos ayudarán a saber qué piensa y siente la persona en todo momento, para luego, hacer un listado mental de todas las necesidades que se detecten. Pero no siempre habrá conciencia de necesidad. En otras ocasiones lo más inteligente será generarlas, crear la demanda.

#### Existen dos modalidades a la hora de cerrar una visita:

**Demo Dejo:** se trata de dejar uno o mas productos a prueba, por un periodo de 24 a 48 hs. Entendemos que hay personas que no logran conectar con los beneficios de la purificación en la primera visita. Entonces, lo más adecuado es darle la oportunidad de poder probarlo durante un tiempo razonable. Que pueda cocinar, tomar el mate, etc. Se trata de generarle el hábito.

**Demo Cierre:** Esto se da cuando comercializamos el pack de productos en la primera visita. Existen tres factores que se necesita estudiar y trabajar para poder concretarlo:

- 1) Beneficios
- 2) Comparativa de costos
- 3) Detectar y rebatir objeciones.

#### DETECTAR Y REBATIR OBJECIONES

Por naturaleza, todas las personas tenemos ciertos mecanismos de defensa que nos protegen de muchas cosas, especialmente, de lo nuevo y/o desconocido. Ahí nacerán las famosas objeciones. Muchas de ellas, estarán ocultas detrás de una justificación, por ej: “no uso tarjeta de crédito”, cuando en realidad es “tengo la tarjeta un poco saturada y no quisiera usarla”. **Nuestra regla de oro es: Escuchar para poder preguntar.** Cuantas más preguntas abiertas haga, más chances tengo de lograr que la verdadera objeción salga a la luz.

#### PARA QUE EL CLIENTE DECIDA COMPRAR, DEBEMOS GUIARLO A TRAVES DE LAS 4 ETAPAS DE LA VENTA (AIDA):

1. Captar la **A**tenCIÓN del cliente.
2. Despertar su **I**nterés.
3. Estimular el **D**eseo de compra.
4. Conducirlo a la **A**cción de firmar el pedido, la tarjeta, el cheque, etc.

#### Claves para Presentar los Productos de Royal Prestige

- Conocer bien los productos: Familiarízate con cada artículo de Royal Prestige y sus beneficios. Las capacitaciones son clave para poder responder cualquier pregunta del cliente.
- Actitud relajada: Entra tranquilo/a a la casa del cliente, confiado/a en que los productos Royal Prestige mejorarán la calidad de vida de la familia.
- Demostración atractiva: Haz una presentación visual e interesante que muestre claramente los beneficios de los productos y despierte el deseo de tenerlos.
- Escuchar más, hablar menos: Haz preguntas y escucha las respuestas del cliente para entender sus necesidades y los motivos que podrían llevarlo a comprar.
- Lenguaje simple y cercano: Comunica de manera clara, evitando tecnicismos. Atrae los cinco sentidos del cliente (tacto, vista, gusto, olfato, oído) para que viva una experiencia completa.
- Conversación compartida: Interactúa sin adoptar una postura de maestro; quien enseña demasiado no vende. Haz que sea una conversación fluida.
- Creatividad en promociones: Diseña promociones personales, además de las oficiales de Royal Prestige. Las reuniones y capacitaciones en equipo aportan herramientas y actualizaciones.
- Buena postura e imagen personal: Mantén una imagen cuidada y profesional. Tu presentación personal es parte de la experiencia de calidad que Royal Prestige representa.

Es de gran utilidad hacer preguntas de cierre que llamen a la reflexión, escuchar y quedarse callado.

Si se pregunta poco y se apresura el cierre se puede recibir un NO como primera respuesta. Hay que seguir adelante. Los cierres de ventas son más sencillos de lo que uno cree.

**Se debe inducir, invitar y motivar.** el potencial usuario. Su función es conectarlo con una mejor calidad de vida y mostrar un verdadero entusiasmo por ayudarlo.

Generalmente, hay que hacer varias preguntas para confirmar que el posible usuario comprenda los beneficios que le otorgará la compra de los productos.

### ¿Qué es lo que compran las personas?

Compran beneficios.

Éstos pueden ser económicos, de bienestar, comodidad, seguridad, versatilidad, ecología, tranquilidad, status, etc. según sean las motivaciones de cada cliente.

### ¿Qué son las objeciones y cómo se superan profesionalmente?

Para realizar un excelente cierre de venta hay que superar siete u ocho objeciones.

Esa es la diferencia entre los que venden y los que no.

Manejar las objeciones profesionalmente implica derribar barreras durante la presentación. Se debe hacer preguntas para que el cliente confirme los beneficios que podría disfrutar.

## EJEMPLOS DE OBJECIONES

¿Se refiere a la preparación de alimentos, verdad? Entonces, ¿cómo afecta la calidad de los utensilios en la cocción? A muchos les ocurrió lo mismo hasta que probaron los productos de Royal Prestige y comenzaron a notar la diferencia al cocinar. Usaron las ollas y sartenes de acero quirúrgico para preparar infusiones, guisos y demás platillos, y empezaron a disfrutar de una cocina más saludable y eficiente. La calidad de los materiales evitó que los alimentos absorban impurezas, mejorando el sabor y la textura. En mi casa, ahora cocinamos de manera mucho más saludable con Royal Prestige.

Por supuesto! ¿Sabía usted que la calidad de los utensilios de cocina también influye directamente en nuestra salud? El uso de productos de baja calidad puede liberar sustancias nocivas al cocinar, afectando no solo el sabor de los alimentos, sino también nuestra salud. Por ejemplo, el uso de materiales no certificados puede liberar metales pesados o químicos, que pueden interferir en la absorción de nutrientes y hasta afectar la digestión. Los productos de Royal Prestige, fabricados con acero quirúrgico de alta calidad, garantizan que no liberan impurezas ni alteran los alimentos, contribuyendo a una cocina más saludable.

Lo entiendo y me alegra que lo considere. Sin embargo, hay dos cuestiones importantes que vale la pena analizar:

1. ¿La calidad de los utensilios de cocina ha empeorado con el tiempo? Muchos de los productos convencionales que usamos en la cocina están hechos de materiales que con el tiempo pueden liberar sustancias tóxicas.
2. ¿Esperamos a que algo suceda para tomar medidas y mejorar nuestra calidad de vida? Los productos de Royal Prestige no solo mejoran la experiencia al cocinar, sino que también previenen daños a la salud. Usar utensilios de alta calidad como los de Royal Prestige es una forma de cuidar nuestra salud a largo plazo, sin esperar a que algo salga mal.

#### Opción 1 (Demo deajo):

Me parece bien. Para que su pareja pueda evaluarlo, le voy a dejar el producto de Royal Prestige colocado para que lo prueben, y mañana me comunicaré para conocer su opinión. Si tienen alguna consulta, podremos discutirla en nuestra próxima visita. (Para evitar esta situación, sería ideal que, si es posible, ambos estén presentes durante la demostración, así pueden tomar una decisión conjunta). momento de la demostración).

#### Opción 2 (Demo cierre) Opción 2 (Demo cierre):

Entiendo que necesiten conversarlo. Esto me sugiere que suelen tomar decisiones en conjunto antes de realizar cualquier inversión, ¿es correcto? En este caso hablamos de la salud de su familia, y me imagino que eso tiene que ser una prioridad. Con su permiso, le haré una última pregunta: ¿su pareja considerará esto un gasto más, o verá que esta inversión es una forma de cuidar la salud de su familia? ¡Anímese!

¡No se arrepentirá!

¡Créame!

Estas 3 frases son claves para lograr el cierre.

Estamos acostumbrados a usar utensilios convencionales en la cocina. Lo entiendo, es una costumbre comprensible. Por eso, me gustaría demostrarle los beneficios que los productos Royal Prestige pueden ofrecerle, tanto en términos de economía como, sobre todo, en cuanto a salud y calidad de cocción.

Le hago una consulta: ¿Usa utensilios de calidad superior al cocinar? ¿Cocina con sartenes o ollas comunes? ¿Usa productos que no alteren el sabor o la calidad de sus alimentos?

Le propongo analizar juntos los costos y beneficios de invertir en utensilios de alta gama como Royal Prestige, y luego me gustaría conocer su opinión

### **Ahora no lo compro porque salgo de vacaciones.**

¡Perfecto! Puede llevarlo con usted. La instalación es muy sencilla, y de esta forma se asegura de que podrá disfrutar de la calidad y los beneficios de los productos Royal Prestige, incluso en sus vacaciones. No importa el lugar, siempre tendrá a su disposición lo mejor para cocinar y cuidar de la salud de su familia.

### **Hay otros utensilios más baratos.**

Tiene razón, y todo dependerá de la calidad de cocina y los resultados que desea obtener para su familia. Los productos Royal Prestige están fabricados con materiales de alta gama, utilizando tecnología de última generación para asegurar la durabilidad y el rendimiento superior. Además, la empresa tiene más de 60 años de experiencia, lo que le garantiza no solo la continuidad en el mercado, sino también el cumplimiento de la garantía, un servicio posventa excepcional, reparaciones y repuestos si fueran necesarios. Todo esto respaldado por una atención personalizada para cada cliente.

#### **Es caro**

¿Comparado con qué? Aquí hay que hacer el cálculo de lo que gasta el dueño de casa cuando de alimentación se trata

### **No percibo ninguna diferencia entre los utensilios convencionales y los de Royal Prestige.**

Es normal que esto suceda. La costumbre de usar utensilios de menor calidad hace que sea difícil notar las diferencias en la cocina. Sin embargo, después de unos días de usar los productos Royal Prestige, comenzará a notar la diferencia en la cocción, el sabor de los alimentos y la durabilidad de los utensilios. Es una experiencia muy vivencial. (Demo deajo)

### **Me gustan los productos Royal Prestige, pero no tengo dinero para comprarlos y tengo la tarjeta saturada.**

- Verifiquemos juntos, tal vez no sabe exactamente cuánto tiene disponible.
- Puede considerar usar la tarjeta de un tercero.
- Le ofrezco la posibilidad de una compra diferida (en su próximo resumen de tarjeta).
- También podemos acordar un pago parcial con tarjeta y el resto cuando pueda, siempre que se cubra el costo del producto para asegurar la reposición y seguir operando sin afectar su flujo de efectivo.
- también contamos con un plan de financiamiento propio en cuotas fijas y en pesos

### **No tengo tarjeta**

- Usar tarjeta de crédito de terceros.
- Un pago de x \$ y otro x \$ al mes siguiente.
- Tratar de reponer el costo del equipo en el primer pago y ver cómo financiar la ganancia.
- Sugerir modelos más chicos de menor costo.
- Realizar un seguimiento, hasta que la situación mejore. No perder el contacto.

### **A mí me gusta, pero no me quiero pelear con mi pareja.**

Es evidente que su cónyuge es quien toma las decisiones. Si el /ella se encuentra presente, permitir que lo discutan entre ellos. En caso contrario, coordinar una nueva visita con la presencia de ambos y realizar la demostración.

### **Mi amiga compró otro a mitad de precio...**

Pregúntele a su amiga de qué marca es el utensilio que compró. Probablemente no sea de Royal Prestige. Si es así, permítame explicarle las diferencias: nuestros productos están fabricados con materiales de la más alta calidad, garantizando durabilidad, seguridad y eficiencia. Comparar los beneficios es clave para tomar la mejor decisión.

### **Quiero ver otros y comparar...**

Me parece genial que quiera comparar, pero... ¿compararía una Ferrari con un Fiat 600? (A modo de broma/verdad). Los productos Royal Prestige son únicos en el mercado. Otros pueden parecer similares, pero no ofrecen la misma calidad y durabilidad. Déjeme mostrarle los certificados de garantía que avalan la excelencia de nuestros productos.

**Si el potencial usuario ya tomó la decisión de adquirir el producto, hay que cerrar la venta, concretar el pago y completar la garantía. No distraerse con otros temas.**

## LA IMPORTANCIA DE LA GARANTIA

Una vez cerrada la venta, es fundamental lo siguiente:

La Importancia de la Garantía

Una vez cerrada la venta, es crucial:

Explicar al cliente el alcance de la garantía y recomendarle que lea detenidamente el manual del producto. Completar la garantía con letra de imprenta, sin omitir ningún dato requerido en el documento. Destacar la importancia de completar el correo electrónico del cliente, ya que a través de él, la empresa podrá enviar información sobre mantenimiento, novedades, promociones y beneficios exclusivos. Además, podrá responder dudas y consultas. Asegurarse de que el cliente entienda que la garantía cubre toda la vida útil del producto. Al final de este período, recomendamos la reposición del producto.

La activación de la garantía significa el alta en la Empresa. A partir de ese momento, el usuario y el producto quedan registrados en el servicio de posventa.

### Atención al Cliente y Mantenimiento

En el momento de la venta, es importante enseñar al cliente sobre el cuidado de sus productos Royal Prestige, cómo realizar su mantenimiento adecuado y la mejor forma de prolongar la vida útil de los utensilios. Aunque nuestros productos están diseñados para durar, es recomendable mantener contacto con el cliente cada tres o seis meses para asegurarnos de que todo esté funcionando correctamente. Este tipo de seguimiento no debe ser invasivo, sino que debe adaptarse al tiempo y disponibilidad del cliente

### Optimización de la Posventa

Para maximizar la eficiencia de la posventa, recomendamos realizar la capacitación "MI AGENDA ROYAL PRESTIGE" y aplicar este sistema para organizar la base de datos de clientes, programar visitas, activar garantías a tiempo y gestionar la satisfacción del cliente de forma eficaz.

El Distribuidor deberá vincularse con el cliente de acuerdo a los siguientes valores:

- Confianza: cumplir con lo que se le promete al usuario.
- Credibilidad: ser honesto y veraz con la información y el trato.
- Respeto.

### Resumiendo:

La atención de posventa debe cumplir cuatro fines básicos:

- 1- Seguimiento del producto instalado (funcionamiento, reparación o reposición de piezas y accesorios, recambio de los componentes consumibles).
- 2- Ofrecimiento de nuevos productos y servicios.
- 3- Obtención de referidos.
- 4- Ofrecimiento de la Oportunidad del Negocio.

**La Posventa es el valor agregado que ROYAL PRESTIGE ofrece a los usuarios a través de sus Distribuidores.**

El llamado telefónico se efectúa con la finalidad de combinar un encuentro, visitar al usuario y hablar sobre el control preventivo del producto. A veces, en esta instancia, el cliente directamente pregunta cuánto cuesta la nueva unidad y cómo se puede pagar. Si no fuera así, habría que visitarlo, llevar un equipo nuevo, colocarlo al lado del vencido e instalarlo y realizar la degustación comparando el sabor del agua de cada uno de los purificadores. Explicarle nuevamente el concepto de vida útil, rendimiento, el proceso de la bacteriostasis y su duración, y cómo se saturan los medios activos.

Si el cliente no deseara o no pudiese adquirir el nuevo purificador, no presionar el botón de desconectar el purificador vencido. Se le sugiere usarlo un tiempo más, cambiarle más seguido el Fipor y realizarle con más frecuencia el retrolavado. Hay que seguir atendiendo al usuario y estar atento a las nuevas promociones sobre el Plan Canje para ofrecérselas.

**Una cartera de clientes bien atendida es fuente inagotable de ingresos para los DIPs. Es más fácil conservar un cliente que buscar uno nuevo.**

## Para cerrar más ventas se necesitan:

- Un deseo: servir al prójimo.
- Una actitud: voluntad de ganar.
- Una cualidad: la perseverancia.
- Destreza para visualizar con anticipación.
- Detectar los momentos oportunos.
- Autocontrol de sentimientos y emociones.
- Desarrollar la sensibilidad con práctica, experiencia y capacitación.

- De **finir** objetivos cuantitativos y cualitativos.
- Prospectar más.
- Hacer más entrevistas.
- Desarrollar una actitud mental positiva.
- Capacitarse constantemente.
- Detectar la necesidad del potencial usuario: ¿qué le preocupa realmente? ¿Su salud y la de su familia? ¿El cuidado del medio ambiente? ¿El gasto económico que realiza en agua envasada?
- Responder ante las objeciones y resolver las dudas que se presenten.

## Reflexión

Podría darse por vencido con un cliente, pero nunca abandone ni se abandone. No hay nada que funcione todo el tiempo y no hay una sola cosa que funcione para todos.

El lenguaje corporal, la apariencia, la postura y la forma de hablar deben expresar seguridad y confiabilidad.

Si ha estado pensando: **"NO voy a poder venderle a este cliente"**, cambie el NO por **"Soy un demostrador preparado y confiable; cuando el cliente me escuche, va a querer comprarme"**.

### Resumen

#### Roberto De Vincenzo y la suerte

- Un famoso comentaba que Roberto De Vincenzo tenía mucha suerte.
- De Vincenzo respondió que cuanto más practicaba, más suerte tenía.

Hay que conocer el producto, entender al cliente y...  
"cuanto más practiquemos, más suerte tendremos".

# CIERRE DE ENTREVISTA

-El cierre de entrevista es la conversación que se tiene con el convocado tras haber finalizado la PN (Presentación del Negocio). Muchas veces ocurre que los invitados escuchan la PN, la entienden, les gusta, les emociona y sin embargo, no ingresan. De todas las personas que escuchan la propuesta, solo el 10 % dice: "Me gustó", e ingresa. Otro 5 % dice: "No me interesa, gracias por todo".

El 85 % restante se encuentra en un "Ni", y su ingreso dependerá del seguimiento y la habilidad que tenga el DIP para inducirlo a que tome la decisión. Es fundamental en esta charla escuchar y limitarse a responder las inquietudes del invitado. Al escuchar la PN, la persona se siente invadida por muchos pensamientos, emociones y sentimientos.

A continuación, verá un listado de situaciones por las que puede estar atravesando. Su objetivo será detectar en cuál de ellas se encuentra el prospecto. Lo logrará teniendo en cuenta la conversación que tuvo en el "Antes" y lo que diga en ese momento. En función de esto, le responderá con lo que está en color rojo.

## 1. Es una mujer a quien el Negocio le parece fantástico, pero no cree que sea capaz de hacerlo.

Aquí hay muchísimas mujeres que fueron amas de casa y durante veinte años no trabajaron. Hoy, muchas de ellas llegaron a la posición de líder. La Empresa no le pide ninguna preparación para ingresar. Le brinda toda la capacitación en forma gratuita desde la A hasta la Z.

## 2. Tiene ganas de hacer algo, pero el miedo le gana y no se anima.

Yo tenía mucho miedo cuando ingresé, pero gracias a la contención y apoyo que recibí de mi equipo, fui adquiriendo cada vez más seguridad. Estamos en un equipo muy solidario que brinda apoyo permanente. En ningún momento se va a sentir solo.

## 3. Siempre ha trabajado en actividades que considera de mayor nivel y prestigio, por lo cual rechaza la propuesta comercial.

Hay muchos profesionales en la Empresa y en nuestro equipo. De hecho, nuestra Líder Ejecutiva estudió en el exterior y tiene dos licenciaturas (Ciencias de la Educación y Filosofía), además de una maestría en Ciencias de la Educación.

#### 4. Está arraigado al concepto de sueldo fijo y no se anima a hacer algo independiente.

Esta objeción es la más difícil de rebatir, ya que esta persona se encuentra en el cuadrante de empleado. Quien acepte el multinivel será alguien que esté abierto al cambio. Si no lo está, será difícil que le vaya bien en esta actividad. Si sigue aferrado a los viejos modelos mentales e insiste con el sueldo fijo, se le pregunta si está abierto a leer información que le mandaré. Si acepta esta propuesta, le enviamos los videos que figuran en seguimiento/relación de dependencia, (principalmente el video que habla sobre el cuadrante del flujo del dinero). Si le gusta leer le recomendamos que lea el libro Padre Rico Padre Pobre. Mucha gente ha cambiado paradigmas después de leer este libro. Si la persona se informa y está abierto al cambio seguimos adelante, pero si sigue insistiendo con la idea del sueldo fijo debemos dejarlo y seguimos buscando otra gente. Muchas veces se pierde demasiado tiempo y energía en querer cambiar la forma de pensar de los invitados. Hay que enfocarse en buscar gente cuya mente ya esté abierta.

#### 5. Todo lo que escucha parece tan perfecto que le genera desconfianza. Este es un estado emocional que abunda en los argentinos como sociedad en este momento.

Cuando ingresé me parecía todo tan perfecto que no podía creer lo que me estaban contando. Todo el tiempo pensaba: "¿Dónde estará la letra chica? ¿Habrán pagado a tanta gente, como extras, para que digan que están contentos?".

#### 6. Es una mujer que hace muchos años que no trabaja y tiene miedo de que la actividad la aleje de sus obligaciones de madre y de esposa.

Hay muchísimas mujeres cuyo planteo era el miedo de descuidar a sus hijos y a su esposo. ¿Sabe lo que siempre cuentan? Que desde que están en RP, su marido y sus hijos la respetan y valoran muchísimo más!

#### 7. No ve a quien lo invitó como una persona confiable o como un referente a seguir.

El invitado debe ver a quien lo invita como una persona segura, con conocimientos, experiencia y entusiasmo. Es importante que la vea comprometida con el Negocio y que sienta que la llevará hacia el logro de resultados una vez que ingrese.

#### 8- Comerciante que acaba de cerrar el Negocio ya que se cansó de pagar tantos impuestos y de los juicios de los empleados.

En este negocio no se tienen gastos fijos: alquiler y costos de un local, sueldos y cargas sociales de los empleados. El único costo que tenés es el teléfono. Lo peor que te puede pasar es que si en un día no vendés, no ganas, mientras que en el Negocio no vender significa perder dinero ya que el alquiler y los gastos fijos se deben pagar vendas o no. En RP hay muchos comerciantes que cerraron sus Negocios y hoy disfrutaban de ésta actividad que no les demanda gastos fijos.

Éstos son los diferentes tipos de pensamientos que pueden tener las personas durante el cierre de entrevista. Por lo general no lo manifiestan y sólo ponen la excusa del dinero que, casi siempre, encubre una realidad que podría ser alguna de las ocho mencionadas. Si uno prestó mucha atención a la charla "antes de la PN", podrá deducir cuál de estas situaciones podría estar atravesando el invitado. Si el testimonio del DIP no genera identificación, tendrá que convertirse en "un buen contador de historias": historias en las que el invitado se pueda reconocer. La identificación es fundamental para tomar una decisión. Una buena empatía genera muchos más efectos que escuchar conceptos teóricos.

"Es el estado emocional lo que ayuda a la gente a tomar decisiones"

Se debe impulsar e inducir al invitado para que tome una decisión. Es difícil que la tome sin esa colaboración. Para ayudarlo, es importante deducir a través de la charla en qué cuadrante del flujo del dinero se encuentra.



Hasta aquí se habló de los pensamientos del invitado.

Ahora se verán las objeciones posibles y las respuestas convenientes.

## OBJECIONES EN EL CIERRE DE ENTREVISTA

### No estoy seguro de que sea para mí

Entiendo cómo se siente. Yo me sentí igual cuando escuché este concepto por primera vez. Me ayudó mucho ir a la Empresa y conocer a los compañeros del equipo. Le sugiero que venga a RP y escuche nuevamente la propuesta antes de tomar una decisión.

### No tengo tiempo

Yo sabía que estaba ocupado y esa es una de las razones principales por las que decidí venir a hablarle. En su momento, yo también lo estaba. Cuando entendí el de la red, descubrí que este sistema es ideal para la gente ocupada como nosotros. En cuanto invitamos a algunas personas claves a nuestra organización y ésta comienza a duplicarse, podemos multiplicar nuestro tiempo en forma asombrosa.

### Los que ingresaron primero o los que están arriba de todo son los que más ganan

El Flex Marketing Plan está estructurado de tal manera que crece y gana más quien hace más, no quien llegó antes. Hay muchísimos casos en los cuales los nuevos DIPs superaron la categoría de quien lo había patrocinado.

### No me gusta la venta. Nunca en mi vida vendí nada

¿Le gusta tratar con gente? Este no es un Negocio de res. Es un Negocio de gente. Lo que hacemos aquí es coordinar, r, plantear metas y objetivos. También nos dedicamos al liderazgo y a la motivación.

### No conozco suficientes personas

Eso es lo que yo también creía al principio. Si hoy tuviera que organizar una quince o un casamiento, ¿a quiénes invitaría? ¿Tiene Facebook o Instagram?

### No quiero pasar mucho tiempo lejos de la familia

Este es un Negocio que se hace "en familia". Los cónyuges e hijos se involucran muchísimo. En todos los grandes eventos que organiza la Empresa en los hoteles Sheraton y Hilton, los familiares están invitados. Los hijos disfrutaban muchísimo de compartir esta actividad con los padres.

### No tengo dinero

Si el dinero no fuera un inconveniente... ¿haría este Negocio? Si la respuesta es "Sí", le propone diferentes opciones:

1. Solicitar una tarjeta de crédito prestada, gestionar una tarjeta de crédito propia o un préstamo personal.
2. Si tuviera que pedir prestado dinero para un remedio de un familiar, ¿lo haría? Y para

un Negocio que puede cambiar su vida, ¿no lo haría?

## PREGUNTAS PARA EL CIERRE DE ENTREVISTA

Este es el momento de utilizar las preguntas abiertas para indagar, y que el invitado se expone en la respuesta. Algunos ejemplos son los siguientes:

1. De todo lo que vio y escuchó, ¿Qué es lo que más le gustó?
2. ¿Oyó alguna vez algo similar?
3. ¿Qué dudas tiene?
4. ¿En qué parte del Negocio se ve?
5. ¿Qué le pareció la propuesta?
6. ¿Cómo le gustaría que sea su vida de aquí a cinco años?
7. ¿Piensa que lo logrará si continúa con su actividad actual?
8. ¿Por qué lo haría?
9. ¿Por qué no lo haría?
10. ¿Cuándo quiere comenzar?

Si en el cierre de entrevista hay varias personas, y una de ellas es negativa, conviene alejarla para que no <sup>influya</sup> sobre los demás: se la saluda, se le dice que fue un gusto conocerla y se vuelve a la mesa con los otros invitados.

### "ABRIR EL PARAGUAS"

Se recomienda hacer lo que vulgarmente se conoce como "abrir el paraguas". Se trata de hablarle sobre situaciones que va a atravesar para que cuando se encuentre con ellas, esté preparado y las pueda enfrentar. Ejemplos (en color rojo lo que le diremos textualmente):

1. Si realmente le interesó lo que vio, mi mejor recomendación es que no salga a ofrecer ni a comentar respecto de lo que escuchó, ya que muchos le dirán que no se lo quieren comprar y otros le van a decir: "¿A quién se lo vas a vender?". Para responder estas preguntas usted deberá estar capacitado y tener conocimientos que aún no posee. La gente odia que le vendan, pero le encanta comprar. En RP va a aprender a ser un excelente demostrador de los productos.

2. Este no es un trabajo tradicional. Es un Negocio diferente, y no toda la gente está capacitada para comprenderlo. Ante la ignorancia, muchos prefieren boicotearlo.

Muchísimos DIPs han recibido expresiones negativas por parte de familiares y amigos cuando comenzaron esta actividad. Si le llegara a ocurrir lo mismo, tiene que hacer oídos sordos, tener más creencia y seguir adelante, ya que, cuando empiece a obtener resultados, todos ellos van a apoyarlo. Por eso es muy importante que no se deje influenciar por todos esos comentarios que, por lo general, los hacen las personas que

## SEGUIMIENTO

### El cierre de entrevista puede concluir de dos formas diferentes:

1. Completando la solicitud de adhesión, es decir, haciendo el ingreso.
  2. Pactando una segunda entrevista que deberá realizarse a las 24 o 48 hs.
- Si el invitado ingresa, comienza la etapa del Patrocinio y Desarrollo descrita en el Pilar 7 (ver pág. 82). Si el invitado no ingresa, empieza el Seguimiento.

### Seguimiento del invitado

Es muy importante que no pasen más de 24 o 48 hs. para volver a encontrarse. Si pasan más días es posible que se "enfrie" y que se le vaya el entusiasmo inicial. Al terminar de darle la PN le enviamos la Oportunidad de Negocio y elegimos los videos

adecuados según el **perfil del invitado**.

También encontrarás en ésta sección la **Declaración de Principios de RP**.

Ésta refleja que estamos en una Empresa transparente que se rige por Valores.

En la sección **Equipo** encontrarás los Testimonios del Cuerpo de Liderazgo y los Distribuidores Calificados que duran de 2 a 5 minutos. Es importante enviarle aquel testimonio que genere mayor empatía con el invitado según: Edad/ Género/ Historia de Vida / Experiencia laboral/ etc,etc.

Hay que tener en cuenta que esto es algo generalizado. En ciertas ocasiones se nos presentarán perfiles que van a requerir otro tipo de material. Por ej. si el invitado es una persona que busca un sueldo fijo, le enviamos los videos de la sección Trabajan en **relación de dependencia**.

Si por ej., la invitada es una mujer que se separó y tiene hijos, le envió el Testimonio de Ruth (**versión larga dentro de primer material de seguimiento**).

Si es una persona que viene de otro Multinivel le envió Sección...**Vienen de otro Multinivel**.

Lo más importante, es que independientemente del material que le enviemos (que elegiremos según su perfil y motivación), se genere un próximo encuentro a las 24 o 48hs.

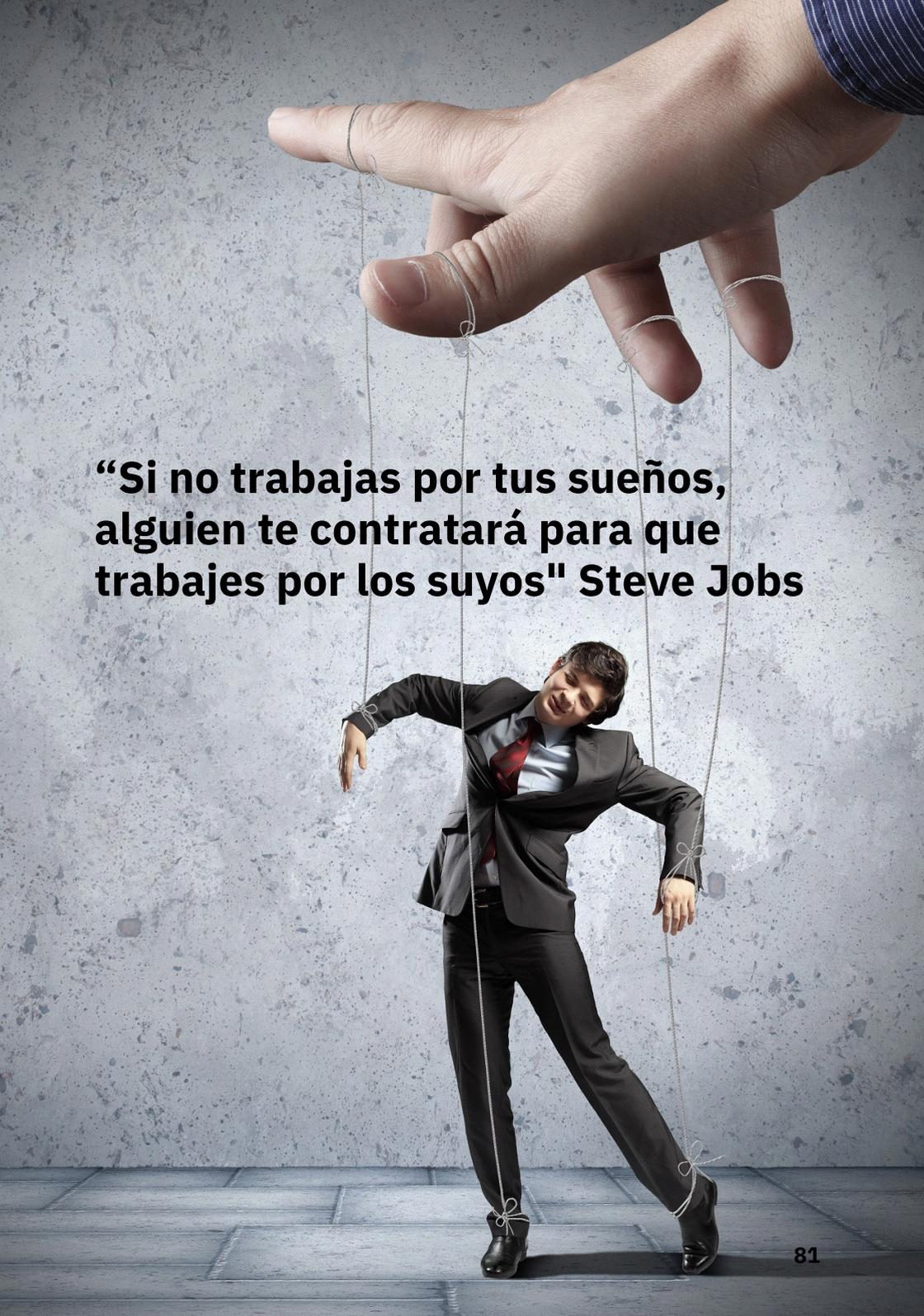
Es fundamental que vuelva a ver la PN con la persona de influencia. (**Elegir la PN adecuada**). de un joven). Es muy difícil que la persona esté en condiciones de transmitir lo que acaba de ver en la PN. También es primordial que el propio invitado vuelva a escucharla para reforzar los conocimientos obtenidos en la Presentación.

Debemos asegurarnos que el invitado esté viendo el material que le enviamos. Para eso, se lo llama al día siguiente para preguntarle si lo está haciendo y se le transmite la importancia de verlo antes del próximo encuentro. Algo que podría haber sucedido es que cuando la persona llegó a su casa, la hayan des- animado. Ante el boicot familiar, la gente se siente avergonzada para enfrentar a quien lo invitó y, por lo general, no cuenta lo que le pasó. Lo que decide hacer es "no atender más el teléfono". Si eso pasara hay que llamarlo desde un número telefónico desconocido por él, y si atiende, intentar que cuente lo ocurrido. En ese llamado hay que decirle que no se lo quiere convencer de nada, y que sólo inte- resa que vea el material enviado, ya que, aunque no ingrese al Negocio, le servirá para la vida en general. También se le puede ofrecer otra entrevista con su línea ascendente y/o Coordinador. Hay que tener en cuenta que este llamado es "muy especial", ya que se está hablando con alguien que se resistía a contestar. La función del Dip es revertir esa situación en pocos minutos. Otra cosa que podría suceder, es que la persona esté interesada en saber cuánto dinero debe invertir. Si ese fuera el caso, se le propone encontrarse para conversar sobre el tema. A veces pasa que la gente está interesada, pero, por cuestiones personales, no puede ingresar en forma inmediata. Esa persona se convierte en un "Luego". Durante ese periodo de espera, es aconsejable enviarle material para que siga conec- tado con uno y con la propuesta.

A los que son un "Luego" en el Negocio, también se los invita a los siguientes eventos:

- Reuniones de equipo de liderazgo de los días lunes y jueves .
- Reuniones de equipo de la coordinación.
- Reuniones de equipo del DC.
- Jornadas de Reconocimientos de la Empresa, como la del hotel Hilton.
  - Seminario internacional (en el caso que el Dip haya calificado para 2 entradas y piense que el invitado tiene un excelente perfil).
  - Talleres mensuales de capacitación (específicos para invitados).
  - Fiesta de fin de año.
  - Jornada Motivacional.
  - Convención de Liderazgo.

Es fundamental acompañar al invitado a cualquiera de estos eventos. **Nunca hay que dejarlo solo.** Muchas personas ingresaron al Negocio seis meses o un año después de haber escuchado la propuesta comercial. Hacer un seguimiento profesional a aquellos que son un "Luego" aumenta las posibilidades de que el invitado se convierta en un "Ahora" y como consecuencia en un ingreso.



**“Si no trabajas por tus sueños,  
alguien te contratará para que  
trabajes por los suyos” Steve Jobs**

## SÉPTIMO PILAR: Patrocinio y Desarrollo

*"Para ser un gran líder hay que ser un buen seguidor" Aristóteles*

### Es necesario diferenciar "Patrocinar" de "Ingresar".

Patrocinar es acompañar al nuevo Distribuidor Junior en su crecimiento.

Implica guiarlo y contenerlo hasta que alcance la autonomía necesaria para realizar su actividad con éxito y ser un agente de duplicación (ver Pilar 8).

Es importante establecer un vínculo de mucha confianza con el Patrocinado y que entienda que el objetivo principal es que él tenga resultados. Para eso se le brindarán todos los conocimientos, se le ayudará a establecer objetivos y a armar un plan de acción para el logro de esas metas. Conocer el motivo por el cual entró a la Empresa ayudará mucho en el momento de guiarlo. Hay gente que ingresa para mantener a su familia, otros, para desarrollar una carrera empresarial, seguramente invertirán más tiempo y se comprometerán más, mientras que hay estudiantes cuyo único objetivo es ganar dinero para sus salidas de

fin de semana. Saber cuál es su meta permitirá:

- Recordársela cada vez que pierda su entusiasmo.
- Motivarlo, inspirarlo y guiarlo para el logro de esta meta.

**Es importante que al ingresar sea agregado en el grupo de WhatsApp de su línea ascendente.**

**4** -Tener un encuentro y conversar sobre todo el material estudiado. Debemos asegurarnos que lo entendió y responder las preguntas que le puedan surgir. Al despedirnos le indicamos que estudien los primeros 2 pilares de este manual, y los puntos 4 y 5 del Nivel 1 del Nuevo Dip. Deberá traer para el próximo encuentro el Listado de Sueños. **5** - En la entrevista se trabaja sobre los Sueños del Nuevo Dip y se chequea y refuerza su compromiso con el Negocio. Al despedirnos le damos como tarea estudiar:

- Los Pilares 3 y 4 del Manual
- Los videos de los puntos 6, 7 y 8 del Nivel 1 del Nuevo Dip

**6** - Se le explica que **la gente es la materia prima de este Negocio** y que, así como un comerciante no puede abrir su negocio sin mercadería, nuestra actividad no se puede comenzar sin un listado de muchas personas. Es por eso que para la próxima entrevista deberá traer un completo listado de contactos. En la pág. 31 hay un modelo que ayuda a confeccionar el Banco de Nombres. **7** - Si el listado es muy pequeño, insistir en la importancia de ampliarlo. La pregunta es... Sugerir que busque contactos en todas sus redes sociales. Si el listado es amplio, dividimos los contactos para Demostración y para Invitación. El El DJ escucha y aprende. Es muy importante que en la etapa inicial se comparta el Negocio a su círculo más íntimo. Recordar la frase de Multinivel: **"Dale a la persona algo para perder"**. Tené en cuenta que para poder realizar un Seguimiento Profesional a los Invitados del Nuevo Dip, es necesario enseñarle a cargar la Tarjeta de Invitación desde el Autoconsulta de MI PSA. Muchos Distribuidores sienten miedo en los comienzos y piensan en dejar la actividad. Sin embargo, está comprobado que los que ya tienen Red, deciden continuar para no perder esos patrocinios. El DJ continúa estudiando los temas restantes del Nivel 1. **8** - En la entrevista posterior a la que la persona vió y estudió el Punto 7 del Nivel 1 (llamados telefónicos) se hace un Roll Play para que el nuevo Dip practique los diferentes tipos de llamados. Esto se repite cuantas veces sea necesario hasta confirmar que

**Es importante que el nuevo DIP no llame solo**

**9-** Después que el nuevo Dip estudió la Demo-Pack Virtual y/o Presencial se reúne con su DC y/o Coordinador para hacer un Roll Play sobre la Demo. En caso de que sea evidente que no la domina, se interrumpe la reunión y se indican todas las **áreas a mejorar**, practicando con él una y otra vez. Probablemente el chequeo de la Demo-Pack lleve más de una entrevista. Serán necesario para hacer una Demo Pack solo.

**10-** Durante este período de estudio el nuevo Dip acompaña al Patrocinante a sus Demos, aclarándole que debe permanecer callado durante las mismas. Este mismo método se desarrolla con los temas: Referidos, Lista de Difusión, Canje, Objeciones en el Cierre de Venta etc. El nuevo Dip debe comprender que está en un Proceso de Aprendizaje y que no debe sentirse mal con las observaciones. Hay que ser muy cuidadoso al hacerlas para que no se desmotive. Recordar que siempre las correcciones deben ser precedidas por un elogio.

**Los elogios se hacen en público,  
mientras que las correcciones en privado**

**11-** Mientras se hace el Seguimiento e Ingresos de los invitados de este Dip y se completa el Nivel 1, **Comienza la Acción.**

**Una vez pactadas las Demos, se procederá de dos formas posibles:**

- 1.Presencial: El patrocinante acompaña al nuevo Dip y le indica en el momento las áreas a mejorar.
- 2.Grabación: El nuevo Dip realiza la Demo solo y graba el audio. Luego, el patrocinante escucha la grabación y le da una devolución sobre las áreas a mejorar.

El patrocinante decidirá cuál de estas dos formas implementar. Si resulta evidente que el nuevo Dip aún necesita mejorar, se le indicará estudiar más sobre técnicas de Demo-Cierre, negociación, etc., aprovechando los Talleres de Capacitación disponibles en la página web. Además de completar las capacitaciones básicas de la empresa, que son obligatorias para validar la categoría de Distribuidor, el nuevo Dip deberá finalizar el Sistema de Formación del equipo de Alroca Group, compuesto por el Manual, "Go Pro" y los 3 niveles del Nuevo Dip. Aquellos que completen sus capacitaciones a través del Campus RP deberán tener en cuenta que cada módulo es importante verlo

Finalizados los siete módulos, el Nuevo Dip está habilitado para participar en las clases de Técnicas de Venta impartidas por el Lic. Daniel Molinari y en la Carrera de Desarrollo Empresarial. En esta etapa, también se recomienda realizar el Curso de Venta Profesional del equipo de Alroca Group. La clave de esta metodología es que el nuevo Dip realice su primera demostración después de haber completado el Nivel 1 del Nuevo Dip. Esto le proporcionará los conocimientos necesarios y aumentará su confianza en el producto de Royal Prestige. El material estudiado ayuda al nuevo Dip a mantener una actitud positiva y a desarrollar su tolerancia a la frustración, algo fundamental en caso de enfrentar cierres de venta negativos.

**Este Negocio es un 90% de actitud y sólo un 10% de técnica**

#### **PATROCINIO EFECTIVO**

Para que el patrocinio sea efectivo, hay que considerar las siguientes acciones:

- 1.Hablarle de su línea ascendente: Explicar la importancia del respeto hacia ella y la relevancia de asistir a las reuniones de equipo. Esto le permitirá reforzar su actitud, aprender de sus compañeros y, sobre todo, sentir pertenencia al equipo de Alroca Group.
- 2.Explicarle la importancia del trabajo en equipo: En este negocio, el crecimiento en soledad es muy limitado. Cuanto más confianza tenga en su patrocinante, coordinador y líder, mayores serán sus posibilidades de éxito.
- 3.Transmitirle la importancia de las herramientas: Estas incluyen el Manual, los recursos de Alroca Group (audios, videos, agenda, grupo de WhatsApp, página web) y los Zooms de lunes y jueves.
- 4.Trabajar con el carácter del nuevo Dip: Estimular el desarrollo de la paciencia y reducir la ansiedad. Es importante dejar en claro que, para crecer, deberá capacitarse y dejarse guiar solo por personas que ya han alcanzado resultados en el negocio. En esta actividad, se tiene el privilegio de aprender de la experiencia ajena.
- 5.Contenerlo frente a los "NO" que reciba: Explicarle que los "NO" son parte natural del negocio y que debe estar preparado para ellos.
- 6.Advertirle sobre el "radio pasillo": Hay personas que no están abiertas al cambio, evitan responsabilidades y se quejan constantemente. Es importante que aprenda a alejarse de individuos negativos para no afectar su estado de ánimo. La actitud positiva es una condición sine qua non para alcanzar el éxito en este negocio.
- 7.Explicarle la importancia de asistir a las reuniones y eventos: El crecimiento requiere participar en las reuniones semanales, talleres mensuales de capacitación y eventos de la empresa y el equipo (Seminario de DC, Fiesta de Alroca Group, jornadas motivacionales, convención de liderazgo y eventos de reconocimiento en las diferentes sucursales).
- 8.Fomentar la lectura: Si aún no tiene el hábito, se le puede ayudar a empezarlo leyendo diez minutos al día. Cada semana puede aumentar el tiempo hasta llegar a media hora diaria. La lectura es clave para abrir la mente, fortalecer el carácter y desarrollar una actitud positiva.

*“Si queremos ganar dinero, trabajemos sobre la gente; si queremos ganar fortunas, trabajemos sobre nosotros”. Helios Herrera*

### **Hasta aquí se presentó todo lo que hay que transmitirle al nuevo DIP.**

Ahora se desarrollarán algunos puntos para tener en cuenta a la hora de patrocinar:

Debe tenerse una conducta íntegra. Si el patrocinado no confía en uno, el vínculo se romperá rápidamente. Recordar que la confianza se construye y no se daña. 2. Se requiere y se obtiene la misma energía y tiempo que pone él. Muchas veces el patrocinante quiere que él progrese y no se da cuenta de que el nuevo ingreso no está poniendo nada de su parte. Hay que comprometerse solo si él lo hace primero. 3. Ya fueron mencionados antes los “Ahora”, los “Luego” y los “Nunca”. Dedicarle más tiempo a los “Ahora” y, mientras los “Luego” esperan, seguir invitando y patrocinando a otras personas. 4. Escuchar siempre lo que el nuevo Dip dice, pero prestar más atención a lo que hace. Se puede utilizar la “Autoconsulta” de la web de la Empresa en la cual se pueden chequear sus invitados, sus ingresos, el puntaje, y si hizo las capacitaciones. 5. Ayudar más al que lo merece y no tanto al que lo necesita. A veces se comete el error de dejar a los “Ahora” que trabajen solos porque se arreglan y son autogestivos. Si el deseo es que el Negocio crezca, hay que dedicarle más tiempo a estos emprendedores, ya que entre su capacidad de acción y la formación que se les brindará, se convertirán en una de las duplicaciones en el Negocio. 6. Aprender a trabajar con las diferencias. 7. Trabajar con el que quiere trabajar (el que hace lo que hay que hacer) y no con el que “dice que quiere”. “Cuando uno no quiere, dos no pueden”. 8. Trabajar con estrategia. 9. Ser coherente entre lo que se piensa, siente, dice y hace. La coherencia es lo que permitirá ser ejemplo para los seguidores.

*“El ejemplo no es una forma de liderazgo, es la única”*

## **CÓMO ANULAR A UNA PERSONA**

El mayor daño que se le puede hacer a alguien es darle todo sin permitirle esforzarse. Si alguien busca anular a otra persona, solo tiene que evitarle cualquier esfuerzo, impedirle que trabaje, que enfrente problemas y que busque soluciones. Regalarle todo —desde la comida hasta las diversiones y cualquier cosa que desee— le niega la oportunidad de desarrollar sus capacidades, descubrir recursos internos y desplegar su creatividad. Cuando una persona recibe todo sin esfuerzo, comienza a perder su iniciativa y se vuelve perezosa, estancada, como un agua que se pudre por falta de movimiento. Los sistemas que, por “amor” o demagogia, acostumbran a las personas a recibir todo sin esfuerzo, las empobrecen profundamente. Es una de las caras de la miseria humana: la falta de iniciativa y el desperdicio de talentos y capacidades que poseen la mayoría de los seres humanos. Quien ha recibido todo como un regalo a menudo asume el rol de víctima, quejándose constantemente. Se convence de que los demás tienen la obligación de ponerle todo en las manos y, además, considera indeseable esforzarse en un trabajo digno. Es muy difícil que alguien acostumbrado a recibirlo todo de forma gratuita desee convertirse en alguien útil para sí mismo. Tiende a creer que su bienestar depende de los otros, y cuando esa ayuda no llega, culpa a quienes no la ofrecen, pero no por haberlo anulado como persona, sino simplemente por no darle más. Solo los sistemas más despóticos impiden que las personas desarrollen plenamente sus capacidades y potencialidades, usando esta dependencia como una forma de control. Esto no quiere decir que la caridad temporal y la ayuda en momentos críticos no sean necesarias; sin embargo, el desarrollo personal requiere esfuerzo y responsabilidad, elementos esenciales para el crecimiento humano y la autosuficiencia.

***Autora: Ana Cristina Aristizábal Uribe***

# MI PRIMER CÍRCULO

Clase de Ruth Greber basada en el libro

*"Haciendo que el Primer Círculo funcione" de Randy Gage*

Royal Prestige: Un Negocio de Personas y Duplicación

Royal Prestige se fundamenta en la duplicación (ver Octavo Pilar pág. 110). Todo lo que hacemos se replica, y los nuevos DIPs (Distribuidores Independientes) tienen el gran privilegio de contar con modelos a seguir. Su misión es simple pero poderosa: incorporar conocimientos, aprender, enseñar, delegar y chequear.

En Royal Prestige, los distribuidores no solo venden productos, sino que también inspiran y guían a otros. La clave está en aprender de la experiencia de quienes ya tienen resultados, seguir su ejemplo y luego compartir esos conocimientos con otros, asegurando así la continuidad y el crecimiento del equipo

Está estudiado que se duplica el 90 % de las cosas malas y solamente el 40 o 50 % de las cosas buenas. Esto hace que deba ser sumamente cuidadoso en mis comportamientos a la hora de liderar. Por ejemplo: - Si hago comentarios negativos de quienes no están presentes, estoy educando a todo el equipo a hacer lo mismo. - Si duermo hasta el mediodía, tendré un equipo perezoso. - Si contesto las llamadas o mensajes un día después, todos los integrantes harán lo mismo, el equipo tendrá una comunicación pobre y, como consecuencia, un bajo rendimiento. - Si no continúo capacitándome, el equipo tampoco lo hará.

Por lo tanto, es muy importante que seamos íntegros y coherentes ya que todo lo que hagamos se va a duplicar. Al igual que en la relación entre padres e hijos, los Distribuidores no hacen lo que les decimos que hagan sino que hacen lo que nosotros hacemos. Si queremos tener un equipo altamente productivo debemos estar muy comprometidos y ser responsables, serios, profesionales y entusiastas.

## Jefe vs. Líder

En esta actividad, no somos jefes, somos líderes. ¿Cuál es la diferencia entre jefe y líder?

### Resumen

#### Características de un Jefe

- Da órdenes e inspira miedo
- Dice "yo" y "hagan", tiene empleados
- Éxito individual y toma decisiones solo

#### Características de un Líder

- Dice "nosotros" y "hagamos", tiene un equipo de trabajo
- Éxito del equipo y decisiones consensuadas
- Desarrolla a la gente y reconoce habilidades

La autoridad del Jefe es dada por el rol que ocupa: si alguien no lo obedece, es despedido. Por el contrario, en el liderazgo, la autoridad y el respeto hay que ganárselos. Por eso, es mucho más difícil ser un buen líder que ser un buen jefe. Además, para liderar a otras personas tendrás que liderarte primero a vos mismo.

## Los que lideramos, ¿cómo ganamos el respeto de la gente?

A través de lo que somos y de lo que hacemos. Las dos cosas son igualmente importantes. La coherencia entre lo que somos, pensamos, decimos y hacemos es lo que inspira al Equipo.

En resumen, podemos decir que el líder en Royal Prestige motiva, acompaña, contiene, escucha, guía, educa, entrena, detecta habilidades y ayuda a desarrollarlas y potenciarlas. ¡Cuántas responsabilidades!

Randy Gage dice: "En el multinivel, las personas no trabajan para nosotros, trabajan para ellas mismas. Pero lo que hacen tiene impacto en nuestras ganancias y en nuestros resultados". Llevo 25 años desarrollando este negocio y estoy convencida de que el verdadero éxito radica en ver cómo las personas mejoran su nivel y calidad de vida, ganan dinero y alcanzan sus sueños: ya sea mudarse, comprar un auto nuevo, disfrutar de vacaciones, o proporcionar una mejor educación para sus hijos.

Esta es la esencia de un negocio de duplicación: no solo generar ingresos, sino también crear una red de personas que se desarrollan y alcanzan sus propias metas.

*"Uno no hace crecer a la Red. Uno guía a las personas de su equipo para crecer y son ellos los que hacen crecer a la Red" Randy Gage*

## Primero probamos el camino

Un líder no puede pensar en voz alta. Primero debe probar el camino, evaluar si funciona y sólo después, compartir la idea con el Equipo. Alroca Group, las nuevas ideas las conversamos primero entre los integrantes del Cuerpo de Liderazgo. Una vez que hay un consenso y estamos todos de acuerdo, lo transmitimos al Equipo.

## Mi Primer Círculo

Randy Gage dice que cuando el Primer Círculo funciona, comienza la verdadera duplicación. ALROCA GROUP cumplimos perfectamente con lo que dicen todos los libros de Marketing de Redes: "Si conseguís cinco personas con tu mismo nivel de compromiso, el negocio empieza a funcionar solo".

$1 + 1 = 2$

$1 + 1 = 4$

En nuestro Equipo, hay sentido de pertenencia, unión, solidaridad y mucha contención. Nadie está solo. Las Águilas somos marca registrada dentro de PSA. Cuando tenemos logros importantes, hay alegría compartida en todos los integrantes y en los directivos de la Empresa. Se multiplican los saludos y arden las redes sociales con mensajes de felicitación y aliento.

### La capacitación

La capacitación es fundamental si querés tener éxito en este Negocio.

Debés asistir a:

- Capacitaciones básicas y especiales (presenciales y/o virtuales).
- Reuniones de Equipo.
- Jornadas de reconocimiento de la Empresa y del Equipo.
- Capacitación internacional.
- Talleres de Capacitación
- Jornada Motivacional
- Convención de Liderazgo
- Lecturas, audios y videos recomendados.

### El ritmo de trabajo.

Es muy importante el ritmo de trabajo porque estamos en un negocio independiente. En esta actividad, la ganancia es directamente proporcional al esfuerzo realizado. No sucede lo mismo cuando se trabaja en relación de dependencia; el sueldo es el mismo, aún trabajando mucho o poco.

**Trabajás poco, ganarás poco. Trabajás mucho, ganarás mucho.**

El líder crea un ritmo de trabajo y el Equipo se mueve a la velocidad del líder. Hay algunos equipos cuya cultura es "la ley del menor esfuerzo". En Alroca Group creemos que hay que trabajar **TODOS LOS DÍAS**.

- Todos los días damos PN.
- Todos los días hacemos llamados.
- Todos los días hacemos Demos.
- Todos los días invitamos.
- Todos los días patrocinamos.

**Creemos en el ritmo de trabajo de... "TODOS LOS DÍAS" hacer lo que hay que hacer.**

### Bonus

En Alroca Group, creemos totalmente en los beneficios de ganar los diferentes Bonus: el Bonus Patrocinio del Distribuidor y los dos Bonus de los Distribuidores Calificados (DC): Creciendo y Desarrollo. Si sos DC y tenés 3 nuevos ingresos por mes en tu Organización, tendrás 36 incorporaciones por año. Probablemente, de esos 36 ingresos surjan las 5 perlas que necesitás para desarrollar exitosamente este Negocio.

### Estar alineados

La cultura de Alroca Group dice: Es muy importante estar alineado a La Empresa, al Equipo y a la línea ascendente, para progresar en este Negocio. Las críticas se comparten solamente con la línea ascendente. Si se comparten con la línea descendente, se duplica esta actitud y cuando el Equipo está ocupado en criticar, pierde su tiempo. Cuando alguien del Equipo viene con un chisme sobre otra persona, inmediatamente parás el chisme. Podés también preguntarle: "¿En qué le suma a tu Negocio que yo sepa esto que me venís a contar?". Si querés desarrollar un negocio verdadero que se sostenga en el tiempo, debés desterrar la crítica y la queja y enfocarte únicamente en las acciones productivas, que son las que te llevarán al logro de las metas. Ahora bien, si querés hacer de este Negocio un club social donde todos hablan de todos, eso es otra cosa. La crítica es la prueba más segura de que estás encaminado al éxito. Hay una única forma de evitarla. Dijo Napoleón Hill:

**"No sea nada y no haga nada. Consiga un trabajo de barrendero y mate su ambición. Esta receta nunca falla". Napoleón Hill**

### Los valores

Me enorgullece decir que estamos en una Empresa y en un Equipo que se rigen por valores. Los valores de Royal Prestige son: Confianza, Respeto por las personas, Innovación, Profesionalismo, Compromiso con la satisfacción del cliente. Los valores de Alroca Group son: Compromiso, Integridad, Pasión, Confianza, Coherencia, Unión, Comunicación, Reconocimiento y Trabajo en Equipo.

## El poder de la mente

Hay que aprender a manejar el poder de la mente.

Si antes de salir a la calle uno piensa que le va a ir mal, es muy probable que así suceda.

*“Tanto si piensas que puedes como si piensas que no puedes, estás en lo cierto” Henry Ford*

Si cada mañana antes de salir escucho las noticias en las que solo se habla de robos, muertes, secuestros, etc., ¿cómo se hace para obtener resultados positivos con tanta negatividad? Es muy difícil. En cambio, si antes de ir a trabajar escucho o leo algo motivacional, estaré en sintonía positiva y podré contrarrestar el negativismo que se me presente durante el día.

Leer libros y escuchar audios a la mañana fortalecerá mi actitud y me permitirá ser portador de luz y esperanza.

## Creencias negativas

Los líderes debemos ser expertos en transformar las creencias negativas en positivas.

Analícemos las siguientes situaciones que son frecuentes en este Negocio:

- Los invitados me fallaron.
- Tuve 3 ingresos y los 3 dejaron el Negocio.
- Hice 30 llamados y no logré invitados ni Demos.
- Hice 4 Demos y no vendí nada.

### En teoría, son episodios negativos. ¿Tienen algún lado positivo? ¿Cuál?

- Adquirir experiencia.
  - Desarrollar la perseverancia. “Hay que ser perseverante con la perseverancia” (Jim Rohn).
  - Desarrollar la fortaleza de carácter. Ésta no se logra cuando todo va bien y no hay adversidades que sortear. Hay muchísimas historias de hijos que han destruido las empresas heredadas de sus padres. Ellos no participaron de la creación en la Empresa. No enfrentaron dificultades ni tampoco se esforzaron para construirla. Recibieron todo servido. Esta realidad hizo que no tuvieran la posibilidad de desarrollar la fortaleza de carácter y la perseverancia.
- A medida que se superan situaciones difíciles la fortaleza de carácter se hace más sólida. Si no soportás el NO en la Demo y en el desarrollo de la organización, será muy difícil que puedas hacer este Negocio.

### Veamos otras situaciones que, teóricamente, son negativas:

- Me quedé sin trabajo. ¿Cuál es el lado positivo? La persona estará abierta a escuchar nuestra propuesta comercial.
- Tuve en mi vida muchísimos problemas personales. El lado positivo de esta situación es que tendrás muchas más herramientas a la hora de liderar a tu equipo. Todos esos problemas te fueron dando experiencia, sabiduría, aplomo y paciencia. Cuando alguien de tu equipo te cuente sus problemas, podrás comprenderlo y será más fácil ponerte en su lugar. Esto permitirá afianzar el vínculo con tu Distribuidor.

## Pasarla bien

Para tener éxito en este Negocio es muy importante pasarla bien, no padecerlo. A lo largo de mi carrera escuché a muchos DIPs decir: “¡Uy, tengo que hacer una Demo! ¡Ay, tengo que hacer llamados! ¡Uh, tengo que estar con un invitado!”. Estas frases reflejan insatisfacción y malestar. Cuando disfrutamos del Negocio, decimos: “Conseguí una Demo”, “Voy a recibir invitados”. Rafael Ayala dice que uno de los objetivos del lenguaje es diagnosticar la realidad. Si queremos ser proactivos tenemos que cambiar el “Tengo que hacer...” por el “Voy a hacer...”. Es importante disfrutar de la tarea cotidiana ya que renueva nuestro entusiasmo.

## Continuidad

Muchos Coordinadores llevan más años en el Negocio. La mayoría del Cuerpo de Liderazgo (a excepción de las nuevas camadas) tienen más de 10 años en La Empresa. Esto habla de que hay permanencia. No es un Negocio de rotación donde la gente comienza y luego desiste. Alroca Group y en RP hay continuidad. Permanecer mucho tiempo en un negocio te da seriedad profesional. Hace muchos años le pedí a un directivo de la Empresa que entrevistara a una persona que me había impactado por su carisma y sus cualidades. Era experto en multinivel y lideraba un equipo muy numeroso. Luego de la entrevista, el directivo me dijo: “Esta persona cambió de actividad cada dos años. No me parece una persona seria”. En ese mismo instante aprendí una lección: “Permanecer mucho tiempo en una misma actividad da seriedad profesional”.

En RP permanecemos porque la Empresa nos da todas las herramientas que necesitamos para potenciar nuestros recursos y desarrollar nuevas habilidades. Los integrantes de nuestro Equipo hablan con un vocabulario más amplio del que tenían cuando ingresaron. Muchos de ellos dictan clases en la actualidad, a pesar que eran muy tímidos cuando ingresaron al Negocio.

## ¿Cómo hacer para mantener siempre una mente positiva?

Si estoy todo el tiempo juntándome con gente negativa lo más probable es que me convierta en una persona negativa.

Así como el tiempo es dinero, la energía también lo es. Pasar largas horas con gente que se burla y critica nuestra actividad nos roba energía.

¿Alguna vez caminaste por la calle tirando billetes?

Esta pregunta suena muy ridícula. Sin embargo, ¿por qué derrochamos y malgastamos nuestra energía?

Para tener éxito en el Negocio, debes cuidar mucho tu energía y tu actitud.

**Los libros que leas, los videos que veas, los audios que escuches y las personas con quienes te juntes, determinarán la persona que serás.**

## Programa de autodesarrollo

Hay que tener un programa estructurado de autodesarrollo. Esto debe incluir el hábito de 30 minutos diarios (como mínimo) en casa, en el auto o en el colectivo de:

- leer libros recomendados.
- escuchar audios.
- ver videos.

El programa de autodesarrollo es fundamental para lograr crecer en actitud y carácter. Cuando alguien te pregunte si seguirás "con ese tema de los cañitos, los termitos, etc.", podrás responder muy seguro: "Con mucha honra, sigo con este Negocio. No estoy con los termitos, estoy desarrollando el Marketing de Redes. ¿Sabés de qué se trata?". La seguridad y la postura para tener este tipo de respuestas, se adquiere con el programa estructurado de autodesarrollo.

## Recursos de autodesarrollo ■ herramientas de entrenamiento

Las herramientas de entrenamiento son iguales para todos los DIPs. Ellas son: reuniones para hacer llamados, talleres de lectura, acompañar a tu patrocinante para ver Demos, presenciar PN y cierres de entrevista de tu línea ascendente. Los recursos de autodesarrollo son los que usamos para nuestro crecimiento personal. Varían según las necesidades de cada persona. Hay DIPs que necesitan elevar su autoestima. Otros, mejorar habilidades de comunicación. Otros necesitan aprender a organizarse y administrar su tiempo. El asesoramiento del patrocinante o de la línea ascendente es fundamental para que el nuevo DIP sepa qué libro leer o audio escuchar, según el área a mejorar.

## Expectativas

Es muy importante contarle a nuestro patrocinado, cuál es nuestra expectativa respecto a él. Cuando la persona lo sabe se siente más segura, gratificada y puede contribuir con entusiasmo a cumplir la meta.

## ¿Qué es lo opuesto al éxito?

Lo opuesto al éxito es el conformismo y la mediocridad. Hay personas que se conforman con lo que tienen y no quieren progresar. Camilo Cruz dice: "Si no estás dispuesto a pagar el precio del éxito, vas a pagar un precio mayor, el del fracaso". Muchas veces pensamos que lo opuesto al éxito es el fracaso. Sin embargo, debemos saber que los fracasos son parte del éxito. "No fracasa el que falla, sino el que abandona". Muchos DIPs, al ver el esfuerzo inicial que hay que hacer, dicen "es mucho para mí" y deciden abandonar. Son esas personas que viven "probando y dejando" todo el tiempo.

## ROYAL PRESTIGE es para todo el mundo, pero no todo el mundo es para ROYAL

**PRESTIGE.** Si querés ser exitoso en este Negocio, debés ser perseverante, tolerar las adversidades y saber que nada en la vida se logra de la noche a la mañana. El éxito es un proceso gradual y paulatino.



## El Bambú Japonés

*El Bambú Japonés es un árbol muy curioso. Durante el primer año, lo regamos, abonamos la tierra, lo cuidamos y nada ocurre. El segundo año tampoco ocurre nada. Así pasan el tercer año, el cuarto, el quinto, el sexto y... nada sucede. En el séptimo año, durante 6 semanas, este árbol alcanza los 36 metros de altura. Surge la pregunta: ¿Cuánto le llevó crecer al Bambú Japonés? ¿Seis semanas o siete años y seis semanas? Dicen los biólogos que durante todos esos años de aparente inactividad, se estaba generando un complejo y sólido sistema de raíces que pudiera soportar ese crecimiento tan abrupto. Esto mismo ocurre con todos nosotros cuando estamos haciendo todo lo que hay que hacer y aún no vemos resultados. En definitiva, estamos creciendo interiormente. Nos estamos fortaleciendo para que cuando, de repente, tengamos un gran crecimiento en la Red, estemos preparados para liderar y guiar a esas personas. El triunfo no es más que el resultado de un proceso. Si fracasás en el proceso y te detenés a analizar cuáles fueron las causas que te llevaron a equivocarte, podés volver a empezar, desde otro lugar, con más seguridad, postura y fortaleza de carácter.*

**Lo más maravilloso de este Negocio, es que siempre podemos volver a empezar.**

## ¿Qué es aquello que nos permite persistir ante la adversidad, enfrentar los miedos y seguir adelante, aun cuando estamos pasando momentos muy difíciles?

**Los sueños. Leer Primer Pilar (Pág. 22).** Hay una frase muy conocida que dice "Murió a los 40 y lo enterraron a los 70". ¿Qué ocurrió en esos últimos 30 años? En ese período, la persona dejó de tener proyectos, dejó de soñar. Mucha gente se enferma por no tener un proyecto de vida. La sociedad le dice que no sirve más. Se siente viejo cuando no lo es. En la actualidad, la experiencia de los mayores no es valorada. Cuando yo era chica e íbamos de visita a una casa, los cuadros que se veían colgados en la pared eran los de los abuelos. Ellos simbolizaban conocimiento, experiencia y autoridad. Contrario a esto, en la actualidad, en la mayoría de los hogares están las fotos de los hijos y nietos. En nuestro Negocio, las personas mayores son tan protagonistas como los jóvenes. La experiencia de los mayores, sumada al entusiasmo de los jóvenes, enriquecen nuestra actividad. RP nos permite cambiar la vida de la gente. Cuando hablamos con una persona que está deprimida y angustiada por haber quedado afuera del mercado laboral, podemos decirle: "Acá podés hacer, vos aún servís, vos tenés mucho para dar".

## ¿Cómo hacemos para que nuestro sueño se convierta en realidad?

**1.** Lo convertimos en una meta, poniéndole fecha. **2.** Armamos un plan de acción, asegurándonos que cada paso que damos, nos esté conduciendo en dirección al logro de la misma. **3.** Visualizamos el sueño como si ya lo tuviésemos. Por ejemplo, si me quiero mudar, inicio la búsqueda hasta encontrar la casa/departamento que me gusta. A partir de ese momento, me visualizo todos los días entrando a esa casa y pasando largas horas en ella.

**La visualización es importante pero no es suficiente. La fecha y el plan de acción son fundamentales, si querés que un sueño se convierta en realidad.**

## Ladrones de sueños

Son aquellas personas que te dicen "Siempre estás soñando. ¡Baja a la realidad!". La gente no comprende los sueños porque son intangibles. A diferencia del producto, que es palpable y se puede ver, la Red es intangible. Muchas veces decimos que el purificador se vende solo. Basta con ver la demostración de la OTO para que muchos decidan adquirirlo. Algo muy diferente ocurre cuando hablamos de la Red. Debés estar muy preparado, seguro y ser convincente a la hora de explicar el Negocio. Con frecuencia ocurre que un conocido ingresa con otro Distribuidor, porque éste le supo mostrar mejor el Negocio. Mucha gente le teme a la actividad independiente y necesita la seguridad de un sueldo fijo. Al verte involucrado en ella, sienten que sos el dedo acusador de lo que no se animan a hacer. Es por eso, que se empeñan en boicotearte para que te rindas y renuncies a la actividad.

**Nuestro gran desafío es hacer oídos sordos a todos los ladrones de sueños, ya que sus palabras nos hacen muchísimo daño y nos desenfocan del Negocio.**

## Resumen

### Importancia de metas claras en RP

- Diferenciar entre ideas y metas es crucial; deben ser claras y precisas.
- Camilo Cruz afirma que "Metas borrosas generan resultados borrosos".

### Ejemplos de metas claras vs. borrosas

- Metas borrosas: Invitar a mucha gente, trabajar mucho, hacer muchas demos.
- Metas claras: Invitar a 20 personas, trabajar 6 horas diarias, hacer 4 demos semanales.

**"El dolor de la disciplina es más fácil de soportar que el dolor del lamento" Randy Gage**

## Estar dispuestos a pagar el precio

Si queremos tener éxito en el Negocio, tenemos que estar dispuestos a pagar el precio. Hay que saber tolerar el NO, porque después de muchos NO, viene el SÍ.

**Ley de los Promedios: "Hay que hacer, hacer, hacer y los promedios se encargarán de los resultados".**

## El precio que tenemos que pagar es:

- La sensación incómoda que nos genera el NO.
- Trabajar mientras otros descansan.
- Escuchar las críticas de los demás.
- Leer 30 minutos todos los días para fortalecer nuestra mente y autoestima.
- Tener una pérdida temporal de la estima social en los comienzos de la actividad.
- Soportar el boicot de familiares y seres queridos.
- Poner mucha expectativa, dedicar mucho tiempo a un DIP y que éste abandone la actividad o no se desarrolle.

Cuando no tengas ganas de levantarte a la mañana, de ir a una reunión de equipo, de hacer llamados, contactar e invitar, pensá en tu sueño. Lo único que te va a ayudar a seguir adelante, a pesar del cansancio, desgano, pereza, malestar y del miedo al ridículo, es mantener vivo tu sueño.

**“Los grandes éxitos, al principio, fueron sueños”. Anónimo**

### Hacer lo correcto

Si queremos tener éxito en este Negocio, es importante hacer lo correcto. Ayudar mucho a un patrocinado no te habilita a hacer una acción incorrecta, ya que ella borraría todo lo bueno que hiciste.

Hacer lo incorrecto te llevará a:

- Que todo tu equipo lo haga, porque el 90% de las cosas malas se duplican.
- Que tu equipo deje de confiar en vos.
- La confianza es el pegamento que une a todas las relaciones, es lo más importante en el negocio de redes.

Hoy, después de 3 años en RP, puedo afirmar que tengo libertad financiera y un Equipo de 50 personas. Sin embargo, lo más valioso que tengo es la CONFIANZA que Alroca Group depositan día a día en mí.

**“No le hagas al otro lo que no te gusta que te hagan a vos” Confucio**

### Usuarios de nuestros productos

Para ser exitosos en el Negocio, tenemos que ser usuarios de todos los productos. Muchos DIPs poseen en sus hogares únicamente el purificador de agua. Tenemos el privilegio de contar con una amplia gama de productos.

### ¿Qué hacer con quienes sólo quieren dedicarse a la venta de productos?

El multinivel es “muchas gente moviendo pocos productos”. Hay personas que solo querrán dedicarse a la venta de purificadores y hay otros que querrán desarrollar verdaderamente el Negocio. Todos son bienvenidos en Alroca group y todos pueden participar y venir a las reuniones de equipo. La diferencia radica en el tiempo y la energía que le dedicaré como patrocinante o líder a unos y a otros.

### “Esto se hace en los ratos libres”.

Escuché decir estas palabras a muchos Distribuidores en todos estos años. Esta frase es un MITO. Si quiero lograr resultados positivos, debo dedicarle tiempo al Negocio. Muchas personas ingresan a RP mientras siguen con sus trabajos de 8 hs diarias. A esta gente, se le pregunta si está dispuesta a capacitarse y a renunciar a tener “tiempo con su familia” durante los fines de semana, ya que, en esos días, deberá ver videos, escuchar audios y acompañar o ser acompañado por su patrocinante a una Demo. Si tiene la decisión y la voluntad de capacitarse, será bienvenido al Negocio. Hay muchas formas de hacerlo, aun cuando no pueda asistir en la semana a las clases dictadas en La Empresa. Puede ir los sábados y/o capacitarse a través del RP CampusL. Cuando vea vendiendo algunos productos gana el mismo dinero que en su trabajo, estará preparado para dejarlo y dedicarse full time a RP.

### Estar ocupados o ser productivos

Muchas veces al trabajar en un clima de tanta amistad, cariño y solidaridad, se confunde el estar ocupados con el ser productivos. Ejemplo: hay gente que viene todos los días a La Empresa, toma cafecito, charla con otros DIPs y viene a las reuniones de equipo. Hay otras personas que están todo el tiempo haciendo planillas, ordenando la biblioteca, los cajones, organizando lo que van a hacer... Son personas ocupadas, pero no son productivas. Ser productivos es hacer actividades que te dejan dinero. En nuestro Negocio es vender el producto o vender la propuesta comercial. Ser

productivos es:

- Hacer Demos,
- Dar Presentaciones del Negocio
- Hacer seguimiento a los invitados
- Hacer reuniones de equipo
- Trabajar y guiar al equipo en forma permanente

Hay mucha gente que se pasa el día hablando de lo que va a hacer. Una de las frases que marcó mi liderazgo fue la siguiente:

**“No me digas lo que vas a hacer, contame lo que hiciste”**

### ¿Cuál es el secreto para que la semana sea productiva?

El secreto es organizarse y planificar. “Nadie planifica su fracaso pero todos fracasan si no planifican” (Benjamin Franklin).

Hay mucha gente que se resiste a planificar y le dice a su patrocinante: “Vos me dijiste que era un negocio independiente, no me molestes con esto”.

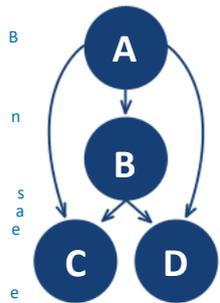
Es un negocio interdependiente por eso es imprescindible planificar si se quieren lograr objetivos. Es fundamental reunirse con el patrocinante al comenzar el mes para delinear las metas, un plan de acción y hacer un seguimiento semanal.

## La administración del tiempo

La diferencia entre los que ganan dinero y los que crean libertad financiera, radica en cómo unos y otros manejan el tiempo. La administración del tiempo es fundamental si se quiere desarrollar un negocio productivo.

### Cómo se construye una Red: ¿de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo?

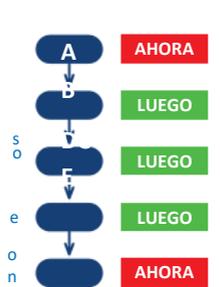
La Red se construye de abajo hacia arriba. Veamos este gráfico.



A ingresa a B, B ingresa rápidamente a C y a D. La idea es entrenar a B para que él pueda entrenar a C y a D. Puede ocurrir que B, C y D ingresen al mismo tiempo. En este caso, B es demasiado nuevo y no está capacitado para entrenar y guiar a C y a D. Entonces, A se ocupa también del patrocinio de C y D: se reúne con ellos, da PN a sus invitados y la condición es que B esté presente en todas esas actividades para seguir aprendiendo. Otra situación posible es que a B no le interese ir a las reuniones de equipo.

Si A trabaja con C y D y les muestra la importancia de estas reuniones, luego podrá decirle a B, "¿Sabés que C y D vendrán a la reunión de equipo?". Esto generará mayores posibilidades de que B se interese por participar de ellas.

Esto mismo lo podemos hacer en el caso de que B no quiera asistir a algún evento organizado por La Empresa o a la Convención de Liderazgo, organizada por el Equipo.



En este otro gráfico, A ingresa a B, éste a C, C a D y D a E. Son 5 DIPs en una misma línea. A y E son un "Ahora". B, C y D son un "Luego". ¿Qué hace A? Baja a la profundidad y trabaja con E, ya que un "Ahora" debe ser guiado por un "Ahora". Si es conducido por un "Luego", hay muchas posibilidades de que se convierta en un "Luego" y termine abandonando el Negocio. Toda persona que se dedica a la Red, debe desarrollar la habilidad de detectar talentos. Estos pueden encontrarse en muchos niveles de la profundidad.

Un ejemplo de esto son Fabio Ruderman, Gladys Cardarilli, Laura Del Bello, Rosa Romero, Ezequiel Muñoz y Natalia García Martínez. Trabajo con ellos como si fueran directos, a pesar de que entre ellos y yo, existen más de 10 DIPs.

Debemos dedicar todo nuestro tiempo a aquellos que son un "Ahora". Si querés tener éxito en el Negocio, tenés que preguntarte si sos un "Ahora", un "Luego" o un "Nunca". Si sos un "Ahora" en la Red tenés que reejarlo en tus acciones: invitar y dar PN todos los días. Si lo hacés, crecerá tu equipo y aumentará tu capacidad de conducción y liderazgo.

## ¿Dónde comienzo a desarrollar mi Negocio?

Muchos DIPs ingresan con el deseo de realizar la actividad en otra ciudad o en otro país. Es importante entender que, al principio, debemos desarrollar el Negocio en nuestro ámbito cotidiano para adquirir conocimientos, experiencia y seguridad. Transcurrido un tiempo, el cheque de Organización aumentará y estaremos preparados para afrontar los gastos de viaje, hotel y comida, que implica salir afuera.

Es importante armar con la línea ascendente un proyecto que sea viable, y que no fracase en la mitad por falta de previsión en su desarrollo.

### Ingresar no es lo mismo que patrocinar.

El patrocinio es una de las fortalezas de Las Águilas. Patrocinar significa guiar al nuevo Dip, acompañarlo y darle todas las herramientas que necesita para desarrollarse. También implica apoyarlo en la formación de su equipo. Una vez que el nuevo DIP está capacitado, empiezo nuevamente a hacer ingresos para seguir ampliando mi Red.

### Reuniones de equipo

Las reuniones de equipo son fundamentales. Tanto la reunión semanal del Liderazgo, la reunión de la Coordinación y la reunión de su DC. También se deberá reunir con su línea descendente. Muchos DIPs creen que tantas reuniones restan tiempo para la venta de productos. Sin embargo, analizando los listados, vemos que aquellas personas que tienen mejores resultados son las que asisten a estas reuniones. Este Negocio es un 90 % de actitud y solo un 10 % de técnica. Las reuniones de equipo deben ser productivas y brindar conocimientos, información, motivación y entusiasmo. No son reuniones sociales.

### Eventos locales y de traslado

Los eventos locales son aquellos que se desarrollan en la ciudad donde vive cada DIP: reuniones de equipo, capacitaciones, Jornadas de reconocimientos, visita del Coordinador/Líder. Los eventos de traslado son aquellos en los que el DIP debe viajar: Jornadas de Reconocimientos, Capacitación Internacional, Capacitaciones de DC y Coordinadores.

Alroca group contamos con tres eventos de traslado muy especiales: la Jornada Motivacional, la Fiesta de Fin de Año del Equipo y la Convención de Liderazgo.

### Los objetivos de esta última son los siguientes:

- Capacitación para el liderazgo.
- Construir creencias de prosperidad.
- Conectarse con el gran Negocio: la Red.
- Incentivar los Pases de categoría.
- Potenciar las habilidades para desarrollar el Negocio con mayor postura y seguridad.
- Intercambio con los Dips de otras ciudades y países.
- Realizar actividades vivenciales para lograr conectarse con el ser interior profundo.
- Crecimiento personal.
- Desarrollar sentido de pertenencia y una visión compartida del Equipo.

Los eventos de traslado son muy importantes porque, en ellos, se toman decisiones que pueden cambiar la vida. Muchos han decidido dejar sus trabajos y otros han decidido pasar de categoría, después de participar en alguno de estos eventos.

El resultado de los eventos de traslado es el crecimiento constante del Equipo: nuevos DC, nuevos Coordinadores, la superación de nuevos récords y formar parte de los primeros puestos en los rankings nacionales de La Empresa.

Hay un momento bisagra en el Negocio de la Red. Cuando un Coordinador o Líder tiene 100 personas que asisten a un evento de traslado, el equipo está preparado para funcionar sin él. El alto grado de compromiso de los integrantes del equipo hace que puedan funcionar sin la presencia permanente del Coordinador o Líder.

Cuando termina un evento, inmediatamente promocionamos el evento siguiente.

### Cómo hicimos el Negocio los pioneros.

Ingresé a Royal Prestige en 2020-1. Más de la mitad del Cuerpo de Liderazgo ha estado en la empresa desde antes del año 2021. Cuando comenzamos, no existían herramientas como el E-mail, WhatsApp, YouTube, la web de Royal Prestige, ni la web y app de Alroca Group. Tampoco teníamos celulares, tablets, Facebook o Instagram. En lugar de PowerPoints, usábamos láminas y fotocopias. Para transmitir un mensaje, había que hacer cientos de llamadas telefónicas.

La capacitación era muy distinta a la actual. Solo existían tres clases: "Productos", "Instalación" y "Aprendiendo el Negocio". No había clases como las actuales de "Técnicas de Venta" del Lic. Molinari, ni la Carrera de Desarrollo Empresarial, ni tantas otras capacitaciones, ya sea presenciales o en el Campus de Royal Prestige.

Hoy contamos con herramientas como WhatsApp, que nos permiten comunicar, motivar e informar. Es fundamental crear un grupo de WhatsApp con los integrantes de nuestro equipo y explicarles el uso que queremos darle. En este grupo, se habla de temas de trabajo (como "Hice una Demo" o "Concreté un Cierre"), se envía información, se hacen consultas, se aclaran dudas, se celebran logros y se comparten frases inspiradoras para mantener la motivación del equipo.

o videos motivacionales vinculados al Negocio. No se debe mezclar lo personal con el trabajo, porque genera distracción y desenfoque.

El Whatsapp es una herramienta muy poderosa de conducción, liderazgo y motivación. A veces nos dicen: "En la época de ustedes era más fácil hacer el Negocio". ¡No! En la actualidad, existe una cantidad de herramientas de tecnología y de comunicación que facilitan muchísimo el desarrollo de esta actividad. Nos permiten comunicarnos y motivarnos unos a otros.

A las nuevas generaciones quiero decirles: No hay excusas para hacer este Negocio si se quiere hacerlo. Si nosotros lo hicimos con tan pocos recursos, hoy con todas estas herramientas, ustedes tienen el Negocio en sus manos.

### Asesoramiento individual

El asesoramiento individual con tu línea ascendente es la mayor herramienta de crecimiento que existe en el Multinivel. Una cosa es leer libros sobre Marketing de Redes y otra muy diferente es hablar con una persona que tiene la experiencia de haber logrado la posición que querés alcanzar. En esta conversación se habla de temas puntuales y específicos acerca de la realidad de tu equipo.

### Algunos ejemplos de los temas que se tratan en este tipo de reuniones son los siguientes:

- Pases de categoría.
- Porcentajes de crecimiento.
- Ganadores de los diferentes Bonus.
- Efectividad entre invitados e ingresos.
- Dips que participan en los eventos.
- Seguimiento de los invitados.
- Análisis de cada integrante de la Red.
- Cómo organizar las reuniones de equipo.
- Estrategias de crecimiento.

Un tema fundamental en la conversación es hablar acerca de las áreas a mejorar, tanto en lo personal como en tu forma de liderar. En este asesoramiento, se toman acciones correctivas antes de que los errores empiecen a duplicarse. Los contenidos de este asesoramiento van cambiando en la medida en que vas creciendo en el Negocio.

### Cuando estás más avanzado, comenzás a tratar temas más complejos. Por ejemplo:

- Cómo hacer para renunciar a tu trabajo.
- Plan de acción para comprar un auto/mudarte.
- Proyectar viajes y vacaciones.
- Cómo invertir el dinero.



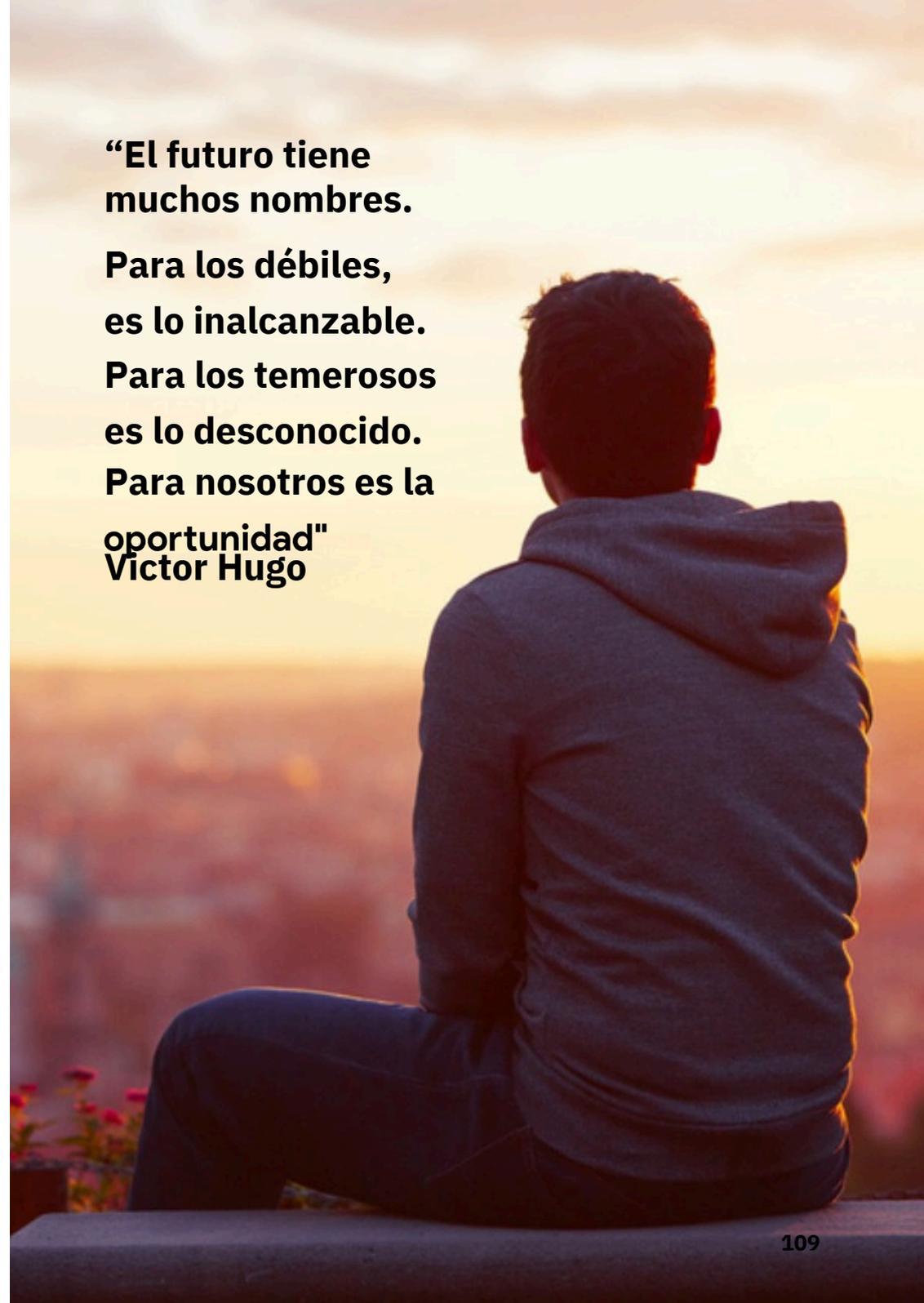
# REFLEXIÓN FINAL

Al reflexionar sobre mi camino en Royal Prestige, puedo decir con certeza que unirme a esta empresa fue la mejor decisión de mi vida. Fue mucho más que solo una oportunidad de negocio; me dio la oportunidad de transformar mi vida personal y profesional. Lo que comenzó como una decisión empresarial se convirtió en un viaje de crecimiento, aprendizaje y superación.

A través de Royal Prestige, he descubierto un sinfín de posibilidades, desde alcanzar metas económicas hasta mejorar mi calidad de vida y la de mi familia. La capacitación, el trabajo en equipo y, sobre todo, la mentalidad de duplicación, han sido clave en este proceso de cambio. Cada paso que he dado me ha acercado más a mis sueños, y lo más importante, he tenido el privilegio de ayudar a otros a lograr lo mismo.

Este negocio no solo me ha dado la libertad financiera que deseaba, sino también la oportunidad de vivir con propósito y contribuir a la vida de los demás de una manera significativa. Agradezco cada momento que he vivido en este camino, porque ha sido el que me ha permitido crecer como persona y alcanzar una vida que nunca imaginé. Sin lugar a dudas, Royal Prestige ha sido una oportunidad que cambió mi vida para siempre.

**“El futuro tiene  
muchos nombres.  
Para los débiles,  
es lo inalcanzable.  
Para los temerosos  
es lo desconocido.  
Para nosotros es la  
oportunidad”  
Victor Hugo**



## OCTAVO PILAR: Duplicación

*“La palabra convence, el ejemplo arrastra”*

### **La Duplicación es la base del Network Marketing.**

*Hay que enseñarle a la línea descendente a hacer exactamente lo que nosotros hacemos. Esto no funciona en el empleo tradicional. Si, por ej., tenemos un Negocio que vende tortas no le vamos a enseñar al empleado las recetas, ya que si lo hacemos, hay muchas posibilidades que con el tiempo, esta persona haga las mismas tortas, abra su propio Negocio y se convierta en nuestra competencia.*

*En el sistema Multinivel pasa todo lo contrario: le enseñamos al nuevo DIP todos los secretos de esta actividad, todo lo que debe decir y hacer para tener éxito. Si lo hacemos, se desarrollará, y si él crece nosotros crecemos como consecuencia.*

**El crecimiento de ellos es lo que nos llevará a nuestro propio crecimiento.**

*Es importante saber que en el Multinivel todo se duplica: lo bueno y lo malo. Si estamos todo el tiempo dando Presentaciones del Negocio, tendremos un Equipo que, en forma permanente también lo hará. Si somos personas que estamos todo el tiempo haciendo cosas, tendremos un Equipo activo y emprendedor. Si leemos y escuchamos audios, nuestro Equipo lo hará. Si somos entusiastas y apasionados, nuestro Equipo lo será. Si somos íntegros y coherentes (condición sine qua non para el liderazgo), nuestro Equipo lo será. Si somos realmente “Alroca Group”, tendremos un verdadero “EQUIPO ALROCA”.*

*El Equipo se mueve a la velocidad del líder.  
El Equipo no hace lo que le decimos que haga.  
El Equipo hace lo que nosotros hacemos.*

**“Es tan fuerte lo que hacés que no tengo tiempo de escuchar aquello que decís”.**

*Estar duplicado significa tener en el equipo personas que están tan comprometidas como nosotros. Sus conocimientos, sus deseos de triunfar y sus acciones están tan enfocadas como las nuestras.*

*Estar duplicado es lo más maravilloso que puede pasarnos en esta actividad. Cuando lo estamos, el trabajo se hace mucho más ágil y placentero. Ya tenemos personas en quienes delegar: ellos serán los puntales y pilares de nuestro Negocio. Se puede delegar tareas. Lo que nunca se puede delegar es la responsabilidad: cuando las cosas salen bien, el éxito es de todos; cuando las cosas salen mal, la responsabilidad es del líder. En el momento que tenemos varias duplicaciones no estamos sólo patrocinando personas, sino liderando a un gran Equipo.*

*Con 5 duplicaciones podremos tener un Equipo de miles de personas.*

*Liderar implica amar a la gente, implica entrega. Liderar implica tocar muchas vidas, tocar corazones y contribuir a que mucha gente pueda volver a soñar.*



**“Nunca hagas un  
trabajo donde no  
hayas puesto todo  
el corazón”**