

# El Éxito en 10 Pasos

Advertencia para Negocios en Casa: ¡No reviente como Pastel Quemado!



Donde Aprenderá Cómo Pensar;  
No Qué Pensar™  
*Michael Dlouhy*



# Mentoringforfree.com, Inc.

Michael Dlouhy

Michael Anderson

Dave Cones

Richard Dennis

¡Le deseamos el más grande éxito y el mejor uso de este Libro!

Se ha puesto mucho esfuerzo en este libro; su valor es incalculable.

# El Éxito en 10 Pasos

Advertencia para Negocios en Casa: ¡No reviente como Pastel Quemado!

## Introducción

Ninguna Buena Acción Se Salva del Castigo, Parte # 1 y Parte # 2

### 1. Gran Pesca para los Bateadores Fuertes

¿En qué se parecen tu pasado y Jimmy Hoffa? (¡La respuesta es obvia!)  
¿Piensas a veces que estás loco o loca? ¡Hey... Yo estuve en 100 Multiniveles!  
No podía darme cuenta que habían tantas cosas que yo no quería.  
Y las ovejas deben acostarse junto a los leones (Cierra tus ojos para que no te salpique la sangre.)  
Cómo ellos te roban sin tú darte cuenta.  
Mala Sangre en Grandes Compañías.  
¡Oh, Las Preguntas que escucho!  
Diabluras de las "Redes de Mercadeo."  
Por Qué nunca debes luchar contra un puerco.  
Nadando Estilo "Pecho" para cruzar el Canal Inglés.  
El Monje con Mandil de Laboratorio.  
Vudú en la economía de "Redes de Mercadeo."  
Ángeles de las "Redes de Mercadeo"... ¡OH!, ¡Ahjá! ¡Hay aún más diablos!  
¡La Mentira más estúpida que todos ellos te dicen!  
Locura del Mercadeo.  
¡También tu Espejo te miente!  
La oportunidad anda con pisada de gato (Los Fraudes golpean con Comba.)  
¿Qué significa Liderazgo Pentagramal?  
Aníbal Lecter Perdió su Oportunidad.  
Su Rancho era del tamaño del Estado de Rhode Island.

### 2. "Mira Profundamente, Profundamente, PROFUNDAMENTE a mis Ojos"

El tiempo de supervivencia de tu negocio es cerca a 45 minutos.  
Tu Mercado "Tibio" tiene Hielo en las Venas.  
Como obtener Poder y Habilidad de Permanecer en el Negocio.  
Pretendamos ser el Detective Sherlock Holmes.  
¡Impactante – El miembro de mi familia a quien voy a demostrar que sí soy bueno, y así estar a la par!  
¡Vamos! ¡Atrapa Algunas Balas de Cañón, Muchacho!  
Tu Cerebro no sirve ni para comida de perro (no te ofendas Fido)  
¡Ponte Serio!  
Alguna Gente me Cansa.  
¿Están tus panecillos cocidos?

### **3. Tremenda Sorpresa en la Investigación**

La Oportunidad usa nariz y bigotes postizos.  
¿Alguien quiere una "Patita de Conejo?"  
Como Atrapar Moscas.  
Entrega a tus Prospectos (Posibles Clientes o Asociados) una Mascota.  
El Hombre que causó el declive de IBM  
Tu Mejor y Más Barata Solución.  
Las Malas Nuevas.  
Las Buenas Nuevas.  
Decisiones "De Corazón" vs. Decisiones "De Cabeza."

### **4. Empápate de Conocimientos sobre Mercadeo de Multinivel**

Mercadeo de Multinivel NO es lo que ellos te dicen.  
La Daga en el Corazón.  
¿Tiene Aceite WD-40 tu bistec?  
Dos Formas de Evitar que tu Próxima Esposa te pida un "Acuerdo Pre-Nupcial Financiero."  
1978 – La Frase que puso mi vida "Boca Abajo."  
La Verdad Sincera acerca de "Redes de Mercadeo."  
El Juramento del Boy Scout.  
Mi Consejero y Maestro – El Mercader más brillante que conozco.  
¿Conserva tu Gente o Muere!  
La Única Persona a quien debes dedicar tu tiempo.

### **5. ¡Haz Lo Único que Importa!**

10 Errores que se cometen al Vender Hamburguesas.  
¿Tienes Una Tonelada de Tareas esta Noche!  
Invita al Chofer del Bus a Comer.  
Trabaja Inteligentemente – Tropieza.  
Toca las Fibras Más Delicadas de tus Prospectos (Posibles Clientes o Asociados.)  
Colores Para el Éxito.  
El Encuentro de Saddam Hussein con el Dr. Phil  
La Oportunidad Tiene Piernas Muy Largas.  
Un Concepto Que Cambió Mi Vida.  
¡Tú: Un Robot de Inter-Relaciones!

### **6. Los Prospectos (Posibles Clientes o Asociados) son como Una Caja de Chocolates**

La Lección de Charles Schultz.  
Anatomía de la Mente de un Prospecto (Posible Cliente o Asociado.)  
"Un Examen para Ti: "Piensa como Prospecto (Posible Clientes o Asociado.)"  
Habla como Ellos Hablan y Ve por donde Ellos Vayan.

## **7. Tu Negocio de Multinivel De la “Sopa” a los “Hechos.”**

Si deseas ser un Ganador, Levanta la Mano.  
La Octava Maravilla del Mundo.  
Los “Azules” Solo quieren estar Alegres y Divertirse.  
Algo Nada Cómico.  
La Máquina Humana Ganadora.  
Un Sistema que Funciona.

## **8. ¡Que te Cueste! Consigue y Mantén a tu Gente**

¡Bueno! Yo no soy ni Tom Cruise ni Elmer Fudd.  
El Lado Oscuro del Mercadeo de Multinivel.  
¡Y Qué!

## **9. Como Evaluar una Oportunidad**

Tu Ex-Pareja era Optimista.  
Parece Neuro-Cirugía.  
Lo Mejor de Ambos Mundos.  
El Último es un Huevo Podrido.  
Nunca Dediques tu Vida a un Objeto Inerte.  
Hay Bastante “Contubernio.”  
La Oportunidad se Oculta en el Zacate Crecido.

## **10. Enfócate Hasta que se Tuerzan los Ojos**

Fuentes Múltiples de Pérdidas.  
Asaltado Por Derecha y Por Izquierda.  
Como Ahuyentar a tus Prospectos y Clientes.  
¡Adelante! ¡Discúteme!  
Como una Famosa Compañía Alejó a sus Clientes.  
Emboscado por La Naturaleza Humana y El Sentido Común.  
Lo que tus Prospectos (Posibles Clientes y Asociados) Crean.  
El Sol, La Luna, Las Estrellas, El Universo y la Cabeza de tus Prospectos  
(Posibles Clientes y Asociados.)  
Que Tú Mismo Seas Verdad.  
Me Voy a Meter en tu Cabeza y Debajo tu Piel.  
¡Seamos Ilógicos!  
Nunca Subestimes el Costo de lo Lógico.  
Una Serie de Decisiones sin Peligro, ¡JA!, ¡JA!, ¡JA!  
¡Yum, Yum, Yum!

# Introducción

## **Ninguna Buena Acción Se Salva del Castigo – Parte # 1**

Escucha cuidadosamente,

Sé que tus intenciones son buenas; proveer para tu familia de todo aquello que tú nunca tuviste. Pasar más tiempo con ellos, ayudar a otros que tienen las mismas dificultades que tú, a crecer y prosperar.

Y... ¿Recuerdas lo que pasó luego?

Te engañaron también. Te “usaron como palanca” para otros intereses. Los “Grandes Bateadores” te usaron como objeto de práctica. Te aventaron en el fango, sin entrenamiento, sin preparación. Tu cuenta de banco fue drenada. Tus tarjetas de crédito fueron sobregiradas. Tus amigos y aún familiares evitaban contestarte al teléfono.

Luego te miraste al espejo y dijiste: “¡Fracasado!”

Yo lo sé, lo sé.

Todo empezó por que tú querías las mismas cosas que yo. Querías ser tu propio “Jefe”, no dar cuenta de nada a nadie, y a la vez ganarte la forma de vivir honestamente. Querías ir a donde quisieras, cuando lo quisieras. Querías gastar digamos 200 dólares en una cena sin tener que “parpadear.”

Hoy deseas tener esos momentos felices con aquellos a los que amas. Quieres el dinero y la libertad para tomar el día libre, o dos semanas, o quizá volar a alguna isla lejana en un momento de impulso.

Deseas trabajar y socializarte con gente que admiras y gustas, que comparte tus visiones de la vida y tus metas e ideales. Deseas la auto-satisfacción de concretar tus metas, y al mismo tiempo la alegría de ayudar a otros a lograr las suyas. Tú deseas la independencia financiera.

**Tú NO quieres más rechazos.**

**Tú NO quieres vender nada a nadie.**

**Y con seguridad NO deseas otro Multinivel.**

¡Que Tal! ¡Caramba! ¡Te pareces a Mí!

De modo que aquí me tienes. No tengo otra opción, más la de escribir este libro. Realmente, no tengo control sobre ello.

Te vas a enterar de ello en el Capítulo # 2.

Lo que si controlo es lo siguiente: Este libro es Gratis. No menciono ni promociono a ninguna compañía en él.

Tú vas a encontrar toneladas de “Libros Electrónicos” en la Internet, llenos de “conexiones” a “Afiliados.” Si tú deseas, confía en ellos bajo tu responsabilidad, ya que con seguridad van a obtener ganancias por cada cosa que te recomiendan.

Por el contrario, el propósito mío es compartir lo que he aprendido en casi 30 años en el “Mercadeo de Redes”, y así presentar un plan de 10 Pasos que puedes usarlo con cualquier oportunidad de “Mercadeo de Redes.”

El plan no es fácil; pero es simple.

No se trata de "Yo voy a hacer todo el trabajo por ti."

Sólo funciona si tú trabajas.

No es un esquema "Hágase Rico Rápidamente."

Pero puedes crear un ingreso residual de por vida.

Seguramente preguntarás: Bueno y ¿que me ofrece? La respuesta la encontrarás en el Capítulo # 2 y # 5. Por ahora no te preocupes que al yo ayudar, tú me ayudas. Esta es la forma en la que yo devuelvo a la comunidad, parte de lo que esta industria me ha otorgado.

Deseo lo mejor para ti, y espero que uses la información aquí contenida. Puede cambiar totalmente tu vida.

Estás listo o lista, bueno... continúa leyendo.

## **Ninguna Buena Acción Se Salva del Castigo – Parte # 2**

La gente comenta y me pregunta:

- *"¡Tu libro es excelente! ¿Por qué motivo lo regalas?"*
- *"¡Tus entrenamientos por teléfono son fantásticos! ¿Por qué es gratis?"*
- *"¡El CD de los 'Colores' es fabuloso! ¿Por que es tan barato?"*
- *"¿Por qué me ayudas gratuitamente, si yo no trabajo para tu empresa?"*
- *Y docenas de otras variantes de comentarios y preguntas.*

A principios de 1990, yo había estado ligado a más de 100 multiniveles. Estudiaba, catalogaba, analizaba y evaluaba TODO lo que hacían: productos, planes de compensación, mercadeo, ayudas al distribuidor, capacidad de ingresos y ganancias, etc.

### **Resultados Desagradables.**

A mi me gusta la alegría, la diversión sana, soy fácil de tratar; pero mis dientes rechinaron y mis dedos se estrangulaban con puños de ira y coraje.

**Me quedé paralizado al enterarme como muchas compañías y "Grandes Bateadores" ganan grandes cantidades no sobre la venta de los productos, sino más bien de la venta de toneladas de materiales de mercadeo dizqué para "ayudar a los distribuidores", ¡que confían y creen en ellos!**

Realmente me encabrono cuando pienso en ello. Esta es la razón por la que tú amigo, encuentras el cinismo muy arraigado entre los mismos distribuidores y compañeros de mercadeo, y a su vez esto explica el escepticismo, y las dudas entre ellos.

No podemos culparlos.

Pero si tú escucharas las llamadas de la gente tratando de descubrir cómo yo les voy a confundir o engañar.

**Lo primero que piensan, es que yo estoy tratando de “robarles” su gente.**

El hecho es que ellos no tienen ninguna gente. Nadie que confíe en ellos, de todos modos.

Muchas de las mentiras acerca de la ayuda que reciben de sus patrocinadores vamos a desenvolverlas en el Capítulo # 1

El VERDADERO APOYO es llevarte de la mano y guiarte a través de cada paso que tienes que recorrer en el negocio, de modo que puedas experimentar por ti mismo y te vuelvas experto o experta en ello. Eso es exactamente lo que hacemos en nuestros entrenamientos por teléfono.

Y hablando de ello, no mencionamos a ninguna compañía, ningún producto, y no reclutamos a nadie.

**¡Algunas personas creen que nuestras llamadas están manipuladas de modo que podamos cobrarles a ellos en su recibo de teléfono!**

Escuchen con atención. Nuestro negocio de mercadeo nos produce más que suficiente, gracias. Nuestras herramientas de trabajo y nuestras llamadas realmente ayudan a la gente. Pero ellos tienen que trabajar duro, y tanto Linda como Yo, apreciamos eso de las personas.

Todo lo debemos a nuestro negocio. Me fastidia a veces escuchar que la gente simplemente denigra el mercadeo de redes, simplemente por la experiencia que han tenido con la codicia y avaricia de algunas compañías y sus “Representantes Estrellas.”

No hacemos nada en esta vida que no produzca alegría y felicidad. Todo lo que hago lo hago por que amo lo que hago.

**De modo que hacemos todo lo posible por equilibrar la balanza. Yo he escogido ayudar con todas y cada una de las fibras de mi existencia a cualquiera que invierta sus esperanzas e ideales en esta industria. Me hace feliz saber que ellos están siempre activos y optimistas.**

Yo puedo entrenar a cualquier persona gratis. No hay ninguna condición escondida. No estoy amenazado por nadie o por ninguna compañía en esta industria.

Lo que si entiendo más bien, es que ellos se sienten amenazados por mi. Sin embargo muchos de ellos aún no dedican el tiempo ni su voluntad para ayudar y entrenar a su propia gente.

**Unas palabras para aquellos que aún se mantienen con dudas: Yo entiendo su escepticismo, realmente, pero ¡basta! ¡Basta! ¡Supérenlo!** Pero si desean continuar viviendo sus vidas desconfiando de todos –hasta de ustedes

mismos, entonces consideren sus vidas ya terminadas, no más esperanzas, no más ideales; todo se ha consumado. Adiós, mucha suerte. Y no permitan que la puerta les golpee la espalda cuando salen.

**Para todos aquellos que sí creen; ¡Empecemos de una buena vez!**

Sinceramente,

*Michael Dlouhy*



#1

## Gran Pesca para los "Bateadores Fuertes."

¿En que se parecen tu pasado y Jimmy Hoffa?

Tenlo por seguro. Absolutamente. La respuesta es obvia; ambos están muertos. Sin embargo, no deja de ser una pregunta con trampita, ¿verdad?

### ¿Por Qué?

Opino que si Jimmy Hoffa es parte de la fundación del Estadio de los Gigantes en New Jersey o no lo es, o simplemente si sus restos están enterrados en el patio trasero de alguna casa en Detroit; realmente no tiene mayor importancia. Pero una cosa sí es cierta: Jimmy Hoffa está muerto. Yo lo sé, ¿verdad? El está muerto. Tú también lo sabes, ¿verdad? Y por otro lado, ¿tu pasado, amigo mío?... también está muerto, y tú lo sabes, ¿verdad?

O acaso eres como la mayoría de gente, que le gusta revivir sus fracasos en los negocios o en otros aspectos de su vida, ¿cada día de sus vidas? Bueno, si es así, has llegado al lugar correcto.

¿Piensas a Veces que estas Loco o Loca?

¡Hey!... ¡Yo estuve en 100 Multiniveles!

Hace casi 20 años, nos inscribimos en un Multinivel que tenía recién un año de existencia, y aún continúa fuerte hoy en día. Lo hicimos por suerte al coincidir, pero era el momento perfecto.

Usábamos lo que sabíamos en esos momentos y así es que construimos un negocio bastante lucrativo, y con ello ayudamos a otros a lograr lo mismo.

**En 1991, nuestro ingreso de regalías era suficiente y no teníamos necesidades financieras. De modo que decidimos concentrarnos en aprender todo lo que sea posible acerca del "Mercadeo de Redes y Multiniveles."**

De modo que me inscribí en todas las compañías de Multinivel que podía encontrar... como 100 ó algo más. No recuerdo cuantos portafolios o carpetas

de \$30, \$50, o \$100 compré en esos tres años, pero te aseguro que era “una tonelada.” Yo me inscribía ya sea comprando un “paquete”, o trataba algunos de los “productos”, asistía a sus “llamadas en conferencia”, observaba todo lo que hacían, y escuchaba todo aquello que decían.

## ¡No Podía Darme Cuenta que Habían Tantas Cosas que Yo no Quería!

Me pasé muchas noches catalogando, estudiando, analizando todo aquello, tratando de entender por qué algunos procedimientos o técnicas eran exitosas y otras no; o por qué algunas de ellas sí producían resultados y luego ya no trabajaban más.

**¡Yo estaba sorprendido de cómo muchas compañías hablaban de un gran producto, pero su verdadero centro de ganancias no eran los productos!**

## Y las Ovejas deben Acostarse Junto a los Leones. (Cierra tus Ojos Para que No te Salpique la Sangre)

El foco de su negocio era vender “paquetes de distribuidor”, panfletos, libros, casetes, CDs. Muchos distribuidores compraban por cientos o miles esos productos, para usarlos en sus campañas de mercadeo. Aún así, estas compañías, cobraban a los distribuidores \$2, ó \$3 por cada uno, ¡por cosas cuya duplicación realmente costaba 20¢!

## Cómo te Roban sin Tú Darte Cuenta

**¡Ellos estaban destrozando por la espalda a sus distribuidores!**

Y con todas estas compañías, todo se resume al mismo principio fundamental.

## Mala Sangre en las Grandes Compañías

Ellos fracasaron por las mismas razones. Muchas de estas compañías o grandes organizaciones que he tenido la oportunidad de ver desde su inicio hasta su fin, se estrellan y se queman, debido a la AVARICIA, CODICIA y al EGO (sentimiento de superioridad respecto a otros.)

Sí, lo digo sin temor, CODICIA y EGO.

Por otro lado, otras compañías lo hicieron bien. Tenían excelentes sistemas de patrocinar en forma efectiva; y vendían su material promocional a precios razonables.

**El éxito deja huellas profundas en la arena, que tú puedes seguir. Si no ves las huellas o no puedes seguir, es que te encuentras en la playa equivocada.**

## ¡Oh!, ¡Las Preguntas que Escucho!

Yo he hablado a miles de personas en este negocio de mercadeo de redes. Ellos se preguntan algunas cosas que seguramente te resultan conocidas:

- ¿Por qué no soy tan inteligente como para entender y hacer este negocio?
- ¿Por qué es que he tenido éxito en el mundo empresarial, pero fracaso en mercadeo de redes?
- ¿Por qué es que el Teléfono es tan importante?
- ¿Por qué los "¡No!" y los rechazos duelen tanto?
- ¿Soy muy bajito? ¿Soy acaso muy alto?
- **He trabajado tan duro y aún no veo resultados. ¿Qué pasa conmigo? ¿Qué pasa con la compañía? ¿Qué está pasando con el producto?**
- Los "Exitosos" me dicen: "Si se va a realizar, depende de mi." Otra gente lo hace, ¿por qué yo no?
- ¿Por qué me fallan estas compañías?
- ¿Por qué el gobierno federal cerró mi compañía?
- He sobregirado mi tarjeta de crédito en publicidad. ¿Por qué no obtuve resultados?
- **He asistido a las convenciones. Hice llamadas tripartitas. ¿Acaso nadie ve esto?**
- ¿Por qué no hay literatura en español?
- ¿Dónde está el Equipo de Trabajo?
- ¿Por qué lo que hacemos no es agradable y ameno?
- ¿Dónde están los hechos y las cantidades?
- ¿Dónde está el dinero?

## Diabluras de las "Redes de Mercadeo"

**Tú no eres culpable.**

Graba bien esto en tu mente. ¿Cómo te sientes ahora?

No importa lo que te hayan dicho antes los "exitosos" o "Bateadores Fuertes."

El hecho es que te han mentado. ¿Verdad que te enoja eso?

Yo puedo demostrarte que todas las cartas están en tu contra. Es por ello que no es tu culpa. Tú no eres culpable.

## Por Qué Nunca Debes Luchar Contra un Puerco

¿Por qué? Por que ustedes dos se van a ensuciar, y al puerco eso le gusta. Este es le mejor consejo que te puedo dar cuando decides unirse al vagón del Multinivel de un "Bateador Fuerte."

**Si todo esto, hasta ahora dicho tiene sentido en cuanto a negocios se refiere, para ti, continúa leyendo. Si no, presiona con tu "Mouse" la "X" que está en la esquina superior derecha y chau! Nadie se va a enterar, excepto tú.**

## Nadando Estilo "Pecho" para Cruzar el Canal Inglés

¿Puedes nadar?

¿Puedes?

¡Muy bien!

¿Puedes nadar a lo largo de un pequeño lago?

¿Quizá?

¡BIEN!

¿Que tal si el mismo pequeño lago está congelado, en Maine y es Enero?

¿Oh!, sí, por qué no?

¿Bien, que tal el Canal Inglés en Julio? (No está congelado en esa época.)

### **Qué quiere decirme, "¿No?" ¡Pensé que dijo que podía nadar!**

Otros lo han hecho. Qué quiere decir, "Muy difícil, muy lejos, ¿no está entrenado?" Esas son solamente excusas.

Okay, Okay, vamos a asignarte un entrenador, un consejero o guía. El es una gran persona, muy buen nadador además. Una vez lo vi. dar como 6 vueltas a la piscina. El va a trabajar contigo toda la semana. Luego de ello, te va a arrojar al Canal Inglés.

¿Qué, no te gusta la idea?

Es como aceptar consejos matrimoniales de alguien que nunca estuvo casado, ¿verdad? Bueno, yo estoy casado por 33 años. Si necesito consejo sobre matrimonio, seguramente lo conseguiré, pero de alguien que ha estado casado 50 años; no 2 años; no de aquel que solamente ha leído un libro acerca del matrimonio.

Bien, analicemos la primera mentira, -pero si me has escuchado decir algo similar anteriormente, no importa, cuanto más lo escuches, mejor para que empieces con una pizarra limpia.

## El Monje con Mandil de Laboratorio

Los "Bateadores" te van a decir que el mercadeo de redes es un negocio de ventas.

¡No lo es!

13© Derechos de Autor 2004 Mentoringforfree.com, Inc. – Todos los Derechos Reservados

**La Verdad:** El Mercadeo de Redes es un negocio de Enseñanza y Consejo. Si por ejemplo estudiamos las vitaminas, o paneles de larga distancia, o la edad del monje con mandil de laboratorio, que moldeó las rocas de la luna llena dos veces al año... o, cualquier otro producto o servicio, estás perdiendo el tiempo. **Tu producto es la gente. De modo que a estudiar a la gente. Encuentra el modo como puedes ayudarles a conquistar sus ideales, sus sueños.**

Los "sueños" de ellos; no los tuyos.

La gente se une a la gente. Ellos no se unen a "compañías." A la gente no le interesa que el presidente de tu compañía es un hombre orientado a la familia; y para ello tiene 3 ó 4 familias para demostrarlo.

Construye gente, que la gente construirá tu negocio.

Cuando construyes gente, tu capacidad de conservarlos o retenerlos junto a tu negocio y junto a ti, se incrementa estratosféricamente.

## Vudú en la Economía de "Redes de Mercadeo"

Las compañías dicen, "¡Nosotros conservamos el 93% de nuestra gente!"

Eso es mentira.

**La Verdad:** Hubo una compañía de teléfonos hace unos años que tuvo que publicitar su "índice de retención" (conservación de clientes), pues operaba desde la bolsa de valores, que es una entidad pública. Y que crees; de cada 100 que firmaban, ¿cuántos crees que permanecían un año después?

¿50%? ¡No!

¿25%? Como dicen en un comercial de renta de autos "¡No exactamente!"

¿10%? Tibio...

**Los registros públicos mostraron un 6% a 7% de retención. Lee con cuidado, no es 67% es 6% ó 7% de retención.**

De modo que tú construyes tu negocio durante un año, compras publicidad, haces tus conferencias tripartitas, asistes a las convenciones o "eventos", hablas a tus amigos y familiares y al final ¡reclutas 100 personas! ¡Ya casi eres rico!

Bueno, ¡no exactamente! ¿Por qué?, por que lo que tienes en realidad es 6 ó 7 personas de las 100 originales, aún continúas "construyendo" tu negocio.

¡Un momentito! eso no es todo lo que tienes. También tienes "sueños aplastados", "tarjetas de crédito sobregiradas" y probablemente también un montón de gente que se esconde en cuanto te aproximas.

**Lo que sea que hagas en mercadeo de redes, debe ser duplicable en forma masiva. Seis a Siete por ciento de retención no es nada de que enorgullecerse, no es nada inteligente.**

Esto nos conduce a la siguiente gran mentira.

## Los Ángeles de las "Redes de Mercadeo"... ¡Oh! ¡Ahjá! ¡Hay aún Más Diablos!

Los "Bateadores" te van a decir, "Todo es un juego de números."

**La Verdad:** Las personas son personas, no números. Ellos tienen metas, sueños y deseos. Son madres, padres, hermanas, hermanos, tías, tíos, sobrinas, sobrinos, abuelas y abuelos de alguien que los ama. Ellos no son un número, ellos son gente real, son seres humanos.

**Si tú los tratas como "números", te aseguro que NO TIENES FUTURO EN ESTE TIPO DE NEGOCIO "Mercadeo de Redes."**

Esta es la mentira que enseña a la gente a ser "reclutadores" no "patrocinadores." La idea de ellos es "¡Reclutar!" "¡Reclutar!" "¡Reclutar!" y "¡Reclutar!" O puesto de otro modo: "números," "números," "números," "mentiras," "mentiras," "y más mentiras."

Un reclutador nunca conoce personalmente a sus reclutados; ¿Por qué?; o sus sueños, metas, ambiciones, nombre del cónyuge o de los hijos. Se trata solo de "números."

Para tener éxito a largo plazo, necesitas ser un "consejero" con un corazón puesto al servicio. Cuando lo seas, la gente te va a pedir por favor que los patrocines en tu negocio.

Te has puesto a pensar por qué es que tienes tantos "¿NO?"  
Mira la siguiente mentira.

## ¡La Mentira más Estúpida que Todos Ellos te Dicen!

Los "Bateadores Fuertes" te dicen ¡"NO" es realmente bueno!

Luego añaden: "si consigues 100 "NO"s, es que te estás acercando a un "SI."  
Este es uno de mis favoritos, ¡realmente!

¿Verdad que es la cosa más estúpida que puedas haber escuchado? ¿A que ridículo se le ocurrió esta idea? La palabra "NO" ha eliminado a mucha más gente de esta actividad que otra palabra en cualquier idioma.

**Imagina esto:** Durante todo el día has estado coqueteando con tu pareja. Tomas un baño en la noche, pones velas decorativas alrededor de la tina, música romántica, todo perfecto para una noche de romance. Algunos abrazos, algunos besos, de pronto tu cónyuge te dice: "¡NO!"

**Entonces tu dices: "¡Ahjá!, ya sólo me faltan 99 "¡NO's!", y entonces ¡será mi momento de suerte!**

¡No! Es NO, pero algunos ridículos dicen que es algo BUENO.  
Sigamos adelante...

## Locura del Mercadeo

Los "Bateadores" tienen muchos más grandes consejos para ti: "Háblale a todos acerca de la Oportunidad de Negocios."

¡Por favor, no empecemos!

Existe un dicho antiguo que se escucha de tiempo en tiempo: "La razón por la que tenemos 2 orejas y una boca es que DEBEMOS ESCUCHAR EL DOBLE DE LO QUE HABLAMOS."

**La próxima vez mira con cuidado a uno de estos "Bateadores." Te puedo jurar, si te fijas con cuidado, verás que el sujeto no tiene orejas, y más bien ¡tiene hasta TRES BOCAS!**

Pero bueno, por el hecho de ejercitarnos, veamos hacia donde nos conducen sus consejos.

Por ejemplo, si tu eres dueño de una tienda de zapatos. Tienes 300 visitantes. Si tienes los estilos y modelos adecuados; y también los colores y los precios adecuados; ¿crees poder vender algunos pares? Por supuesto que sí; pero no intentes vestir a una secretaria que trabaja en las Torres "Trump" con botas de trabajador de construcción. No es apropiado. Y por otro lado, no a todos les interesan tus oportunidades de negocio.

Este consejo es muy bueno para el **10%** de la población que son personal de ventas (más acerca de esto en el Capítulo # 5.)

**Entonces si tú eres parte del 90% restante que odia a la gente agresiva e insistente, ESTA mentira te va a hacer sentir totalmente inadecuado para empezar a construir un negocio de Mercadeo de Redes.**

La clave es el Mercadeo Orientado. Simplemente habla a la gente a la que le interesan tus productos y servicios. Entrégales beneficios tan REALES de modo que los prospectos (posibles clientes y asociados) vean el valor que ofreces, y te pregunten por más información.

## ¡También tu Espejo te Miente!

Los "Bateadores" te dan una tema para hablarte a ti mismo cuando estés frente a tu espejo: "Si es que va a ocurrir, depende solamente de mi."

Ningún rascacielos o ninguna organización de mercadeo de redes fueron basados en una sola persona. Si ha ocurrido, ha sido un esfuerzo de equipo, gentes de diferentes estratos de la vida, con diferente experiencia, se unieron para trabajar juntos. Se ha debido a cientos, generalmente miles de personas trabajando por un ideal común, que han logrado construir un rascacielos o una organización de mercadeo de redes.

Considera lo siguiente:

- No trabajadores del acero = no acero = no rascacielos.

- No trabajadores del vidrio = no ventanas de vidrio = no rascacielos.
- No trabajadores de alfombras, losetas, mármol, madera, aire acondicionado, paredes estructurales, concreto, pintura, techado, plomería, electricistas, acabados, papel de forros, pegamentos, elevadores, ladrillos, pintura de brocha, puertas, moldeadores, clavos, tornillos, luces, gabinetes, etc. = no rascacielos.

Pero de todos modos tú necesitas un gran producto. No hay éxito sin producto. Pero al igual que el rascacielos, lo más crítico es MUCHA GENTE TRABAJANDO UNIDA.

Yo he observado y analizado una tonelada de negocios de mercadeo de redes durante 26 años, y ¿sabes qué?

**Ninguna de ellas era orientada a la gente y sus inter-relaciones; no importaba cuan bueno sus productos o servicios eran, o cuan muy buena administración tuvieran, todos o han quebrado o aún sufren y luchan para mantener la cabeza a flote.**

Sin embargo todos aquellos negocios orientados a la gente y sus inter-relaciones, no importa que inferior sus productos o servicios hayan sido, o que pobre manejo hayan tenido, fueron exitosas casi el 100%.

Bien, las compañías con productos o servicios de baja calidad eventualmente van a fracasar. Pero empresas de Multinivel o grupos con productos fabulosos y servicios excelentes, pero que hacen énfasis en “juego de números, reclutar, reclutar, reclutar”, nunca van ni siquiera a arañar la superficie de su potencial. Obviamente, los más exitosos son aquellas compañías orientadas a la gente y sus inter-relaciones, con buenos productos y servicios y excelente administración.

**¿En resumen? Consigue un buen producto o servicio para vender. ENFÓCATE en AYUDAR A OTROS a realizar sus sueños. Esta es tu primera PRIORIDAD.**

**La Oportunidad Anda con Pisada de Gato (Los Fraudes Golpean con Comba)**

Cuando visitas una Página de Internet que te dicen de los millones que han ganado, o algún correo electrónico que te quiere obligar a ¡ACTUAR AHORA! ¡YA! O alguien en el teléfono que te acosa en una esquina con una pregunta que solamente un fracasado no podría decir “NO”, pregúntate:

**¿Es esto DUPLICABLE? ¿Podría yo hacer esto? ¿Podría yo entrenar a mi gente a hacerlo igualmente?**

Es obvio, ¿verdad? Si solamente respondes con confianza a propuestas en las que tú te puedes sentir cómodo, y que tú mismo podrías entrenar a otros para

usar el sistema propuesto, entonces vas a evitar automáticamente muchos Fraudes.

## ¿Qué es Liderazgo Pentagramal?

Tú necesitas un sólido Liderazgo Pentagramal para obtener el éxito. Busca un consejero o mentor. Tienes que tener un consejero o mentor para ser un consejero o mentor. Tú quieres tener un "Equipo de Proyectos" compuesto de gente afín que desea que Tú tengas éxito. Tú necesitas un sistema de ayuda de tus patrocinadores, listos a ayudarte cuando lo necesites.

Liderazgo Pentagramal significa Miguel guiando a David, David guiando a Laura, Laura guiando a Scott, Scott guiando a Isabel, Isabel guiando a Rosa, Rosa guiando a Judith, y la gente que Judith va a guiar es interminable. Este tipo de Liderazgo, es el que crea tu "Equipo de Proyectos." En pocas palabras, todos están relacionados con todos, formando un "Pentagrama de Trabajo y Éxito."

¿Deseas ganar un millón de dólares?

Asóciate con millonarios.

Si sólo quieres ganar \$30,000 al año, entonces asóciate con gente que gana \$30,000 al año.

Considera lo siguiente con mucho cuidado: Para la mayoría de gente, su ingreso anual es el promedio del ingreso de los 5 amigos más cercanos que tiene.

**¿Acaso tus 5 AMIGOS MAS CERCANOS tienen lo que tú deseas? Si no, ¿por qué tienes que escuchar sus opiniones sobre negocios?**

Por ejemplo, si tu deseas invertir en compra-venta de casas y terrenos, área también llamada "de Bienes Raíces"; ¿a quién consultarías o pedirías consejo? ¿A aquella persona que renta apartamento o casa, o a aquella que es propietaria de 27 casas, 16 condominios, 2 ranchos (uno en Oklahoma y otro en Texas), y encima de ello 27 propiedades comerciales?

De modo que para construir un negocio, ¿por qué motivo tendrías que escuchar a personas que nunca lo han hecho? Tienes pues que evaluar de quién tomas consejo. Si deseas el éxito entonces obtén tu plan de acción de gente que ha logrado el éxito.

Una última mentira... la final pero no la más pequeña...

## Aníbal Lecter Perdió su Oportunidad

En vez de "filetearlos" (cortarlos como bistec) a sus amigos y disfrutarlos acompañando su comida con un vino chianti, como lo hizo en la película "**Silencio de los Corderos (Silence of the Lambs)**" Aníbal hubiera obtenido la misma satisfacción siendo un "Bateador Fuerte" en algún Multinivel. Y entonces hubiera proclamado: "¡Hey Yo he ganado 4 millones de dólares el año pasado! ¡Yo Te puedo ayudarte a ser rico! ¡Ven a mi casa para enseñarte cómo es que lo hice!"

¿Sabías que hay una compañía de “entrenadores” o universidad que cobra miles de dólares por “entrenarte...; sin embargo cuando estudias al dueño de esa compañía, el nunca ha CONSTRUIDO ninguna organización de Multinivel en ninguna empresa de “Mercadeo de Redes”? Ellos te dicen que tu “entrenador personal” está involucrado a tiempo completo en “Mercadeo de Redes.” Sería bueno que pidas ver sus registros 1099s (empresario o auto-empleado.) Sin embargo el presidente de esa compañía abiertamente admite que “no tolera las empresas de Mercadeo de Redes.”

Yo no sé, pero esta última mentira probablemente te vuelve más enojado que nunca. De hecho, eso te puede inducir a preguntarme: “Hey Michael!, ¿dónde está tu Certificado de Entrenador?”

**Bueno, mi respuesta es: 26 años en el mundo real de trabajo en Mercadeo de Redes es mi credencial. Tengo muchas cicatrices de combate en toda mi mente y mi cuerpo para mostrarte con gusto. No necesito otros “certificados.”**

La gente me pregunta: “¿Por qué no cobras por los entrenamientos?”

De eso vamos a hablar en el siguiente capítulo. Es algo personal... pero les voy a revelar mis verdaderas razones.

¿Recuerdan la CODICIA, AVARICIA y EGO? Enfócate en el dinero y siempre vas a estar detrás de él, persiguiéndolo. Nuestra meta es ayudar a enseñar, entrenar y aconsejar a la gente en el arte de “Cómo Ser un Consejero con Corazón de Servicio.”

Y honestamente, parece que funciona muy bien financieramente también.

## Su Rancho era del Tamaño del Estado de Rhode Island

Hace uno años recibí una llamada de una dama de Texas. Un poco antes, ella había iniciado una corporación de prestigio, cuyo nombre –si lo menciono– seguramente te será familiar. Probablemente tiene alguna sucursal en el lugar donde resides. Esta compañía fue adquirida luego por otra más poderosa (Pez Gordo.)

Bueno, esta dama era muy graciosa. Ella estaba a punto de iniciar un negocio de Multinivel, y quería opiniones de algunos líderes con respecto a lo que se había propuesto. Nos pagó el pasaje a Linda y a mí y la estadía en lo que considero sería el rancho más grande en todo Texas.

Estuvimos tres días allí, junto con varios otros líderes, entre ellos muchos “Bateadores Fuertes” del Multinivel.

Ella nos mostró sus productos y su “Sistema de Compensación” preguntándonos por nuestra impresión u opinión al respecto.

**Los Grandes muchachos y muchachas estaban atónitos de la impresión causada por los excelentes productos y el plan de compensación. Todos infaliblemente le dijeron, que ya veían las ganancias inmediatamente. ¡El plan era UN GANADOR!**

## **Cada uno de ellos, propuso que la compañía se construyera “bajo el comando de ellos.**

Cuando tuve oportunidad, le dije la verdad cruda: el plan estaba muerto antes de nacer.

En realidad sus productos no eran ninguna “novedad”, ya estaban en el mercado y con dudoso desarrollo y aceptación; en cuanto a su “plan de compensación”, era correspondiente a la era de los “dinosaurios del Multinivel”, que es un plan de “incrementar las ganancias de los líderes rápidamente”, sacrificando con ello a los que trabajan a “tiempo parcial”, y que en su mayoría son los que aspiran a concretar el sueño de tener su “propio negocio.”

Obviamente con este tipo de plan de compensación, los trabajadores a tiempo parcial estaban destinados al fracaso. Pero aún así, no entenderían las razones y por que’s. Luego se acusarían así mismos, y muchos de ellos nunca más tomarían el mismo tipo de riesgo.

Dora (nombre supuesto de la dama de Texas), me llamó a un lado antes de terminar la reunión para agradecerme. A pesar de todo el “humo” levantado por los “Bateadores” y las promesas de éxito que esbozaban, ella (Dora) había saboreado la **Verdad** al escucharla.

Ella se mantuvo en el negocio que sí le producía beneficios y nunca tuvo que arrepentirse.

Pero si los “Bateadores Fuertes” hubieran triunfado al tratar de seguir adelante con su plan de involucrar a una de las mujeres más exitosas del país, ¡imagínense las “estrategias” que son capaces de poner en práctica contigo!



#2

“¡Mira Profundamente,  
Profundamente,  
Profundamente,  
Directamente a Mis  
Ojos..!”

El Tiempo de Supervivencia de tu  
Negocio es cerca de 45 Minutos.

¡OK! Me agarraste. En realidad es una  
exageración. Pero no tanto, si analizamos lo

siguiente:

**Noventa Por ciento** de nuevos negocios fracasan en su primer año.

Y el 90% de los restantes, fracasan en los siguientes 4 años.

ESO es durísimo.

Estás entusiasmado; empiezas. Miles de cosas no funcionan como esperabas.

Quieres abandonar todo las mismas mil veces.

La mayoría de gente generalmente lo abandona todo.

**Pero necesitas una razón suficientemente fuerte para hacerlo. Pero luego, que tal si lo que estás haciendo no trabaja... Bueno, ya verás cómo le haces. Pero si tú eres una persona indecisa en todo lo que haces, ya terminaste, has fracasado.**

Lo primero que hacemos nosotros en nuestro programa es orientarte a definir con precisión el “POR QUÉ.”

Tu “Mercado Tibio” Tiene Hielo en las Venas

Un definitivo “POR QUE” puede salvar tu vida.

La mayoría de personas tienen un gran problema, justo cuando deciden mejorar su situación en la vida. Ese problema es que una o más de las personas que están junto a ti, pues no quieren que tú alcances el éxito.

Este es un hecho virtualmente para todos en este mundo, y tú no eres nada diferente. Sin embargo, puedes discutirlo hasta que te vuelvas azul, pero eso no va a cambiar el hecho.

**Acéptalo, hay gente en tu vida que se siente amenazada cuando luchas por alcanzar el éxito. Ellos van a quejarse, criticar y tratar de absorberte la vida.**

¿Por qué? Simplemente por que la vida de ellos es un completo caos y ciertamente a la miseria le gusta estar acompañada (no quieren quedarse solas en su desgracia.)

Tu mejor opción es deshacerte de ellos. Lo siguiente es tener un IMPRESIONANTE "POR QUE", un 99.9% "POR QUE", que te va a mantenerte luchando contra la lluvia, helada, nieve, inundación, pestilencia, holocausto nuclear, y del criticismo de tu "ser amado."

De modo que, ¿Por Qué es tan crucial que te dediques a este negocio?, y por otro lado ¿Por Qué es tan importante que logres triunfar?

## Como Obtener Poder y Habilidad de Permanecer en el Negocio

La gente siempre habla de sus metas.

Muy bien; tú necesitas tenerlas.

Pero tú "POR QUE" es una gran, gran, pero gran razón para que te mantengas en la lucha.

¿Dónde está tu fuego? ¿Qué es lo que amas? ¿Qué es lo que no amas? ¿Qué es lo realmente importante para ti? ¿Qué es lo que realmente deseas? ¿Qué situación de tu vida quieres eliminar de modo que nunca, nunca más ocurra otra vez?

Sabemos que no son "metas." Tampoco es dinero.

Cuando yo empecé estos programas, la gente escribía como su "POR QUE", generalmente dinero. Necesitaban pagar una deuda del hospital, remplazar el carro, lo que sea.

**Pero... en realidad, tu verdadero "POR QUE" es casi nunca dinero.**

**Es más bien "QUIEN ERES TÚ REALMENTE."**

**Tu fuerza motora tiene que ser mucho más que "dinero."**

Es algo que tú deseas... o algo que quieres eliminar de tu vida. Mejor aún si son ambas cosas.

Si tu "POR QUE" es como 70% y te enfrentas a un obstáculo que es digamos 72%, has perdido. Te caerás, desaparecerás.

Pero si tú "POR QUE" es 99.9%, entonces ten por seguro que vas a vencer, tu permanencia y tu éxito están asegurados.

¿Por qué estás en este planeta? De una u otra forma, tú estás aquí para conectarte con otras vidas, cambiar esas vidas, ayudar a la gente en sus propósitos. ¿Cuál es la labor que tienes que hacer?

## Pretendamos ser el Detective Sherlock Colmes

Un nuevo negocio siempre tiene sus riesgos. La gente arriesga para evitar el dolor, o para obtener placer. **Contesta estas preguntas para ayudarte a encontrar tu "POR QUE."**

- ¿Qué te mantiene REALMENTE entusiasmado?
- ¿Cuántas horas a la semana trabajas?
- ¿Qué es lo que amas de tu trabajo?
- ¿Qué haces en tus ratos libres?
- Si tuvieras dos meses de vacaciones y todo el dinero que quisieras, ¿Qué harías?
- ¿Te gusta la gente con la que trabajas?
- ¿Qué problema te preocupa muchísimo y te causa pánico, que podría solucionarse con más dinero?
- ¿Qué es lo que aborreces realmente en tu vida, y que al tener más dinero lo resolverías inmediatamente?
- Si tuvieras todo el dinero que necesitas, ¿Qué "tremendo" problema se eliminaría?
- Si tuvieras todo el tiempo que quisieras para hacer todo lo que quisieras, ¿Qué harías?
- Aparte del dinero, ¿Qué es lo que buscas en tu vida?

Te voy a dar una pauta para que empieces:

La razón # 1 por la que yo estoy involucrado en este negocio, por la que estoy en este planeta, es por que AMO A MI FAMILIA. Quiero dedicar más tiempo con cada uno de ellos. La gente dice: "¡Michael, estás loco! Trabajas a tiempo completo en Mercadeo de Redes, trabajas en tu casa... ya estás donde deseas estar."

Tienen razón, pero... yo considero el "negocio" como "negocio." Cuando estoy en la oficina, pues estoy en la "oficina", no importa que mi "oficina" se encuentre 20 millas lejos.

**Pero esto me permite tener el tiempo que adoro al lado de mi esposa Linda, mi hijo Matthew y mi hija Amanda.**

Me doy cuenta que muchos esposos y padres, muy raramente o digamos nunca tienen la oportunidad de hacer las cosas que siempre desearon hacer con sus familias, debido a las demandas de su tiempo, al dedicarse exclusivamente a "ganarse la vida." O quizá por que no tienen el "dinero."

**Para mí, los beneficios del Mercadeo de Multinivel, me han permitido construir las amistades y relaciones que realmente aprecio.**

Linda y yo conversamos mucho. Puede que sean conversaciones serias acerca de negocios cuando salimos a cenar, o simplemente algunas cosas tontas de las

que reímos hasta las lágrimas. A veces nuestros diálogos son tarde en la noche. Nos gusta manejar el carro por las playas de Daytona, o a veces ir a bucear con snorkel en el Cabo Looe.

Matthew y yo paseamos en motocicleta y vamos a practicar buceo con "s.c.u.b.a." Hablamos también de negocios y computadoras, motores, carreras de autos. ¡Algunas veces el me pide algunos consejos!

Amanda tiene un Camaro convertible con una "cuchara" en la tapa del motor. A ella le enseñé como cambiar el aceite y darle servicio al auto. A veces hablamos por largas horas en nuestra lancha al navegar por la costa, o después de ver una película juntos. Me gusta abrazarla al final del día.

La vida es hermosa cuando puedes hacer las cosas que hacen que la vida sea realmente valiosa.

## Impactante – El miembro de mi familia a quien voy a demostrar que sí soy bueno, y así "¡estar a la par!"

La razón # 2, es sentirme bien por mi mismo. Esto es algo muy personal... exactamente como cada "POR QUE" debe ser.

Mi madre era una pesimista. Ella me decía: "Tú no eres bueno, nunca vas a lograr nada, ni siquiera una bacinilla para orinar..."

Sin embargo yo programé mi mente para rechazar lo que me decía.

Mi tía por el lado paterno, de nombre Honey (como miel) por otro lado me decía: "Michael, yo te amo. Estoy muy orgullosa de ti. Tú eres capaz de hacer todo lo que quieras... ¡Mira ese hermoso dibujo que hiciste para mi!"

A los 5 años de edad hice la decisión consciente de que me gustaba la realidad de mi tía Honey, más que la realidad de mi madre.

De modo que cuando mi madre me empezaba con sus ideas, lo que hacía era entrar en el teatro de mi mente. Una vez allí, empezaba a "ver y oír" a mi tía Honey diciendo lo bueno que yo era... hasta literalmente sentía sus abrazos, y con ello inmediatamente me sentía bien, y todo lo demás no importaba.

**Hoy en día, para sentirme bien, necesito ser "Tía Honey." Debo ayudar a la gente.**

## ¡Vamos! ¡Atrapa Algunas Balas de Cañón, Muchacho!

Durante la Segunda Guerra Mundial, los soldados americanos quitaban las medallas de identidad (Dog Tags) de los cuellos de sus compañeros caídos en acción, para establecer los registros de los "Caídos en Acción." El General George Patton, usualmente calculaba sus triunfos basados en cuántos "Dog Tags" costaría ganar la siguiente batalla.

Bien... preservar la libertad de tus hijos, tu familia, tus vecinos, tus compatriotas... realmente amerita cualquier sacrificio.

Pero cuando empiezas un negocio de mercadeo de redes, ellos se alinean para arrancarte tu "Dog Tag." Levanta la mano si crees que estás listo para entregar tu vida a fin de aumentar los ingresos de ciertos "generales."

Estos "generales" te envían al frente de combate para "¡atrapar balas de cañón!" Ellos tienen la esperanza de que vayas a aceptar algunas de sus órdenes, antes que te vuelen en fragmentos y tengan que remplazarte.

Bueno, pero muchos dicen "estos generales están bien pagados"; eso es cierto, pero créanme, después de un corto tiempo –si uno tiene cierta sensibilidad humana- todos esos "cadáveres" te empiezan a perseguir...

**Es por ello que nosotros hemos creado este servicio de consejos gratuitos para las personas, independientemente del tipo de negocio de mercadeo de redes en el que participen y por muchos más años que cualquier otro programa, y nunca hemos cobrado ni un centavo.**

¿Mis credenciales? Veintiséis años de trabajo duro, 26 años de lecciones de la vida.

A tiempo completo en Mercadeo de Redes desde 1991.

Tengo cicatrices por todo el cuerpo, de la cabeza la punta de los dedos de los pies, de mis experiencias en mercadeo de redes.

Yo he visto de todo. Cada que una compañía o red de distribuidores aparece con fuerza y luego explota y desaparece, se debe a la CODICIA, AVARICIA Y EGO. Tengan cuidado de la CODICIA, AVARICIA Y EGO. Aléjense de ello.

La gente que atraemos no tiene problemas de CODICIA, AVARICIA Y EGO. Ellos son gente humilde, gente que quiere alcanzar el éxito.

**Tu cerebro no sirve ni para comida de perro (¡No te ofendas Fido!)**

Había una pareja de esposos que trabajaron por dos años en una compañía de mercadeo de redes y nunca patrocinaron a nadie. Nosotros hemos estado entrenándolos por 7 u 8 meses. Es sorprendente. Ellos van a obtener el galardón de "mejor reclutador" este año, por patrocinar entre 10 y 12 asociados por mes.

**Ellos han cambiado de ser "puro cabeza" a ser "puro corazón."**

Esto lo voy a decir muchas veces. El Mercadeo de Redes NO ES UN NEGOCIO DE VENTAS. Por cierto NO ES UN NEGOCIO DE PENSAR tampoco.

Es un NEGOCIO DE ESCUCHAR. Es un NEGOCIO DE ENSEÑAR Y ACONSEJAR.

La pareja que acabamos de estudiar, no están vendiendo nada. Léanlo bien, ELLOS NO ESTAN VENDIENDO NADA. Hoy en día ellos están usando sus corazones para ayudar a otros que necesitan. Ellos enseñan gratuitamente.

Yo existo para aconsejarte y entrenarte para tu éxito. No para mi éxito; ¡Para el TUYO!

Tu éxito es algo maravilloso para mí. Si puedo ayudarte a crear tu éxito, entonces mi "futuro" está así asegurado.

De modo que mi primer punto de consejo es: ¡Encuentra el "POR QUE"! Escríbelo, examínalo mentalmente... (¿Te mantendría en la lucha en los momentos más difíciles?)

### **Más pautas para ayudarte a encontrar tu "POR QUE:"**

- ¿Qué significa tu familia para ti?
- ¿Qué deseas para tu propio desarrollo personal?
- ¿Qué deseas alcanzar durante tu vida?
- ¿Qué es lo que te asusta de muerte?
- ¿Qué significaría para ti ayudar a otros a cambiar sus vidas?
- ¿Qué es lo que realmente te entusiasma en la vida?
- ¿Qué es lo que REALMENTE te enoja de tu vida?
- ¿Qué es lo que desearías darle a la gente que más amas?
- ¿Qué es lo que realmente te emociona?

### **Ponte Serio – ¡Envíame un Mensaje Electrónico!**

Es muy importante. Tú necesitas un "POR QUE", muy fuerte, por escrito y que te mantenga en actividad lo suficiente para que logres el éxito en los negocios. ¡Escúchame! ¡Escúchame! ¡Escúchame!!!!!!

Puede que todo esto te parezca extraño o misterioso; pero para mi, no hay nada en este negocio que no sea ameno, y emocionalmente estimulante y satisfactorio que entrar en los rincones más oscuros de tu psiquismo, identificar las cuevas de viejas frustraciones y venganzas; además odios insanos y deseos lujuriosos con sueños irrealizables, con viejas e inalcanzadas metas y muchas otras cosas maravillosas que hacen aquello que somos...

...Y luego DOMINARLAS todas para ayudarte a alcanzar lo que más deseas en la vida.

Mira bien, tú has estado nada más expresando el EFECTO de todo esto por mucho tiempo. Es ahora el momento de reconocerlo, revolverlo todo y USARLO PARA TU BENEFICIO.

De hecho, un contundente "POR QUE" es TAN PODEROSO, y lo he visto funcionar en GRANDE muchas veces, que yo no puedo detenerme en mi actitud de AYUDARTE a encontrar exactamente el "POR QUE" que es tu motor de impulso.

¡CARAMBA! Yo realmente me entusiasmo cuando analizo profundamente todo esto.

**De modo que cuando te sientas feliz con tu "POR QUE", envíame un e-Mail. Vamos a conversar de ello.**

Si yo puedo ayudarte a ser una persona de éxito... ayudarte a dominar los "demonios" y hacer lo que sea necesario, entonces me sentiré muy bien.

## Alguna Gente me Cansa.

Por otro lado, me fastidia trabajar con alguien que simplemente se acobarda y renuncia a sus ideales. Yo esto lo tomo personalmente y digo: "¿Qué puedo hacer para que no ocurra esto?"

La respuesta que obtengo es: "¡Asegúrate que tengan un 'POR QUE'... y asegúrate que tiene una fuerza de 99.9 por ciento!"

Enviar e-Mail a: <mailto:jolthoff@im-services.com>

¿Qué te motiva levantarte del sofá? ¿Qué te impulsa a apagar el televisor?  
¿Qué te motiva a llamar a alguien que ha requerido información acerca de tu negocio?, de modo que mi pregunta final es: "¿CUÁN MOTIVADO ESTÁS TÚ?"

**Aconsejar a otros le da significado y valor a mi vida. Me dirige hacia mi "POR QUE", y necesito saber cuán motivado tú estás para hacer lo que sea necesario para alcanzar el éxito.**

El primer paso es escribir tus "POR QUE." Pero si no puedes hacer este mínimo esfuerzo, quiero saberlo inmediatamente, de modo que pueda yo dedicar mi tiempo a alguien que si desea hacerlo.

## Están tus panecillos cocidos?

Mira, yo no quiero gritar pero **¡NECESITAS PRESTAR ATENCIÓN A ESTO!!!**

Escribe las 3 razones más grandes por las que tú DEBES SER EXITOSO.

Esto no es ningún infantilismo, tampoco una broma de aprendiz de empírico, ni ejercicio de muñeca de plástico. Esto es "vida real." Si no puedes hacerlo inmediatamente, entonces, siéntate frente a ese papel en blanco hasta que puedas hacerlo.

Escribe tus 3 razones y envíamelas por correo electrónico, te voy a ser sincero en mi apreciación. Si no haces esto, entonces tus panecillos no están aún listos, no están cocinados, están crudos. Si sigues así, vas a abandonar todo pronto, tu cabeza va a dar muchas vueltas hasta marearte y caer al suelo.

Si no hay "POR QUE", no hay ESPERANZA.

Noventa por ciento de gente que empieza un negocio nunca pueden escribir sus "razones." Pero si tú lo puedes hacer, eso es un muy buen signo e indicación de tu seriedad, de tus verdaderas intenciones y motivos.

**¡De modo que a escribir tus razones. Y que sean BUENAS RAZONES!**

Solamente tú sabes si ellas son suficientemente buenas para ti. De modo que escribe tres, luego piensa en algunas otras. Identifícate con ellas. Luego hazlas mucho más grandes. Trabaja en ellas hasta que exclames ¡EUREKA! ¡LO TENGO!  
Es entonces y sólo entonces que se puede decir que ¡estás en NEGOCIOS!



#3

## Tremenda Sorpresa en la Investigación

La Oportunidad Usa Nariz y  
Bigotes Postizos

Leí un libro en 1980, la verdad es que no recuerdo el título, pero trataba acerca de la "suerte." ¿Por qué es que hay gente con suerte? ¿Cómo es que

ocurre la suerte? ¿Se puede detectar la causa de la suerte? ¿Qué hace que la gente "con suerte" sea diferente de la gente "sin suerte"?

### ¿Alguien quiere una "Patita de Conejo"?

El autor hablaba a mucha gente que se consideraban "suertudos" y a otros "salados." El autor, estudió los incidentes de la vida de cada uno de ellos y luego tabuló los resultados. Finalmente se dedicó a estudiar las diferencias y similitudes entre los participantes llegando a una conclusión.

Su conclusión fue como una revelación para mí: "LA SUERTE NO OCURRE AL AZAR."

### La Suerte es el Resultado del "Efecto Telaraña."

La gente que construye "redes" tiende a tener suerte. La gente que no construye "redes" son "salados."

En otras palabras... 'cuanto más contactos establezcas en tu vida... cuanto más relaciones formes... cuanto menos puentes destruyas, mayor será el universo de gente que tendrá una fuerte y positiva impresión y sentimientos por ti... cuanto más gente tu alcances para ayudar, es más posible que tu tengas "suerte." Esto es simplemente fascinante. La más grande conclusión para mí fue "*¡CADA UNO ESTÁ EN CONTROL DE SU PROPIA SUERTE!*"

### Como Atrapar Moscas

¡ Es realmente sorprendente! ¿Verdad? Para tener suerte, simplemente teje unos hilos aquí, otro allá, en todo sitio.

¿Tiene esto sentido para ti? Cuantos más contactos tengas, mayor la probabilidad que te encuentres en "el lugar adecuado en el momento adecuado." En otras palabras, cuando algunos de tus contactos entran en

alguna gran oportunidad que es también perfecta para ti, tienes muchas posibilidades de participar de la oportunidad. Pero si tú nunca haces contactos, con seguridad nunca vas a saber de aquella oportunidad. Y si no usas tus habilidades de crear "Telarañas", tienes todas las posibilidades de ser uno de aquellos que sufren de "mala suerte."

**De modo que construye tus "telarañas" continuamente para aumentar tus posibilidades en el camino, cuando las buenas cosas ocurran.**

Existe un viejo dicho: "Cuanto más fuerte trabaje, más suerte tendré." Es verdad, especialmente si trabajas construyendo inter-relaciones con la gente. Linda y yo hemos estado involucrados en multiniveles desde 1978 y a tiempo completo desde 1991. Hemos construido amistades de por vida, y también un buen ingreso financiero. A lo largo de todo ese camino, hemos visto enormes cambios en la industria de los multiniveles.

## Entrega a tus Prospectos (Posibles Clientes y Asociados) una Mascota

Pero la gente no ha cambiado ni siquiera un poquito. Ellos aún quieren amor. Ellos aún quieren pasión en sus vidas personales y profesionales. Ellos desean grandes satisfacciones y salud, seguridad y logros, libertad y confianza, alegría e independencia financiera. La gente ha querido estas mismas cosas durante mil años y unos mil años después van a querer lo mismo. Los errores que veo que la gente comete en este negocio, me sorprende sobre manera... Las direcciones equivocadas que toman y lo improductivo y vano esfuerzo que hacen.

**Si deseas Felicidad, Fortuna y Logros en tu vida, si deseas una vida llena de suerte, necesitas crear inter-relaciones personales. Para hacer esto, necesitas estudiar a la gente y entenderlos. Si solamente hicieras eso, las oportunidades que se te van a presentar son interminables e incalculables.**

Aún así, vemos a muchos que desean esas cosas... pero ellos estudian más bien los hongos raspados debajo de las rocas extraídos por el monje con mandil de laboratorio la séptima noche después de la luna llena. ¡Hey! Tú definitivamente necesitas un gran producto en este negocio. Pero tu producto no es la magia, la MAGIA ERES TÚ.

## El Hombre que Causó el Declive de la IBM

Pero ahora te digo, yo estoy preocupado por tu futuro. Considera esto con mucho cuidado:

- Las grandes compañías, se comen a las pequeñas.
- Los puestos mejores pagados se trasladan a la India.
- Los avances tecnológicos ocurren de la noche a la mañana.
- Los productos van y vienen.
- Grandes Industrias pasan a la historia.
- La antigua Unión Soviética –uno de los dos superpoderes del planeta hace pocos años- ha desaparecido completamente.
- No hace mucho, IBM era “La Gran Azul”, considerada la corporación americana “de avanzada” con cientos de miles de empleados, invencible. Hoy en día, un solo hombre –Michael Dell- vende más computadoras personales que la IBM.
- Las compañías recortan los beneficios y las horas de trabajo de los empleados.
- Los llamados Sistemas de Administración de Salud o HMO’s cambian a su antojo los términos de los servicios de salud.
- El Seguro Social y el Medicare se encuentran bajo tremendas presiones y tensión al acercarse la edad de retiro de los trabajadores “Post-Guerra” conocidos en Inglés como BABY BOOMERS (bei-bi-bumers.)
- Grupos poderosos de intereses demandan que el gobierno HAGA ALGO.

Entonces te pregunto: ¿Cuán predecible es tu futuro?

**¿Que tal si de pronto te encuentras sin trabajo, sin ingresos, con toneladas de facturas por pagar, una familia a la que no puedes sostener, la presión creciendo y tus esperanzas llegando a cero?**

¿Cómo afrontarían tú y tu familia esta situación?

Y no me digas que eso nunca va a ocurrir. Ya ha ocurrido a innumerables otros en los últimos 20 años.

Y si eso pasó, ¿Conoces lo que dice la Ley de Murphy?

La Ley de Murphy dice lo siguiente: “Nada es nunca tan malo... Puede ser peor.”

## Tu Mejor y más Barata Solución

En mi opinión, tu mejor, menos costosa y muy posible de ser efectiva solución es estudiar a la gente. Estudia a la gente y usa lo que aprendas para **¡CONSTRUIR TU TELARAÑA AHORA!!!**

Obviamente no hay garantía contra una catástrofe, pero tu mejor protección es crear una red gigante de gente a quien has ayudado y que sienten simpatía y lealtad por ti.

**Nosotros podemos ayudarte a realizarlo. Creando nuestra propia telaraña gigante nos dio a Linda y a mi todo lo que siempre queríamos en la vida.**

He escrito este libro por que amamos la industria del mercadeo por redes, y deseamos retribuir a la sociedad algo de los beneficios adquiridos. Aprende que hacer. Luego construye una sola vez, construye en la forma correcta, estima y cuida de ella, y va a durar y sostenerte durante toda tu vida.

## Las Malas Nuevas

Es algo irónico.

- Las palabras nos atropellan en todas direcciones durante todo el día. Sin embargo la gente habla cada vez menos con otros.
- Podemos identificar a cada uno de los caracteres en nuestros amigos. Pero no podemos ni siquiera nombrar a nuestros vecinos más cercanos, ni aún a los que viven dos casas al lado de nosotros.
- La gente generalmente demanda: "¿Bueno que hay de bueno para mi?" Pero esta misma gente empieza a despotricar e insultar a todos cuando nadie se baja a ayudarles con una llanta ponchada.
- Los grandes diarios y redes de televisión públicamente "juran por la verdad." Pero la verdad es que aún al ganar el Premio Pulitzer, se está justificando la mentira.
- Las grandes corporaciones gastan toneladas en Planeamiento Integrado y Coordinación (cualquiera sea el significado de aquello.) Pero muchos de sus miembros preferirían enrolarse en algún culto antes de gastar un centavo en el desarrollo humano y la naturaleza humana.
- Los llamados "expertos en venta directa" catalogan a los sistemas de mercadeo de redes como una estafa. Pero aún así, si tú fueras una simple mosca posada en la pared, escucharías a ellos decir –cuando se juntan- lo idiotas que son sus compradores, y cuan fácil ha sido trasquilar esas ovejas.

Si tú deseas "trasquilar ovejas" este no es el lugar adecuado.

Si crees que "sentándote relajado", "sin hacer nada", "hágase rico, nosotros hacemos todo el trabajo", etc. No somos nosotros tus maestros adecuados.

## Las Buenas Nuevas

La buena nueva es que todas las malas nuevas abren una gigante oportunidad para ti.

Ahora... tú debes REALMENTE desear AYUDAR A OTROS.

Esto no se puede fingir. O tienes o no tienes esa intención y voluntad. La gente lo sabe, ayudando auténticamente a otros rompe barreras. Y como Zig Ziglar dice: "Tú puedes tener todo lo que deseas en la vida, si ayudas a una cantidad suficiente de gente a conseguir lo que ellos desean."

**La Confianza es la emoción predominante en el Mercadeo de Redes. Tienes que ganártela. La ganas al hacer consistentemente lo que es mejor para tu gente.**

De modo que lo primero que necesitas es gente. Debes volverte un experto en desarrollar y construir inter-relaciones personales.

Nosotros podemos ayudarte. Este libro es un buen lugar para empezar a aprender.

## Decisiones "De Corazón" vs. "Decisiones de Cabeza"

Las decisiones "de Corazón" corren profundas y duran mucho más que las decisiones "de Cabeza."

Las relaciones de mercadeo directas, basadas en dinero y productos, desaparecen tan pronto como la competencia mejora sus productos o disminuye sus precios. Pero los hábitos de mercadeo de redes, basados en motivaciones elevadas y conexiones emocionales, son casi imposibles de romper.

**Si deseas inspirar a la gente a que aprenda, crezca, se desarrolle, consiga el éxito, y logren ser todo lo que desean ser, nosotros podemos ayudarte.**

Al final, tienes que tener o haber desarrollado tus propias habilidades y conocimiento. Y no importa lo que el futuro pueda traer a tu compañía, en tanto que ganes habilidades en inter-relaciones personales y conocimiento, tus ingresos serán cada vez más seguros. Si has empezado a construir tu telaraña, y estás tratando a la gente en forma correcta... entonces, si algo inesperado ocurre que pretende arruinar tu negocio, tu gente te seguirá a donde tú vayas. Esto es VERDADERA SEGURIDAD.



#4

## ¡Empápate de Conocimientos sobre Mercadeo de Multinivel!

El Mercadeo de Redes NO es lo que ellos te dicen

**Mercadeo Directo es un "Juego de Números."**

**Mercadeo de Redes y Multiniveles es un "Juego de Inter-Relaciones."**

Donde los "mercaderes de redes" están mal es en que muchos de ellos son en realidad "aprendices" de mercadeo directo. Es fácil darse cuenta de ellos debido a su frase favorita "Los multiniveles son solamente un juego de números." Quizá cegados por las ganancias oscuras obtenidas, eliminan mental y efectivamente la parte de inter-relación humana del proceso.

**Pero es la inter-relación lo que ES EL PROCESO. Es el Mercadeo de Redes.**

Mercadeo de Redes NO ES simplemente un "Juego de Números." La gente es gente, no números. Ellos tienen metas, sueños y deseos. Son madres, padres, hermanas, hermanos, tías, tíos, sobrinas, sobrinos, abuelas y abuelos de gente que los ama.

La basura del "Juego de Números" enseña a la gente a ser "reclutadores", no patrocinadores. Recluta, recluta, recluta, números, números, números.

### La Daga en el Corazón

Un reclutador nunca conoce los "POR QUE" de la gente que ha patrocinado. Tampoco conoce sus sueños, metas, nombre de sus esposos o esposas, o de sus niños. Todo se reduce a números.

**Los productos aparecen y desaparecen. Las compañías aparecen y desaparecen. Sin embargo tu “Telaraña”, si la has construido correctamente, y la tratas correctamente, durará para siempre.**

Pero si la tratas como simplemente otra “fuente de ingresos” –al estilo mercadeo directo-, lo que estás haciendo es cambiar tu estabilidad a largo plazo por ingresos a corto plazo.

Yo definitivamente no forzaría a nadie a “inscribirse.” Esta idea vuelve locos a los expertos en mercadeo directo. Pero en mercadeo de redes esto es como hundir una daga en el corazón de la gente a la que se obliga a “inscribirse” cualquiera sea el método.

¿Por qué?

Por que si lo tienes que casi obligar para que se inscriba, cada mes, tienes que prácticamente obligarlo a que haga algo de trabajo.

Ellos tienen que efectuar su trabajo por si mismos. Cuando ellos vean la validez, la fortaleza de lo que ofreces con tus consejos, tu guía, tu oportunidad, tus productos y servicios, así mismo tu sistema, tu administración, tu oficina, tus tele conferencias, etcétera, entonces ellos se auto motivarán y efectuarán su trabajo.

Hay miles de formas de construir un negocio de mercadeo de redes.

**Pero hay una sola forma de construir tu “Telaraña” para un éxito de por vida. Esta forma es la de construir inter-relaciones. Para hacer ello, necesitas convertirte en un “consejero” en un “mentor” con un corazón de sirviente. Cuando lo hagas, la misma gente te va a pedir que POR FAVOR los patrocines en tu negocio.**

Mira, no hay nada malo con el mercadeo directo; pero honestamente, “es lo que es.”

Hablemos pues de Mercadeo Directo por un momento, y por que es que gusta a muchos.

**¿Tiene aceite WD-40 tu bistec?**

Los que hacen mercadeo directo venden productos directamente a los consumidores. Funcionan como Tele-Marketers (Mercadeo a Distancia), órdenes por correo, venta “cara a cara”, mercadeo por la Internet... y la gente que es dueña de compañías que hacen todas esas funciones juntas.

Los que hacen mercadeo directo miden su productividad en números. Ellos desean “lo más grande”, “lo más alto”, “lo más duradero.” El lema de ellos prácticamente se puede resumir en “COMPRA O DESAPARECE DE MI CAMINO, ¡EL QUE SIGUE!

Para los que hacen Mercadeo Directo, la estrategia de “inter-relaciones de mercadeo” tiene un objetivo final: VALOR MONETARIO (las re-órdenes son mejores.) Ellos investigan y discuten con otros acerca de los mejores medios de “automatizar” las relaciones de mercado.

¿Automatizar las inter-relaciones?

¡Hey! ¿Conoces la "novedad" llamada T-Bone Steak? Parece 100% real

¿verdad?, pero es solamente plástico.

Si te sientes cómodo con la "novedad" en las inter-relaciones personales, entonces el Mercadeo de Redes no es para ti.

Y hablando de "novedad" en las inter-relaciones...

## Dos Formas de Evitar que tu Próxima Esposa te pida un "Acuerdo Prenupcial Financiero."

La primera forma es probablemente la más fácil: NO EMPIECES NINGÚN NEGOCIO DESDE TU CASA.

Pero si tienes una buena relación, un negocio exitoso desde tu casa puede impulsarte al siguiente nivel en tu vida, con más tiempo para dedicar a la familia, y los ingresos que te permitirán hacer lo que desees.

Yo he visto esto muchas veces en los multiniveles y ciertamente funcionó para Linda y para mí.

Pero también he visto otros casos donde el éxito fue la última espiga en un matrimonio en ruinas. Uno u otro de los esposos vieron en la actividad de Multinivel como la oportunidad para buscarse otra relación.

**Desafortunadamente... con mucha frecuencia, sus negocio en seguida colapsó. Es bien simple entenderlo, la vida demanda lo que le corresponde.**

La segunda forma de evitar un acuerdo prenupcial financiero con tu siguiente esposa o esposo es inscribirse con un Mercader Directo. Cuando este mercader se transforma a Multinivel, su lema es "Reclutar, Reclutar, Reclutar, Vender, Vender, Vender, Vender." Entonces empiezan por venderte una tonelada de casetes, CD's, publicidad, listas de futuros prospectos y candidatos, Páginas de Internet, y otras herramientas para "ayudarte" a reclutar gente y vender productos.

De ese modo terminas sobregirando tus tarjetas de crédito, y liquidando tus vacías cuentas de banco.

Al final, cuando viene el divorcio, no tienes nada como propiedad por la que puedas preocuparte nunca más... si es que encuentras a alguien tan "especial" o "loco/a" para pensar en casarse contigo.

Lo que necesitas entonces es "ENTRENAMIENTO EN INTER-RELACIONES PERSONALES." Obviamente esto es inexistente con los que hacen Mercadeo Directo.

**Mercadeo de Redes es más bien un Juego de Inter-Relaciones.**

El Mercadeo de Multinivel (MLM) es un asunto de inter-relaciones personales. No es un negocio de ventas. No es Venta Directa. Es tú y yo trabajando juntos para crear un efecto más poderoso que la suma de las partes.

Por ejemplo...

## 1978 – La Frase que puso mi vida “Boca Abajo”

En los inicios de 1970, aprendí carpintería y tenía mi propio negocio de construcción, construir casas. Una tarde de 1978, un caballero llegó a nuestra casa y nos dijo algo que realmente me llamó la atención.

El me dijo: “Michael, ¿Qué dirías si te muestro una forma de trabajar construyendo estas casas por un poquito menos de dinero... pero luego estas casas te producirían dinero por el resto de tu vida, un ingreso económico permanente? Inclusive recibirías dinero si dejas de trabajar y nunca más construyeras otra casa, esos cheques continuarían llegando uno detrás de otro.” Yo le dije: “Hombre, eso es formidable, me entusiasma, ¿Cómo puede eso ser posible?”

Y él respondió: “Bueno, existe una oportunidad que crea ingresos residuales tales como los que te he descrito. Hoy trabajas duro, y creas una ‘casilla de correo de Ingresos’, que continúa recibiendo dinero, inclusive si tú dejas de hacer lo que estás haciendo.”

Esa fue la primera vez que yo escuché sobre Mercadeo de Redes. De modo que dediqué 7 años rompiéndome el lomo, trabajando, de esclavo en mi negocio de carpintería. La simple idea de “recibir mi pago en el futuro” por trabajos que hago ahora, realmente cautivó mi atención.

## La REALIDAD Acerca del Mercadeo de Redes

Y él dijo: “El hecho es, tú has estado haciendo mercadeo de redes por recomendaciones o publicidad “de boca”, todos y cada uno de los días desde que tenías 5 años de edad. Le dijiste a tu mamá y papá que tipo de zapatos deportivos querías, tu cereal favorito, camisas, guantes de béisbol, libros, películas, restaurantes, y todo tipo de cosas.

De ese modo has estado haciendo promoción muchas cosas desde los cinco años. Pero nunca te pagaron un céntimo por ese trabajo.”

“Con mi compañía sí que vas a recibir un cheque.”

Es así que Linda y yo estudiamos lo que ellos estaban haciendo. Nos unimos a la oportunidad. Eventualmente esa compañía fue comprada por otra que aún está en vigencia hoy en día.

**Y efectivamente, aún recibimos cheques de ese negocio en el que nos inscribimos hace 25 años. ¿No es esto increíble?**

Bueno, eso es una “TELARAÑA.”

Si realmente deseas iniciar una cosa parecida, el mejor lugar para empezar es construyendo inter-relaciones. Nosotros te ayudamos. Un ermitaño inclusive, si lo desea, puede resultar siendo muy bueno en Mercadeo de Redes.

¿Cómo?

Aprende todo acerca de la gente. Estudia a la gente. Construye tu "Telaraña." Constrúyela correctamente. Constrúyela una sola vez. Luego enseña a tus contactos para hacer lo mismo. Si te dedicas y la cuidas, dura una eternidad, no importa cuántas y cuáles oportunidades se presenten y desaparezcan. Sin embargo debes recordar esto:

## El Juramento del Boy Scout (Niño Explorador)

Tu primera dedicación debe ser a tu gente, no a tus GANANCIAS PERSONALES. Para la mayoría de Mercaderes Directos, la dedicación # 1 es SUS GANANCIAS. Sin embargo eso no es correcto o incorrecto, es lo que es "Mercadeo Directo." El efecto negativo es que muchos de ellos venderían cualquier cosa o todo, inclusive sin probar ellos mismos los productos (como muchos afiliados a través de la Internet lo hacen.)

Cuando los Mercaderes de Redes hacen eso, la confianza y la lealtad desaparecen. Tu telaraña se desintegra. No hay esperanzas.

## Mi Consejero y Maestro – El Mercader más Brillante que Conozco

... Es Tom "Big Al" Schreiter. Déjeme decirle por qué.

El viaja por todo el mundo haciendo estos cortos seminarios de 2 a 3 horas. Quizá cobra \$5.00 para cubrir los costos del alojamiento. Algunas veces es gratis.

¿Por qué lo hace?

Por que además es propietario de una compañía de Mercadeo de Redes. Y cuando viaja a Tampa, Florida, usualmente tiene 2 ó 3 líderes en su compañía quienes lo encuentran allá. El los invita a cenar. Les invita el almuerzo. El construye una inter-relación con ellos. Les estrecha las manos. Uno nunca tiene que sacar, nunca, nunca, nunca nada de dinero de sus bolsillos para pagar nada cuando uno está junto a Tom Schreiter. Él paga por el almuerzo, él paga por la cena. Y si se presentan 20 personas, él paga por todo.

**Entonces, esto NUNCA ha sido un "Juego de Números" para Tom Schreiter. El construye estas inter-relaciones por que sabe un pequeño secreto acerca del mercadeo de redes.**

En algún momento en la historia de tu compañía, quizá algunas de las etiquetas de los productos están arrugadas o un poco rotas. Otras veces no hay producto a la mano, de modo que hay ciertos retrasos en la entrega, pues es gente la que trabaja en estos negocios. Existen imperfecciones. Él sabe esto. De modo que él construye inter-relaciones personales con su gente de tal manera que aunque las etiquetas resulten arrugadas y los cheques con cierto retraso, o los

productos se hayan retrasado algo en su distribución... él sabe que siempre va a contar contigo, que no vas a renunciar debido a esos hechos humanos, por que tienes ese tipo de relación con él. Él quiere estar seguro de ello personalmente, uno a uno.

Nosotros lo hacemos con nuestras llamadas de entrenamiento. El secreto del Mercadeo de Redes es la RETENCIÓN, RETENCIÓN, RETENCIÓN, RETENCIÓN.

## ¡Conserva tu Gente o Muere!

**Para tener opción de construir esas inter-relaciones y obtener esa Retención tú debes:**

1. Escoger una compañía con productos de consumo que marque una diferencia real en las vidas de tu gente y sus seres queridos. **El Mercadeo de Redes es un negocio de inter-relaciones, y también un negocio basado en TESTIMONIOS.** Para que tu gente sea exitosa con publicidad de boca, necesitan un testimonio poderoso para los productos que a ellos les gusta.
2. Ofrece un valor mayor para el consumidor (y el valor que ofreces incluye mucho más que simplemente los productos), que te permiten construir un muy atractivo ingreso personal.
3. Conoce a tu gente. Aprende lo que ellos realmente desean para sus vidas. Ayúdalos a elaborar sus "POR QUE." Haz todo lo que puedas para hacerlos sentir valiosos y que reciben los cuidados que se merecen; pues por ello es que van a ser leales para siempre. Dales la atención personal y así mismo el respeto y admiración que merecen. Pero si tu gente te ve y considera como un genio del Mercadeo Directo, entonces tú considérate perdido en el espacio. **Si ellos te ven como un amigo y confidente especial en quien pueden confiar y a quien pueden recurrir, entonces vas por buen camino.**

Pero por supuesto hay Mercaderes Directos que lo hacen correctamente:

Joyce Clyde Hall se elevó de la pobreza para crear y construir la compañía de Tarjetas Conmemorativas Hallmark.

Al inicio de los años 50, él empezó "El Salón de la Fama Hallmark" (Hallmark Hall of Fame), que era la serie dramática más vista y más duradera de la televisión. Los shows son consistentemente grandes. Aún los comerciales –que se conocen hoy en día como "Momentos Hallmark", te tocan el corazón.

Hallmark prueba así que enfocándose en la calidad, lealtad y construcción de inter-relaciones personales, no solamente resulta ser lo correcto, sino económicamente productivo también.

**El Mercadeo de Redes o Multinivel es una Parada Móvil**

La gente se une. La gente renuncia. Algunos ni siquiera empiezan, solamente se unen cuando llenan su aplicación.

Tú necesitas gente entrenable con un fuerte deseo de triunfar y una base ética sólida. Ellos van a construir tu negocio. Tú los vas a reconocer, ya que ellos levantan sus manos y dicen quién son. Ellos son los que van a enviarte sus "POR QUE." Entonces tú los guías hacia la productividad, y ellos vienen siendo parte de tu "telaraña."

Vista las cosas de este modo... no puedes tratarlos como "números." Pero cuanto a más gente le hables, mayores opciones tienes de encontrar a alguien quien tiene ya miles en su "telaraña" y que pueda producir toneladas de ingresos para ti. Esto pasa cuando trabajas en este negocio.

**¿Sabías que la mayoría de gente al llegar a los 65 años, generalmente tiene su "auto-valúo" (valor personal en términos monetarios) en negativo?**

**Ni tú ni yo podemos cambiar esa realidad.**

El Mercadeo Directo NUNCA les ayudaría.

## La UNICA Persona a quien Debes Dedicar tu Tiempo

Pero con seguridad tú y yo podemos ayudar a algunos de ellos... aquellos que nos dicen que necesitan nuestra ayuda. No debemos perseguirlos para convencerlos ni nada por el estilo. **Tú estás buscando gente que te está buscando a ti.**

Cuando los encuentres, enséñales, aconséjales, guíalos y entrénalos para construir su propia "telaraña." Esas son las personas que te devuelven la confianza y la lealtad que hace que el Mercadeo de Redes sea una actividad formidable.



#5

## ¡Haz lo ÚNICO que Importa!

### 10 Errores que se Cometen al Vender Hamburguesas

Digamos que tú y yo abrimos por separado nuestros restaurantes de comida rápida o al paso. Luego apostamos a quién puede vender más hamburguesas.

**¿Qué ventajas quisieras tú tener que te ayuden a ganar nuestra apuesta?**

¿Tú quieres bistec Grado A de Angus (vaca fina de Aberdeen-Norte de Escocia)?

¿Panecillos de semillas de sésamo?

¿Sabrosa hamburguesa vegetal para aquellos que no comen carne?

¿Las más sabrosas y crocantes papitas fritas?

¿Muy buen ambiente, que le guste a la gente para volver a visitar?

¿O quizá sillones muy cómodos... de modo que puedan comer e irse rápido?

¿Un salón de entretenimiento para niños?

¿Los precios más bajos posibles?, ¿eso también?

Encima de todo ello un excelente cocinero, tú, ¿seguro?

Pero en fin, concedido todo ello, ¡hecho! ¡Hecho! ¡Hecho! y ¡hecho!

¿Qué? ¿Crees que estoy escondiendo algo?, ¡Okay!

¿Una excelente ubicación también?

¡Dios mío, me estás exprimiendo!

Pero bueno, te concedo todo lo que pidas, más la intersección más transitada de la ciudad.

**De hecho, te concedo TODO LO QUE PIDAS, todas las ventajas que quieras, las tienes.**

¿Satisfecho?

Que bueno para ti.

En cuanto a mí, yo solamente quiero una ventaja. Si me la concedes, al momento de vender las hamburguesas, te vas a quedar sin pantalones.

**La única ventaja que yo quiero es MUCHA GENTE HAMBRIENTA.**

## ¡Tienes una Tonelada de Tareas esta Noche!

En el Mercadeo de Multinivel, vemos gente que todo el tiempo está estudiando, estudiando, estudiando, investigando, investigando, investigando... simplemente para encontrar el PRODUCTO PERFECTO. Algunos están por meses y a veces años preparándose para hacer algo.

Esto parece algo alocado, pero con seguridad te digo, que es verdad. El hecho es que, existen TONELADAS de productos en el mercado de Multinivel que son 90% muy buenos, o mejores. Pero a pesar de tener digamos el 91% o hasta el 96% de perfección de producto, eso nada tiene que ver con que tú seas exitoso o no.

Entonces lo único que tienes que hacer es conseguir un buen producto ¡HOY!

**Luego usa tu tiempo estudiando a la gente... luego aprende a encontrar a la gente HAMBRIENTA de lo que tú ofreces.**

¿Qué es lo que tus distribuidores y clientes quieren apasionadamente?

¿Cómo es que sus deseos los llevan a decidir comprar?

¿Qué es lo que los vuelve hiperactivos cuando están buscando una oportunidad?

¿Qué hace que se alejen en busca de nuevos campos?

¿Serán los productos o el plan de compensación?

**El Mercadeo de Multinivel es el primer y más importante negocio de la gente.**

Punto.

Eres tú y yo juntos creando un efecto mucho más grande que simplemente la suma de las partes.

Es orientado a ganancias, ya que la gente usa los productos. Y a ti también te pagan cuando la gente patrocinada por los tuyos usa los productos, hasta varios niveles.

## Invita al Chofer del Autobús a Almorzar

No interesa lo que aprendas durante toda tu vida, nada es tan emocionalmente o financieramente recompensante que aprender todo sobre la gente.

Resulta valioso dedicar algún tiempo a la gente que no conoces, que ejecutan trabajos que jamás imaginaste hacer, simplemente escúchalos, conoce acerca de ellos, haz preguntas.

No estamos hablando aquí de RECLUTAR. Estamos más bien involucrados en RELACIONARNOS.

Todo el tiempo que ahora dediques a entender a otra gente y como piensan, te va a recompensar muchas veces más en el futuro.

## Trabaja inteligentemente – Fracasa

Si pudieras trabajar durante 3 años y construir algo que te produzca \$50,000 al mes, no harías eso en vez de algo que solamente te produzca \$5,000 mensual? Linda y yo empezamos en 1978, y simplemente fallamos. Trabajamos duro hasta quedarnos exhaustos por una u otra razón. Pero luego nos levantábamos y a empezar de nuevo.

Nos tomó algo de tiempo. Fallamos y fallamos hasta que encontramos un consejero o “mentor” en 1991.

Encontramos a alguien que era exitoso, y que había conquistado los caminos que nosotros empezábamos a recorrer. Compramos cada libro, casete, etc, que él había publicado.

## Toca las Fibras más Delicadas de tus Prospectos (Posibles Clientes o Asociados)

Yo aprendí todo de Tom “Big Al” Schreiter. Me conecté, absorbí todo. Escuchaba todos sus álbumes mientras manejaba. Hacía toneladas de anotaciones mientras viajaba por la autopista. No, nunca tuve un accidente tampoco.

Una pregunta que escuchaba frecuentemente era:

**“¿Por qué alguna gente TRIUNFA, mientras que otros NUNCA logran hacerlo?”**

Y la respuesta que continuaba apareciendo siempre era la siguiente:

La gente exitosa hizo el esfuerzo de entender aquello que hace que la gente sintonice... se motive... la razón por la que eligen lo que eligen.

Esto es lo que realmente me llevó al estudio de las personalidades.

Algo así como 400 años antes de Jesucristo, el médico y filósofo Hipócrates escribió acerca de las cuatro personalidades básicas.

Fue en 1921 que el Dr. Carl Jung, escribió el tratado más detallado sobre el tema. El llamó a esas cuatro personalidades: Sensible, Censor, Pensador e Intuitivo.

Mucho después fue Florence Littauer que nombró a esos tipos de personalidad como ***Flemático, Sanguíneo, Melancólico y Colérico.***

Desde ese entonces, muchos otros expertos han escrito libros, producido grabaciones sobre este tema, incluyendo:

- Michael O’Connor
- Kathryn Briggs
- Dr. Tony Alexandra
- Jim Cathcart
- Tim Lahaye
- Dr. Bernice McCarthy

- Jerry Clark

Aquí queremos agradecer personalmente a todos aquellos que han contribuido a la base de datos sobre tipos de personalidad. Sus investigaciones y conclusiones constituyen la base para nuestro programa de entrenamiento para consejeros y mentores.

## Colores Para el Éxito

No conozco otra rama del conocimiento que cuando se usa correctamente, pueda tener un impacto tan positivo en tu vida o en tu negocio.

Esto funciona.

La gente generalmente se duerme cuando empiezan a escuchar: "flemático", "sanguíneo", "melancólico", y "colérico." Pero si le hablas de "COLORES", es mejor y más fácil cautivar su atención; de modo que ellos puedan convertirse en expertos en detectar personalidades, lo que redundará en beneficios para que puedan alcanzar sus ideales.

Puedes obtener el CD de entrenamiento completo a través de:

<http://drolthoff.colortosuccess.com>

En seguida un breve resumen de nuestro entrenamiento:

# AMARILLO

Constituyen el 35% de la población. Ellos son enfermeras, maestros, trabajadores de las naciones unidas... los "nutridores." Ellos entregan el corazón. No tienen tiempo para si mismos, ya que su naturaleza es "dar a todos."

Los amarillos han construido algunas de las más grandes y exitosas organizaciones en mercadeo de redes... siempre que tengan la fe en que pueden lograrlo.

## Como Patrocinar un Amarillo

A fin de alcanzar la cima, necesitas aprender a ser como un camaleón.

A los Amarillos no les gusta que les vendan. A ellos no les gusta gente exigente o que presiona, vendedores agresivos.

Cuando hables con un Amarillo, tienes que volverte amarillo. Habla lentamente. Refrena tu excitación. Baja el volumen de tu voz. Los Amarillos ven la "excitación" como extravagancia y exageración, inmediatamente detectan que estás tratando de venderles algo. Nunca les digas que pueden "ganar más de \$10,000 al mes", por que simplemente eso los anula y pierdes el contacto.

En vez de ello, habla de otras cosas. Evita hablar de “negocios”, habla acerca de la familia, sus vacaciones.

Los Amarillos no pueden imaginarse metidos en planes de compensación tipo escalera o con escalones o pisos que ascender. Ellos tienen que estar en planes en los cuales hay gente debajo de gente, de otra gente, de otros, etc. Ellos reaccionan mejor en cualquier tipo de plan “infinito” y que paga en “profundidad.”

Nunca van a estar felices en un plan de compensación de un solo nivel, o de tipo escalera con “promociones” donde pones 5 personas en tu línea principal, hasta alcanzar “ciertos volúmenes”, y que luego pones otros 5 en otro frente en línea, etc.

**El éxito aquí, requiere de todo tu tiempo, usado en un reclutamiento masivo de primer nivel. Esto no funciona para los Amarillos.**

Las estadísticas de la industria del mercadeo de Multinivel muestran que el promedio de mercader de redes solamente patrocina a 2.7 personas. De modo que si uno de tus Amarillos patrocina a 3 personas... y si tienen que ampliar a 5 en ancho, entonces no han hecho nada. Sin embargo con un ancho de 2 personas pueden colocar a uno sus 3, debajo de alguien más.

Otras personas en promedio pueden patrocinar 3

Bueno, de todos modos, siempre hay algunas “expansiones.” Y luego aquí y acá, puede que encuentres a alguien serio para construir negocios y que patrocinan entre 8 y 10 personas por mes, y esto amplía estas expansiones. Cuanta más gente trabaja unida, tú obtienes más sinergia. Este tipo de plan de compensación funciona muy bien con los Amarillos.

## Azules

Los AZULES, simplemente quieren divertirse un poco. Componen el 15% de la población.

Ellos están siempre en algún tipo de negocio de ventas. Se cambian de programa en programa, y luego a otro más, buscando un poco de entretenimiento. Esta es la gente más creativa del planeta.

Un Azul se da cuenta de la situación instantáneamente. Ellos no necesitan o desean enterarse de los detalles. Los Azules pueden comerse un elefante, pero no en una sola comida.

## Como Patrocinar a un Azul

Ellos son lo mismo que los Amarillos en cuanto se refiere al plan de compensación. En el mismo plan de compensación, ellos pueden profundizar, luego crear una expansión masiva y muchas cosas simplemente ocurren rápidamente para ellos. Eso es lo que los mantiene estimulados, de modo que se mantienen en el negocio.

Con un Azul tienes que hablar emocionadamente, sentirte estimulado. Habla de ir a bucear con S.C.U.B.A., o también práctica de CAIDA LIBRE, bastante alegría y entretenimiento. Esto es lo que los fascina. Por ejemplo podrías decir: "¡Hey, cuando me busques en el aeropuerto, yo voy a estar usando una camisa Hawaiana; me identificarás rápido por el tremendo sombrero que traeré puesto!" Y esto es exactamente de lo que quieren hablar.

Ellos hablan acerca de vacaciones y la familia, pero sobre todo desean hablar de cosas amenas que van a hacer.

# Verdes

Los Verdes son el 35% de la población. Son gente analítica. Analizan hasta morir. Ellos se han perdido millones de dólares por que analizan por mucho tiempo.

Los Verdes pueden tomar las ideas de los Azules y llevarlas al siguiente nivel. Ellos están cómodos en cualquier tipo de Plan de Compensación complicado. Les fascina descubrir el bono al comandante de la nave súper estrella espacial que fue pagado en los niveles 3, 9 y 12, en noches de luna llena alternadas.

# Como Patrocinar a un Verde

Los Verdes creen que son las personas más inteligentes del planeta. Con un Verde, en 2 ó 3 minutos, sabes que estás frente a un Verde. Ellos quieren todos los detalles.

Tú no les vas a vender. Ni lo trates. Ellos tienen que convencerse por si mismos. Ellos son los que van a visitar la página de la Internet, van a escuchar las llamadas en conferencia. Van a explorar otros sitios de la Internet, y los enlaces o "links" que ellos tienen. Si tú tienes 27 enlaces o "links" en tu página, ellos van a explorar todos esos enlaces. Van a leer todos los testimonios, todos los artículos publicados, etc.

Ten cuidado al hablar, usa las palabras correctamente con un Verde. No hables muy rápido, pero tampoco muy lento. Tienes que ser frontal o directo. Dales toda la información que quieran. Contesta todas sus preguntas. Incluso dales otras direcciones de páginas de la Internet para que visiten.

No trates de llamarlos para contestar sus preguntas o si los interrumpes, se van a sentir "atropellados" y te van a ver como "exigente." Deja más bien que estos Verdes analicen la información en su propio tiempo.

Pero en una o dos semanas, son ellos los que te van a llamar, quizá para pedirte más información o por que están listos para empezar. Es así que ellos se "han vendido así mismos;" han decidido que es el negocio perfecto. Estos Verdes van a comerse un elefante en una sola sesión, en una sola cena. Y esta es la forma en que van a construir su negocio.

## Rojos

Los Rojos son el 15% de la población. Ellos están motivados por el dinero y enfocados en dinero.

No pierdas tiempo hablándoles acerca de tu familia o tus vacaciones.

A ellos muy poco les interesa eso.

Ellos saben que si tú te casas, se supone que debes tener hijos. Si tienes hijos, se supone que tienes que tomar vacaciones con la familia. Punto. Ellos no quieren hablar de cosas que son obvias.

## Como Patrocinar un Rojo

Ellos desean hablar del dinero, dinero, dinero, dinero.

Ellos evolucionan muy bien en un sistema de compensación de escaleras, por que ellos "saben" que el negocio de mercadeo de redes es un asunto de ventas. Para ellos, es vender, vender, vender y vender. En un sistema de escalera, ellos pueden poner 5 personas en su primera línea. Si solamente uno de ellos produce, nunca se preocupan por poner a alguien "debajo" de ellos. Ellos siempre están buscando sus "productores", "estrellas", "calientes", alguien que como ellos construyan, construyan, construyan, construyan.

Ellos saben muy bien que una vez que la primera persona productiva en su primer grupo o línea, alcance el nivel de \$50,0001, lo van a perder, y sus ingresos van a bajar del 15% al 5%, por el efecto de crear "nuevas organizaciones" ya que el otro 10% va a ser absorbido por el que creó la nueva organización.

Eso está bien para un Rojo, por que ellos entienden que su trabajo es encontrar otros Rojos de modo que continúen manteniendo ese 5% de retención. Pues al final, para ellos es un asunto de ventas, punto.

**Los Rojos son como los CEO's o presidentes de corporaciones que "hacen que se ejecute el trabajo", y créelo o no todo el mundo los busca por esta característica.**

Sin embargo todo ello es una falacia (fantasía.) El hecho es que los Rojos son solamente el 15% de la población, y no son "entrenables." Ellos son los que tienen los Egos más grandes y poderosos. Ellos comandan a la gente como si

fueran soldaditos de plomo. Eso trabaja en las corporaciones, pero **NO EN MERCADEO DE REDES.**

Cuando un Rojo demanda que la gente se una a las "llamadas en conferencia", lo que hace es ahuyentar a su gente; la gente lo va a dejar.

Por otro lado, los Rojos son muy bien conectados. Uno siempre quiere patrocinar Rojos, pues ellos son los que le van a uno a poner en contacto con gente influyente y poderosa. Ellos conocen a gentes de negocios, dueños de empresas, gobernadores, alcaldes, líderes políticos, etc.

De modo que a apuntarle a los Rojos, pero no se te ocurra querer "entrenarlos" o "aconsejarles" u "orientarlos", tenlo por seguro, eso no va a ocurrir. Deja que ellos se entrenen por si solos; de todos modos, no tienes elección. Si tratas de forzar tu actitud de otro modo, pierdes tus Rojos.

**La cosa es que Mercadeo de Redes no es un negocio de ventas. Es un negocio de Enseñanza y Consejos.**

Eso es lo que yo aprendí de Tom "Big Al" Schreiter.

Cuando encuentras gente masivamente exitosa en un sistema de escalera como plan de compensación, ellos casi seguro son Rojos, la "gente de ventas." Pero con este tipo de plan, la retención es muy baja –como vimos anteriormente (5%.) Si ellos reclutan por decir 100 personas en un año, todo lo que tienen al final del año son 5 personas, no importa sus "figuras" de reclutamiento o las estadísticas que ellos exhiban. Solamente 5 de todos esos 100 son los que van a seguir junto a ellos.

Mientras que con un Amarillo, si ellos enrolan o patrocinan 100 gentes en un año, les van a enseñar y aconsejar y guiar; luego van a trabajar en conjunto y en profundidad en todas las "líneas" y con ello van a garantizar un 60 a 70 por ciento de retención al final del año. Sesenta a Setenta o más por ciento que los van a seguir acompañando; quizá año tras año.

## El Encuentro de Saddam Hussein con el Dr. Phil

Cada persona es una mezcla de colores, lo cual hace que muestren diferentes variantes de personalidad, quizá en diferentes momentos de su vida.

Dicho eso, pues yo nunca conocí en persona a Saddam Hussein, pero por lo que he visto, parecería ser una persona muy Roja, o "venta fuerte" en mi opinión.

Además exhibe muy pocos atributos de analítico, orientado a lo ameno o amoroso con la gente. ¿Estamos de acuerdo?

Yo adivino más o menos esta mezcla: 75% Rojo + 12% Verde + 8% Azul + 5% Amarillo.

Adivino también que el Dr. Phil es una mezcla de: 40% Amarillo + 25% Rojo + 25% Azul + 10% Verde.

Entonces, ¿que pasa si Saddam se encuentra con el Dr. Phil?

Si esa reunión ocurriera, sería la noticia del año, o por lo menos la más vista en los noticieros de impacto.

Pero... ¿Cuál es el punto de esta comparación?

Bien, cuando conoces y escuchas a la gente, te habitúas a detectar rápidamente los colores de la gente y por ende sus personalidades. Usa las claves que te hemos mostrado. Usa esta técnica de colores todos los días. Haz de esto un hábito hasta que se vuelva inconsciente –como cuando manejamos el auto- y estoy seguro que te vas a regocijar que lo hiciste, pues los beneficios para tu avance al éxito van a ser tremendos al conocer a la gente.

## La Oportunidad tiene PIERNAS MUY LARGAS.

La otra observación es que el 85% de la población (Azules + Verdes + Amarillos) o trabajan muy bien o dan lo mejor de ellos en el mercadeo de redes con planes de compensación enfocados en profundidad o en infinidad. Mientras que los Rojos (15%) dan lo mejor de ellos en planes de compensación horizontal o de un solo nivel (en ancho ilimitado.)

Decide por ti mismo, pero es mejor tener los porcentajes a tu lado cuanto más sea posible.

## Un Concepto que Cambió mi Vida

No puedo empezar como decirte cuan diferente es mi vida desde que aprendí a detectar y trabajar con cada una de estas personalidades.

**Quizá la opción más grande es esta: para detectar estas personalidades, ¡debes ESCUCHAR a la gente!** Y cosas maravillosas van a ocurrir cuando efectivamente los escuches.

Cada uno de nosotros somos mezcla de estos colores, en mi caso: yo soy 40% Azul + 30% Rojo + 20% Verde + 10% Amarillo. Aún así, yo soy un camaleón cuando se trata de inter-actuar con la gente y conocerlos.

Eso es lo que hacía, hasta que un día conocí a un Verde (35% de la población, ¿recuerdas?), que le tomó una eternidad tomar una decisión. Estos Verdes analizan todo hasta la muerte.

Me volvían loco. De modo que los descartaba. Ni siquiera les regresaba las llamadas.

Pero, ves lo que estaba haciendo... Estaba perdiendo el 35% de mis Prospectos (posibles clientes o asociados), y cuando un Verde se inscribe, nunca renuncia. Ellos no son como los Azules. Tú puedes poner un Azul en el negocio, pero ese Azul no va a hacer nunca nada, inclusive nunca activarán su negocio. Ellos simplemente "se inscriben," por que piensan que es ameno y divertido. Pero, considera que así y todo, estos Azules te van a contactar con mucha gente buena y que va a gravitar en el desarrollo y éxito de tu negocio.

De modo que el secreto más grande para mi fue aprender que el negocio de mercadeo de redes "NO ES UN NEGOCIO DE VENTAS." NO ES UN NEGOCIO DE ROJOS SOLAMENTE.

**Es un negocio de Enseñanza, Consejos y Guía.**

**Es por ese motivo que los Amarillos y los Verdes son tan buenos en el negocio de Multiniveles. Bueno, son el 70% de la población, nada menos.**

De modo que deja que los Amarillos y los Verdes sepan que no han cometido falta al no progresar en sus negocios. Las cartas ya habían sido "arregladas" de antemano contra ellos en el mercadeo de redes. Mientras que los Rojos han seguido diciendo a todo el mundo que es un negocio de ventas. Vender, vender, vender, vender....

**NADA TIENE QUE VER CON VENTAS. TODO TIENE QUE VER CON ENSEÑAR, ENTRENAR, ACONSEJAR, Y GUIAR A LA GENTE.**

### **TÚ: Un Robot de Inter-Relaciones**

Esta tecnología te va a conectar con los más profundos deseos y necesidades y temores de la gente con la que te vas a unir. No va a pasar mucho tiempo y los vas a conocer mucho mejor de lo que ellos se conocen así mismos.

Lo triste del asunto es que la mayoría de gente está tan auto-absorbida que simplemente no usan este entrenamiento; sin embargo es un tesoro y una fortuna para aquellos que si lo hacen.

**Cuando escuchas a la gente y realmente entiendes sus personalidades, tienes la habilidad de ayudarlos a inspirarse hacia la grandeza. Las recompensas para ti están mucho más allá que las meramente financieras.**

Por otro lado, si todo lo que te importa en este negocio es solamente TÚ, créeme, tu no tienes cuento en este negocio.

Para nosotros, aprender estos secretos ha significado un cambio extraordinario.

Si deseas aprender los detalles completos acerca de reconocer e inter-actuar con cada uno de estos tipos de personalidad, y si deseas escuchar

**EXACTAMENTE** lo que decimos por teléfono a cada tipo de personalidad, consigue una copia de nuestro curso en CD, llamado **"COLOR PARA EL ÉXITO."**

Simplemente visita la página de la Internet siguiente:

<http://drolthoff.colortosuccess.com>

#6



## Los Prospectos (Posibles Clientes y Asociados) son como Una Caja de Chocolates

Tres Pequeños pero Muy Reveladores

Exámenes para ti:  
**¿PIENSAS COMO UN CANDIDATO?**

*Hay cosas que no se pueden expresar mejor de lo que ya están dichas. Este primer artículo es uno de ellos. Es algo que tomé prestado del gran autor Ed Torpe quien escribe "The Home Grown Biz Advocate Ezine". Puedes visitar a Ed en su sitio de la Internet:*  
<http://www.lazydudepublishing.com>

*Su artículo, realmente le pone estructura a nuestro examen de hoy. Aquí lo tienes:*

### La Lección de Charles Schultz

Por: Edward Thorpe

Si tú eres como yo, probablemente ya te has preguntado: ¿Qué clase de persona soy? ¿Soy bueno? ¿Soy honesto? ¿Soy una persona amorosa?, etc. A lo que voy es a lo siguiente:

Todos tenemos ideas acerca de lo que somos y cual es nuestro principio fundamental en la vida, ¿Verdad? Y debido a que tú aún no me conoces, creo que necesitas saber que clase de persona yo soy.

En realidad, no podría decirte nada de lo importante para mí que sea mejor expresado por Charles Schultz, el creador de la serie de dibujos animados 'PEANUTS' (maníes o cacahuates.)

Lo siguiente fue escrito por Charles Schultz y es una –diría yo- "casi perfecta" descripción de cómo veo yo la vida en general.

*\*En realidad tú no tienes que resolver el pequeño examen que sigue, pero si quieres hacerlo, hazlo, simplemente léelo y te vas a dar cuenta del sentido que persigue\**

## "La Filosofía de Charles Schultz"

1. Nombra las cinco personas más ricas del mundo.
2. Nombra las cinco personas que últimamente han ganado el trofeo Eximan.
3. Nombra las cinco últimas ganadoras del concurso Miss América.
4. Nombra en cualquier orden diez ganadores de Premio Nóbel o Pulitzer.
5. Nombra los últimos doce ganadores del "Oscar al Mejor Actor."
6. Nombra a los ganadores de la Serie Mundial de los últimos 10 años.

Bueno, ¿Cómo te fue?...

**El punto del examen es: nadie recuerda los titulares de ayer.**

Esto no quiere decir que esas personas nombradas en el examen son "de segunda mano" o "cualquier cosa" ¡De ninguna manera! Más bien ellos son lo mejor de lo mejor por así decirlo. Pero luego de un rato, los aplausos por ellos, desaparecen. Los premios recibidos se desvanecen en el recuerdo o se empañan por otros descubrimientos. Pronto se olvidan los logros de esas personas. Sus certificados, títulos y trofeos quedan sepultados en áticos, cajas o bodegas por sus propietarios.

## Anatomía de la Mente de un Posible Cliente o Asociado (Prospecto)

**He aquí otro pequeño examen. A ver como te queda el ojo con este:**

1. Nombra algunos de tus maestros que contribuyeron en tu preparación durante tus años de estudio.
2. Nombra tres amigos que te ayudaron durante tiempos difíciles.
3. Piensa en las personas que te enseñaron algo importante en la vida.
4. Piensa en las personas que te hicieron sentir importante, apreciado y especial.
5. Nombra cinco personas de las que disfrutas su compañía.
6. Nombra seis figuras importantes que te han inspirado en tu vida.

¿Fue más fácil?

**He aquí la gran lección:**

La gente que ha marcado una huella o diferencia en tu vida no son las que tienen las mejores credenciales, los más ricos, los que han obtenido los mejores premios y recompensas. Más bien, son aquellos que te han querido y ayudado durante el transcurrir de tu vida.

Transfiere este mismo sentimiento a aquellos que han marcado esa diferencia en tu vida. Y no te preocupes por el "Fin del Mundo Hoy"; si te das cuenta bien, ya es "mañana" por ejemplo en Australia o Japón.

Escrito por el creador de "Peanuts", Charles Schultz... El mismo Charles que no podía lograr un puesto como dibujante de dibujos animados en la Corporación de Walt Disney. Uno de esos 'Jefes'(¿?) de la compañía Disney, se atrevió a decirle que "le faltaba talento, y que no era creativo."

El punto importante es: ¡No permitas que otros te marquen o cataloguen tal o cual cosa! Charles Schultz no lo permitió. Sigue su ejemplo. Sigue las pautas de tu corazón. Vive tu vida por ti.

**De nuevo, gracias a Ed Thorpe, publicador de "The Home Grown Biz Advocate Ezine," <http://www.lazydudepublishing.com> por su fantástico artículo.**

Ahora bien... Es momento para mi Examen para Ti.

## Un Examen para Ti: Piensa como Prospecto (Cliente o Asociado)

Mi mentor, Tom "Big Al" Schreiter, ha viajado por el mundo promoviendo su negocio de Multinivel. Él descubrió qué es lo que los prospectos consideran como más importante al decidirse por una compañía.

Del mismo modo, tú calificas del 1 al 10 (más importante = 1, a menos importante = 10), y por favor haz este ejercicio. Te va a tomar como 5 minutos. Luego te doy las respuestas de PROSPECTOS REALES alrededor del mundo.

Y si descubres que su forma de pensar es radicalmente diferente a la tuya... bueno, ello de por sí explica mucho, ¿Verdad?

**Una cosa más:**

**El punto #1 en esta encuesta, ganó por una AVALANCHA de votos. Yo ni siquiera hice aproximación. De modo que debe ser muy fácil para ti también.**

¿Correcto?

Bien, ¡Adelante!

**Toma un Lápiz. He aquí la lista:**

- Literatura Disponible de la Compañía.
- Plan de Mercadeo y Ganancias Potenciales.
- Entrenamiento Disponible.
- ¿Quién hizo la Presentación?
- Línea de Productos.
- Experiencia Administrativa de la Compañía.
- Apoyo por parte de los Patrocinadores.

- Imagen de la Compañía.
- Paquete de Negocios.
- Ser el Primero en tu Área.

Ahora, pon en orden del 1 al 10 (del más importante al menos importante), desde el punto de vista de un Prospecto (Posible Cliente o Asociado.)

Hazlo inmediatamente...

La pregunta clave es, "¿Piensas tú como prospecto (posible cliente o asociado)?"

**NO, NO, NO!**

**NO!**

Nada de trampitas,  
verás los resultados  
después de completar  
tu lista...

Okay; El punto #1, y ganó por una AVALANCHA de votos es:

## 1. ¿Quién hizo la Presentación?

¿Te sorprende? Es acerca de ti. La gente se une a la gente, ellos no se unen a las compañías. De modo que lo más importante para los prospectos o futuros clientes o asociados es "¿Quién hizo la presentación?"

De nuevo te digo, esto es desde el punto de vista de un prospecto o futuro cliente o asociado. Quizá para nosotros es más importante saber el nombre de la compañía, por cuanto tiempo está en el mercado, quién es el fundador, y así sucesivamente.

Pero, en cuanto a los prospectos o futuros clientes se refiere, ellos quieren saber de acuerdo a este estudio, quién hizo la presentación.

Este es un negocio de gentes. Cuando te preocupas por la gente, ellos se relacionan con eso solamente.

## 2. Apoyo por parte de los Patrocinadores

De nuevo se refiere a ti, y es el segundo factor más importante, que también ganó por una avalancha de votos.

Los prospectos (futuros clientes o asociados), necesitan saber si TÚ los vas a ayudar; y también si existe algún sistema de apoyo de los patrocinadores de más arriba.

De modo que el factor número 1 es "La Gente se Une a la Gente"... sin embargo el factor número 2 es casi lo mismo. Ellos quieren saber si ellos lo pueden hacer. Definitivamente no nos vamos a unir a alguien que no nos gusta, por que luego tenemos el problema de limar asperezas con él o ella.

## 3. Entrenamiento Disponible

Mira esto. Hasta este momento, no se han preocupado de dinero, no se ha hablado de la compañía aún, seguimos hablando de ti. Y este factor número 3 es otra vez acerca de Ti. ¿Tienes alguna llamada en conferencia que podemos escuchar? ¿Existen algunos sistemas que podemos usar para obtener el éxito? ¿Hay sistema de entrenamiento? ¿Tiene la compañía sistema de entrenamiento? ¿Eres tú un buen patrocinador? ¿Me vas a ayudar?

MUCHOS no están seguros de poder hacer el negocio. Quizá es su primera experiencia en este medio de mercadeo de redes. Pero si saben que pueden ser entrenados por alguien que es bueno en el negocio, tan sólo eso eleva su nivel de confianza.

Una cosa que hago con mi gente es, que cuando trabajo con alguien o cuando patrocino a alguien, les digo "por favor", "por favor", "escuchen este casete específico", o "lean este libro." Al mismo tiempo les digo, no hablen con nadie mientras estén en entrenamiento.

**No quiero que vayas a venderles nada a tus amigos o familiares.**

**Déjame trabajar contigo, ayudarte a aprender este negocio.**

**Vamos a trabajar juntos para que alcances el éxito.**

De modo que es crítico que ayudes a la persona patrocinada y le proveas del entrenamiento adecuado, que tanto necesita.

Yo sé que hay gente que justamente hace lo opuesto. Tú te inscribes y lo primero que escuchas es: "Bueno, a golpear los teléfonos. Hagan sus listas hoy mismo. Empezamos a hacer llamadas mañana a las cinco de la tarde donde la gente ya está en su casa."

Yo digo: "Párale ahí, no quemes ese puente."

Si recién me acabo de inscribir en tu negocio y no tengo idea de lo que estoy hablando, es probable que diga lo inadecuado. Quizá deje de decir cosas importantes o relevantes a los productos o servicios en el fragor de mi entusiasmo. Estoy emocionado de haberme inscrito, pero... Vamos a hacer las cosas bien, vamos a decir las cosas correctas, no quemar ese mercado potencial.

#### 4. Plan de Mercadeo y Ganancias Potenciales

Estamos casi a la mitad de la lista. El prospecto (futuro cliente o asociado) empieza a preguntarse: "¿Podré ganar algo de dinero?" Y no se trata de que puedan o no ganar algo de dinero. Es más que nada: "¿Puedes TÚ entrenarme? ¿Puedes TÚ ayudarme a ganar algo de dinero?"

Y tampoco es en realidad la cantidad de dinero que se va a ganar; en realidad es "¿Puedo yo hacer este negocio y ganar algo de dinero?"

De modo que los factores #1, #2 y #3 están directamente relacionados contigo. Después de ello, recién hablamos del dinero. Ellos quieren saber algo del plan de compensación. No les expliques muchos detalles al inicio, ya que probablemente no te van a entender –más que nada por lo complicado de muchos planes de compensación- y no por que no puedan comprender.

#### 5. Línea de Productos

Finalmente llegamos a los productos. ¿Te fijas en lo que está pasando aquí? Por que si tienes un prospecto, y tratas de enseñarles acerca de los ingredientes secretos, de cómo es que funciona el producto y de cómo tus troncales de larga distancia es que trabajan, el tipo de cables y la tecnología usada... ¡Entonces estás pescando al revés!

A la gente no le importa –salvo raras excepciones- estos asuntos. Ellos quieren saber lo que el producto es, ¿Puedo usarlo? No pierdas el tiempo enseñándoles por ejemplo cuántos gramos de sodio tiene. Hazlo simple.

Recapitulando...

Primero, ellos necesitan querer a la persona que dio la presentación. De modo que tienes que aprender algo acerca de ellos e identificarte con ellos.

En segundo lugar, ellos quieren estar seguros que pueden hacerlo. Ellos quieren creer.

Tercero, ellos quieren saber que tú y la gente con la que trabajas, puedan entrenarlos.

Luego vienen los asuntos financieros.

Luego vienen los productos.

**¿Es esta la forma como tú valoraste en tu examen a los primeros cinco factores de tu lista?**

**Y si es así, ¿Sigues acaso este mismo orden cuando les expones la oportunidad a tu gente?**

Lo que tienes siempre que recordar:

La Gente se Une a la Gente. Ellos no se unen a las compañías.

## 6. Ser el Primero en tú área

¿Te has percatado que aún ni hemos hablado de la compañía aún?

Pero... ¿Somos los primeros en el área? Es cierto, a la gente no le interesa quizá 'marcar' un sendero, pero lo que sí les importa es que haya un tremendo potencial y bastante crecimiento en la oportunidad a la que se unen.

## 7. Literatura Disponible de la Compañía

Hay muchos mercaderes de redes que se enfocan en la "literatura", "folletos", "boletines", "panfletos." Pero recuerda, esto no es un negocio de "LECTURA." Es un negocio de inter-relaciones personales. Si no lo crees, entonces examina otra vez los tres primeros factores de esta lista.

Si tu esfuerzo se enfoca en el folleto de ventas o en un casete o en un en una cinta de video, piénsalo otra vez. Todo se relaciona contigo.

Si yo tengo una "Fantástica Presentación en 3-Dimensiones", con hologramas, luces de bengala, cortinas de humo, ¡PERFECTO!

Pero de que sirve todo aquello si no me conecto con la gente a un nivel personal, y créeme, nada es más importante que esto.

## 8. Imagen de la Compañía

Quizá les muestres un video que exhiba tus oficinas de 20,000 pies cuadrados y tus almacenes, todo ubicado en una zona exclusiva de la ciudad sobre 3 acres de terreno, que tiene sus campanas, bocinas y silbatos. ¡BRAVO! Pero todo esto es número 8 en la lista, casi invisible al radar. Entonces ¿Para que molestarse en usar este material?

Ellos lo que quieren saber es si la compañía existe, es legítima, y que no se está escondiendo detrás de una Casilla de Correo, o trabajando desde una unidad de almacenamiento. Que les van a enviar un cheque. Esto es lo que más les interesa por ahora

De modo que estamos casi al final de lo que es importante para los prospectos (Posibles Clientes o Asociados.) Pero yo y tú hemos estado en infinidad de presentaciones, donde la Imagen de la Compañía ocupa el primer lugar y se hace mucho énfasis en ello como sigue:

"Hola, mi compañía es ¡Bla! ¡Bla! ¡Bla! Y yo voy a desperdiciar como unos 20 minutos de tu valioso tiempo para hablarte de esto."

Muchas presentaciones se hacen “al revés”, desde el punto de vista del prospecto (Posible Cliente o Asociado),... que es lo que realmente importa.

## 9. Paquete de Negocios

Bien, el prospecto (Posible Cliente o Asociado) quiere saber si tienes un buen video, buena literatura, y algunas “herramientas” con las cuales pueda construir su negocio.

Pero aún así, tú continúas siendo la pieza más importante, y el KIT DE NEGOCIOS es algo secundario.

Pero, honestamente, ¿Cuántas presentaciones has visto, en donde el primero se habla de la compañía, y después del PAQUETE DE NEGOCIOS (KIT)?

A los prospectos (Posibles Clientes o Asociados) no les importan estas cosas.

Ellos quieren saber si les vas a ayudar, si los Patrocinadores van a ayudar.

¿Podrán ganar dinero? ¿Puedes ayudarlos a alcanzar el éxito?

Lo cual nos trae el factor final...

## 10. Experiencia Administrativa de la Compañía

LO MENOS IMPORTANTE desde el punto de vista del prospecto (Posible Cliente o Asociado) es que el Presidente de la compañía es un “hombre de familia” (que hasta tiene 4 familias para demostrarlo.) Estas cosas no le interesan al futuro cliente o asociado.

De modo que todo este proceso es mucho más simple de lo que la gente se imagina:

1. **Asegúrate de que te quieran, o por lo menos les caigas bien.**
2. **Asegúrate de que sepan que pueden hacerlo.**

Si no puedes lograr estas dos cosas, nada más importa.

Piensa en todo esto por un segundo.

Estás hablando con un posible cliente o asociado. Empiezas a hablar de la excelente experiencia administrativa de la compañía, que es lo menos importante para ellos.

En este momento notas que tu interlocutor se reclina en el asiento, sus ojos empiezan a mirar alrededor, se concentra en algo, mueve la cabeza en señal de incomodidad...

¡Esto ya lo escucharon en innumerables ocasiones, “es lo mismo de lo mismo”! Simplemente no les interesa.

Pero imagínate que empiezas hablando de lo más importante primero, TÚ. Les hablas de tu experiencia en el negocio (o la de tu patrocinador, si es que sabes algo.) Háblale de cuanto te gusta trabajar con la gente, y exactamente qué es lo que vas a hacer para que alcancen el éxito.

¡ESTO ES LO QUE ELLOS ESTABAN ESPERANDO ESCUCHAR!

**Bueno, es tiempo de calificar tus respuestas...**

Obtén la diferencia entre lo que tienes y la respuesta correcta. Por ejemplo si tú calificaste como número 1 a Experiencia Administrativa de la Compañía, que ocupa el # 10, tu DIFERENCIA es = 9.

Haz este simple cálculo con todas y cada una de tus respuestas; luego suma estas diferencias. Ahora vas a ver como es que piensas respecto a cómo piensa un prospecto.

Cuando yo tomé el examen, mi calificación fue 12. Lo que eso me enseñó es que, estaba pensando más como un prospecto (Posible Cliente o Asociado), pero no te sientas mal, yo he estado en este negocio desde 1978.

Un amigo con experiencia en el campo de seguros tomó el examen y su calificación fue tan alta, que parecía que él era el dueño de la compañía y no como un posible cliente o asociado, que es lo que debería ser, pues hacia ellos va dirigida la campaña de mercadeo.

Para la mentalidad de mi amigo, al vender un seguro de vida, está vendiendo la compañía de seguros, diciendo: "la compañía tiene 100 años de existencia, siempre en la escala más alta de calificación por los organismos de control de calidad de seguros; entrega a los clientes muchos panfletos, propaganda, y folletos." Todo es "la compañía", "la compañía", "la compañía", "la compañía." Lo menos importante era él, y mucho menos importante el cliente.

De modo que al invertir en su lista los números que había calificado –el número uno de su lista se convirtió en número 10 y viceversa, su resultado se parecía mucho al mío.

Yo apuesto a que en este momento hay muchos mercaderes de red que tienen también sus números y su mente invertida en este respecto.

**No importa lo experimentado que seas o lo entrenado que creas estar en mercadeo de redes, o si eres nuevo en el negocio... Tienes que pensar como prospecto (Posible Cliente o Asociado.)**

**Lo que sabes no importa. Es lo que tus prospectos piensan lo que importa.**

Muchos se han retirado de esta industria. Después de una presentación "brillante" el prospecto dice: "Bueno, ¿Sabes qué?, yo he tratado antes esto y la verdad es que no funciona."

O quizá uno de tus patrocinados inscribe a alguien nuevo. Y la primera persona a la que ellos introducen los productos o servicios les dice: "Bueno, ¿Sabes qué?, yo he tratado antes esto y la verdad es que no funciona."

¿Cuál crees tú que es la razón por la que la mayoría de gente fracasa en mercadeo de redes?

Ellos renuncian simplemente por que algo ocurre. Sin embargo debemos considerar también a aquellos que se consideran "fracasados crónicos", ellos renuncian a todo; renuncian a la escuela; renuncian a sus matrimonios; renuncian a sus trabajos; simplemente "renuncian" por que eso es lo que saben hacer mejor, "renunciar."

**Habla Como Ellos Hablan y Ve por Donde Ellos Vayan**

Lo que yo he aprendido en este negocio como la razón más poderosa por la que la gente fracasa es: ELLOS NO HAN SIDO EDUCADOS ACERCA DE LA GENTE. Si tú eres un excavador de zanjas, un médico, un abogado, un carpintero, o un plomero –para poner sólo unos ejemplos de la actividad humana- tienes que educarte. En el negocio de Mercadeo de Redes no hay diferencia, tienes que educarte.

**Tienes que leer libros. Tienes que escuchar grabaciones de motivación o cursos en audio. Pero lo más importante es, ENCUENTRA UN MENTOR O CONSEJERO.**

Cuando una persona joven decide ser médico, se enrola en la escuela de medicina por 8 años primero. Durante esos 8 años ganan \$0.00 de sueldo. Lo único que hacen es estudiar e ir a la escuela. Luego salen graduados con una posibilidad de obtener sus ingresos.

En Mercadeo de Redes, tú puedes educarte y construir tu negocio al mismo tiempo. Te aseguro que después de 8 años de educarte y construir tu negocio al mismo tiempo, vas a producir ingresos 10 veces más altos que un médico podría obtener.

De modo que primero edúcate. Aprende aquello que hace que la gente se sincronice. Ya has estado haciendo este trabajo desde que tenías 5 años de edad, recomendando productos desde que tenías 5 años. Tienes toda una vida de experiencia en el negocio; pero la diferencia es que hasta ahora no has agarrado un cheque por tu trabajo de años.

Mira, desde los 5 años estás trabajando, y nadie te ha dicho nada, no te han arrestado por estar recomendando productos y promoviendo tu cereal favorito, tu restaurante preferido, tus mejores películas. De modo que seguro que es "Legal."

Tienes la experiencia. No necesitas ningún título ni diploma especial –otorgado por alguna institución famosa- para que empieces a ser exitoso o exitosa. Una cosa sí te digo, te apuesto a que nunca vas a renunciar el promover o recomendar productos o servicios a otra gente.

Pero sería bueno que recibieras un "chequecito" por tus esfuerzos, ¿Verdad? Si tu gente puede entender esto, nunca van a renunciar.



#7

## Tu Negocio de Multinivel de la Sopa a los Hechos

Para los veteranos "Multiniveleros", las siguientes dos páginas, es como un revisión solamente. Para los nuevos, les va a ayudar a ganar momento.

¿Por qué la gente quiere trabajar desde su casa?

¿Por qué es que muchos eligen el Multinivel, o Mercadeo de Redes?

¿Y EXACTAMENTE, qué herramientas necesitas para ser exitoso o exitosa en esta actividad?

**Las estadísticas muestran que por lo menos al 85% de gente le GUSTARIA GANAR DINERO trabajando desde sus casas.**

**Las razones por la que muchos no lo hacen son:**

1. El costo de inversión es muy elevado.
2. Se requiere mucho tiempo.
3. Hay mucho riesgo.
4. NO SABEN COMO EMPEZAR.

### **Si Deseas Ser un Ganador, Levanta la Mano**

Un negocio desde la casa te ofrece lo siguiente:

1. **No Jefes.** Tú planeas tu propio horario. Te auto controlas. Estableces prioridades. Lo haces de tal modo que es divertido para ti.
2. **No Hay Límite Para Tus Ingresos.**
3. **Auto-Satisfacción Por Lo Logrado.** Tú has creado tu negocio. El mérito es solamente tuyo.
4. **Trabaja Con la Gente que Te Gusta.** No tienes conflictos con compañeros de trabajo. No hay "Normas ni Protocolos de Oficina."

5. **Gran Flexibilidad.** Trabaja las horas que desees, y que encajan en el estilo de vida de tu familia.  
Si tus mejores horas de trabajo son de 2:00 a.m. a 5:00 a.m. hazlo así.
6. **No Problemas con Movilidad.** Ahorras tiempo y dinero.
7. **No hay gastos de oficina.** Lo que se traduce en ganancias rápidas.
8. **Seguridad.** No hay despidos; no reducción de personal ni reorganización.
9. **Deducciones de Impuestos:** Por negocio en casa, gastos de automóvil, seguro de salud, teléfono, entretenimiento, viajes, educación, etc.
10. **Plan de Retiro mejor estructurado:** Ya sea en la forma de IRA (Plan de Retiro Individual y Keoghs, te permiten deducir un porcentaje más alto de tus ganancias que los sistemas 401K.

### **Beneficios Adicionales de tu Oportunidad de Multinivel:**

1. **Costos bajos al inicio de operaciones:** Probablemente puedes adquirir todo lo que necesitas al inicio por menos de \$300. Comparado con los negocios tradicionales que necesitan miles o cientos de miles de dólares para empezar.
2. **No hay mucho gasto en el entrenamiento:** De hecho, yo ofrezco entrenarte, y también a tu gente, 5 días a la semana por medio del teléfono a las 8 p.m. (ET – Tiempo del Este), totalmente GRATIS.
3. **No hay problemas de Administración:** Tú eres Auto-Employado, pero eres un representante autorizado de una compañía que maneja la selección de productos, la investigación y desarrollo, envío y manejo, almacenamiento y todo lo concerniente a los productos.
4. **Puedes seguir en tu empleo regular:** Solamente hasta que tus ingresos superen el actual que tienes, de modo que lo reemplaces.
5. **No hay gastos en herramientas:** Lo que necesitas es un teléfono. Una computadora te ayudaría mucho también. Tu habilidad mayor es saber tratar con la gente, y te vamos a enseñar todo esto GRATIS.

### **La Octava Maravilla del Mundo:**

6. **Ingresos Residuales.** Tú ganas de las compras y ventas de los productos de cada uno en tu grupo.  
Nada es más importante para ti y tu futuro financiero que el concepto de "Ingreso Residual." Exploremos esto en detalle..  
Para calificar para un cheque, tienes que comprar una cantidad de productos cada mes. Cuando patrocinas a alguien, empiezas a ganar comisiones mensuales sobre las compras que tus patrocinados efectúen, siempre y cuando ellos re-ordenen productos. De modo que para aumentar tus ingresos mensuales, lo único que tienes que hacer es añadir nuevos distribuidores a tu organización.  
También ganas por el volumen total de tu grupo. De modo que una vez que construyas un grupo grande, muchos de tus ingresos provienen del trabajo de otros en tu organización que es superior al

llamado "pago por hora" de un trabajo regular, que se convierte en CERO si no trabajas las horas adecuadas.

**Un trabajo de Multinivel te paga en el futuro por lo que has hecho en el pasado. Al ayudar a tu gente a construir sus propias organizaciones, tus INGRESOS AUMENTAN son ese desarrollo.**

Lo que esto significa un TREMENDO INCENTIVO para tu Patrocinador para ayudarte a alcanzar tú éxito, pues ellos se benefician con un porcentaje de las ventas en tu grupo.

**De modo que para alcanzar el éxito rápidamente, alíneate con un grupo que te provee un plan maestro para los elementos cruciales para construir tu negocio, y que son:**

1. Generación de Prospectos.
2. Seguimiento de Prospectos.
3. Sistema de Patrocinio
4. Entrenamiento de tus Representantes para "DUPLICAR."

### **Los Azules sólo quieren estar alegres y divertirse**

Yo creo mucho en lo divertido. Ya te dije antes que soy 40% AZUL.

De hecho, si no es divertido, no me vas a encontrar dentro de 20 millas a la redonda.

ESCRIBIR un Libro Electrónico (e-Book) debería ser algo divertido. Pero LEERLO es definitivamente algo divertido, es una experiencia fantástica.

Construir tu negocio de por vida, debería ser algo CONSTANTEMENTE DIVERTIDO, la mía ha sido y es. La tuya con mucha más razón.

### **Algo NADA Cómico**

Fracasar al construir tu negocio. Eso es algo nada gracioso.

La forma en que yo veo a la gente fracasar es, especialmente en esta era de la Internet, empiezan bien y luego se desvían completamente de sus objetivos, de modo que cada vez se alejan más y más de sus metas.

La solución para esto se describe en el Capítulo 10.

Debido a la Internet, es mucho más fácil que antes implementar un sistema de generación de prospectos y que a la vez haga seguimiento, patrocinio y entrenamiento. Todas estas funciones u operaciones en una sola.

Pero la Internet explota con complicaciones e opciones infinitas. De modo que la tarea de identificar, coordinar e implementar los componentes necesarios para el éxito, es generalmente confusa y sin esperanzas, muy lejos de alcanzar por las habilidades de un hombre o mujer mortales.

Pero esto es irónico, ¿Verdad?

### **La Máquina Humana Ganadora**

Si tú fueras tu prospecto (futuro cliente o asociado), ¿Qué es lo que quisieras? Yo se lo que Tú deseas.

- 1. Cuando tú me hables, quiero que me ESCUCHES primero sobre todo que entiendas lo que yo quiero. Quiero sentir que tú y yo simpatizamos en lo mismo.**

Esto es en lo que debes concentrarte. Empieza a construir tus inter-relaciones inmediatamente. Dime qué estás haciendo y POR QUE lo haces, y hazme saber que hay algo dentro de ti que me va a ayudar a construir esas inter-relaciones.

Quiero creer que tú consideras Mi Éxito muy importante para tu vida. Por ejemplo, Michael Jordan fue considerado el jugador más grande de todos los tiempos. Mucho de ello era que él simplemente quería ganar más veces que los otros jugadores.

**¿Has visto alguna vez a Michael Jordan en los últimos minutos de un juego apretado? El CAMBIABA, él se transportaba a una zona en donde no había virtualmente ninguna posibilidad de fallar. Le perdía total respeto (en lenguaje deportivo por supuesto) a cualquiera que se le enfrentara.**

Él no solamente quería ganarles. Él quería humillarlos. Él concentraría sus habilidades y se convertiría en una MÁQUINA HUMANA GANADORA. Tú necesitas el mismo tipo de foco cuando hables con tus prospectos.

Lo único que importa es lo que tus prospectos (Posibles Clientes o Asociados) piensan, quieren, desean, o necesitan.

Si yo fuera tu prospecto, tu universo entero debe girar alrededor mío cuando hablamos. Lo que tú quieres para ti mismo no existe, desde mi punto de vista; y tampoco debería existir para ti... no mientras me estás hablando.

ENTONCES y solo entonces voy a tener un punto de vista idéntico al tuyo.

- 2. Quiero establecer claramente, muy claramente y en forma muy sucinta un caso convincente –basado en lo que te he mencionado anteriormente- del por qué TU OPORTUNIDAD es mejor para mí que toda la demás competencia.**

Yo quiero que tú seas capaz de contestar todas mis preguntas sobre mercadeo que yo pueda tener.

No empieces a darle la vuelta al tema si no lo conoces. Quiero que conozcas los recursos con que cuenta tu compañía, lo suficientemente como para orientarme al punto exacto donde encontrar esos recursos. Si no conoces bien la respuesta, ser capaz de encontrarla juntos dentro de los recursos de la empresa.

- 2. Yo deseo un sistema de mercadeo que sea simple, invitador, informativo, no amenazante, educacional y divertido.**

Cuanto más complicado sea, menos posibilidades tengo de ejecutarlo. Te encuentras en un concurso de degolladores por mi tiempo y

atención. Una de tus armas claves en esta batalla es la simplicidad. Hacer simple y claro aquello que es complejo es un trabajo duro. Muy pocos lo pueden hacer bien. Si me puedes dar toda la información que necesito, en forma clara y organizada de modo que pueda hacer una elección rápida, tus posibilidades se multiplicarán inmensamente; y además, te ayuda a trabajar inteligentemente.

## **Un Sistema que Funciona**

De nuevo... necesitas "generación de prospectos", seguimiento, patrocinio y entrenamiento. Si puedes hacer todo ello con solamente un sistema, mucho mejor. Si tu compañía o grupo no provee sistemas para estas acciones, tienes que implementarlos por tu cuenta. Pero es más fácil usar algo que ya está funcionando y con mucho éxito.

**Puedes tener un sistema de generación de prospectos que te provea SOLAMENTE de la gente más calificada para tu grupo.**

**Ellos te van a entrenar 5 días a la semana GRATUITAMENTE, para ayudarte a construir inter-relaciones, y luego convertirte en Patrocinador Estrella, que al final va a redundar en tus ingresos residuales de por vida.**

¿Cómo es esto?

**1. Adquiere visitantes de tu Página de Internet (vea el paso #2 sobre Páginas de Internet.)**

Existen toneladas de modos como conseguir visitantes a tus páginas de Internet. Si no puedes gastar dinero en compañías de Generación de Tráfico para tus páginas, no te preocupes. Muchos sistemas de Generación de Tráfico son gratuitos.

Pero aún que tú puedes invertir algo de dinero en ello, mucha de la gente de tu grupo no puede. De modo que empieza AHORA a aprender como generar tráfico por \$0.00 o por un costo bajísimo. He aquí un programa tutor, que tiene varias listas de "generadores de tráfico", que te provee los pasos necesarios para empezar.

**2. Visita estas Páginas de la Internet:**

<http://drolthoff.mentoringforfree.com>

<http://drolthoff.successin10steps.com>

Estas son las páginas que recolectan información, y donde la gente puede ordenar una copia de este libro electrónico o (e-Book.)

Las páginas fueron diseñadas para la gente que quiere ganar dinero trabajando desde su casa, y que les gusta leer. En mi experiencia, lo Líderes y los Lectores.

El objetivo de estas páginas de la Internet (tus páginas de ahora en adelante) es capturar la información de tus contactos. De modo que inscribiéndose es la única forma en que tus prospectos (futuros clientes o asociados) pueden entrar a visitar tus páginas de la Internet.

Un prospecto a quien además le gusta leer, es más probable que obtenga un éxito duradero, comparado con otras formas de obtener prospectos que puedas conseguir.

Por solamente \$24.95 al mes, tú puedes tener tu propia página **El Éxito en 10 Pasos** y así empezar a generar tu tráfico. Todo aquello que tu generes es tuyo y de nadie más.

### **3. ¿Qué Vas a Hacer con tus Prospectos?**

Yo hago, entrenamiento en generalidades sobre Multinivel por llamada en conferencia 5 noches a la semana.

**No mencionamos a ninguna compañía durante las llamadas.  
No se discuten productos de ninguna clase.**

Puedes traer los números de teléfono de tus prospectos a las conferencias, y juntos (tú y yo) vamos a llamarlos. Vas a escuchar exactamente que decir. Vamos a establecer que ellos están definitivamente buscando una forma de ganar un dinero extra trabajando desde sus casas. Luego ellos van a definir un tiempo para que tú les llames por teléfono para hablar con más detalle de tú oportunidad.

También podrás escuchar mientras yo hablo con otras personas en la conferencia, hablando a sus prospectos.

**Tienes que registrarte para estas llamadas, los espacios pueden ser limitados por la demanda.**

### **4. Como Patrocinar a tus prospectos en tú oportunidad**

Si regresa a leer el Capítulo # 5. Por sobre todas las cosas, para ser exitoso en patrocinar, debes entender a la gente. Necesitas escucharlos. Necesitas nuestro entrenamiento en los Colores. No puedo dejar de insistir en lo importante que es esto en tu éxito.

Puedes ordenar los CD's de Entrenamiento en los Colores llamando al teléfono:

480.288.5032

De este modo vas a poder ofrecer a tus prospectos algo que es muy difícil de rechazar, específicamente nuestro ofrecimiento es:

**Usted puede tener un sistema de generación de prospectos que le atraiga a la gente más calificada para formar parte de**

**su grupo. Luego yo los voy a entrenar GRATUITAMENTE durante 5 noches a la semana, para construir sus inter-relaciones y convertirse en Patrocinadores Estrellas, que eventualmente van a construir para ti un ingreso residual de por vida.**

Efectivamente, nosotros insertamos a tu gente en nuestro sistema de entrenamiento, y el ciclo empieza otra vez. Esto es lo que se conoce como un "paracaídas lubricado" que significa que el Paso #1, se transforma en el Paso #2 en forma suave, luego sigue el Paso #3, luego el Paso #4, de nuevo regresa al Paso #1 y así sucesivamente.

**El término "paracaídas lubricado" significa que no hay "golpes" o "sorpresas" en el camino. No hay impedimentos, nada que retrase el flujo que sigue un prospecto desde el Paso #1 en adelante.**

Para ser exitoso en forma permanente, debes ser un "paracaídas engrasado" para promover tu oportunidad de negocio. A mi me encanta el nuestro, por que ofrece entrenamiento total en las habilidades de trabajar con la gente, de modo que poco a poco mejoras... y tu gente se puede incorporar al mismo sistema, de modo que para ti es mucho más fácil ayudarlos y al mismo tiempo ganas más y más experiencia.



#8

## ¡Que te Cueste! Consigue y Conserva a tu Gente

¡Bueno! Yo no soy Tom Cruise ni  
Elmer Fudd...

Unos años atrás, cuando tenía yo 16, mientras trabajaba en el taller de reparaciones de automóviles de mi padre, una hermosa mujer en sus 30s entró al taller. Yo me quedé como paralizado por tal "aparición."

Curioso, miré en la zona de estacionamiento para ver que clase de carro manejaba. Era un Ford Galaxy 1964, de dos puertas, color turquesa. Pero eso no era todo.

EN EL INTERIOR del auto, estaba alguien que era casi exacta a la belleza que me había casi paralizado de la impresión, solamente más joven. Esta vez me quedé hipnotizado, tenía que ver quién era y me acerqué.

Quedé fascinado. Su nombre era Linda. Hablamos por algo así como 15 minutos. Luego, como un zombi, regresé al interior del taller, entré a la oficina, cerré la puerta, me senté, cerré los ojos... Empecé a visualizar el día en que Linda y yo nos casaríamos...

Esto ocurrió hace 36 años atrás. Ella es siempre el amor de mi vida y por añadidura, tengo la suegra más hermosa que uno puede además imaginar. Lo sabía el mismo instante en que las conocí.

**¿Qué Podrías tú hacer para crear ese tipo de impresión en tus prospectos?**

### **El Lado Oscuro del Mercadeo de Multinivel**

La gente cree que tienen una gran compañía, excelentes productos, excelente plan de mercadeo, excelentes habilidades, registros de éxito demostrados, y así sucesivamente... De modo que asumen que el éxito en este negocio debe correr "sobre ruedas", pero luego quedan aplastados bajo las ruedas.

Algunas facetas de este negocio son tan obvias, que podrían tomarse como por hechas... y entonces nunca se hacen.

Por ejemplo. Hemos hablado anteriormente acerca del tremendo, rítmico y poderoso "POR QUE" que te va a mantener en el camino de tu negocio, no importa lo que ocurra en contra de ello.  
Pero la realidad es que necesitas OTRO tremendo, rítmico y poderoso "POR QUE."

**ESTE "POR QUE" es la razón por la que tus prospectos te van a escoger justo a ti sin importarles las otras 650 oportunidades de "Trabaje desde su Casa." Tu trabajo es dejar la impresión en ellos que nunca van a olvidar.**

Yo no conozco tu negocio. No sé que ventajas ofreces que te coloca junto con tu competencia. Solo sé que si no puedes ofrecer esa clase de ventajas, pues **¡ESTÁS MUERTO!!**

No tienes ninguna opción.

Para ayudarte con algunas ideas, te voy a decir las ventajas que ofrecemos a nuestros prospectos, lo que nos eleva por encima de la competencia:

**"Yo te proveeré un sistema de generación de prospectos que le atraiga a la gente más calificada para formar parte de su grupo. Luego yo los voy a entrenar GRATUITAMENTE durante 5 noches a la semana, para construir sus inter-relaciones y convertirse en Patrocinadores Estrellas, que eventualmente van a construir para ti un ingreso residual de por vida."**

... o la versión corta:

**"Yo personalmente te ayudaré a conseguir un Consejero o Mentor, y ayudar a tu gente GRATUITAMENTE durante 5 noches a la semana."**

Eres bienvenido a formar parte de nuestro grupo y hacer uso de nuestras ventajas.

De todos modos, debes ser capaz de poner tu ventaja enfocada en unas pocas palabras, a fin de causar una impresión definitiva y elevarte por encima de tu competencia.

**"¡Y Qué!"**

Conozco a un famoso Mercader Directo (Ves, conozco a algunos de ellos) que una vez me dijo que después de escribir un aviso, lo lee con cuidado, repitiendo cada palabra para sí mismo y luego se pregunta:

**"¿Y Qué?"**

Si no obtiene una buena respuesta, esa oración del aviso, pues desaparece, la borra.

"¿Y Qué?" es una buena forma de controlar la calidad para ti, y la puedes usar durante la construcción de tu negocio. Cada plan que hagas... Cada oración que escribas, pregúntate sin miedo: "¿Y Qué?"... dicho de otro modo, "¿Estoy en curso?", "¿Voy bien?"

¿No será que me he hipnotizado por un asunto colateral y he perdido la brújula o la orientación, entrando en un camino de pérdida de tiempo?

¿Es este documento o acción importante para el desarrollo final del negocio?

¿Tiene esto sentido?, ¿Podrá otra gente seguirlo?

**"¿Y Qué?" te va a ayudar a ejecutar tus planes.**

Vas a aprender a ser un Cirujano en enfocarte en lo que es lo más importante para tu negocio.

Vas a eliminar mucha de la confusión y desorden en tu vida.

Te va a ayudar a definir tu ventaja competitiva.

Te lo recomiendo de verdad con mucho fuerza.



#9

## Cómo Evaluar una Oportunidad

### Y Tu Ex - Esposa era Optimista

Bien, escucha. No te estoy hablando, pero de todos modos quédate quieto o quieta y escucha de todos modos.

Ves, estoy hablando a la persona que ha “bajado” de la Internet este libro electrónico (e-Book), justo después que tú lo hiciste. Su ex-esposa le dijo que estaba siendo un poco irreal (no son sus palabras exactas, pero esa es la idea), poniendo sus esperanzas futuras financieras en una compañía que le prometía:

- Que no tendría que volver a trabajar – Que “ellos” van a hacer todo.
- Que no tendría que tratar con, ni reclutar a “gente desagradable.”
- Que su “grupo” va a ser construido automáticamente por medio de la técnica de “explosión” masiva.
- Que no tiene nada que vender – “su grupo” va a hacerlo por él.
- Que puede hacerse millonario simplemente por usar el ratón (Mouse.)
- Que todo lo que tiene que hacer es depositar los cheques en su cuenta

**De hecho la ex-esposa de este joven, inclusive fue más allá al decir que si una persona es ociosa, glotona y además fácil de convencer por cualquiera y tonta, probablemente no tiene ningún tipo de futuro en los negocios.**

Ella estaba en lo correcto, por supuesto. Pero esto es solamente la mitad de la historia.

En algunos casos, es gente sincera que hace esos ofrecimientos, por que ellos tienen miedo de que nadie se inscriba con ellos si saben que en realidad hay trabajo que hacer. Cuando entrenas a la gente a no hacer nada, pero que esperen a que tú hagas todo, terminas unida a gente que hace EXACTAMENTE eso para lo que los has entrenado... hacer nada.

Muy bien, basta de esto, no es aplicable a ti, de todos modos. Vamos a revisar la evaluación.

Esta fórmula tiene 5 partes. Cada una de ellas es importante.

Aquí están, en el orden “más fácil para evaluar.”

## Parece Neuro-Cirugía

La gente me pregunta todas las veces, Michael, ¿Cuál es el mejor Plan de Compensación?

Mi respuesta es: "El mejor Plan de Compensación" tiene dos características claves:

1. Funciona "con" los números (más de esto en un momentito.)
2. La gente promedio (trabajando a tiempo parcial) pueden construir y prosperar. Ten en cuenta que la gran mayoría de tu grupo es gente promedio.

**Muchos mercaderes de Redes ya están condenados desde el inicio al fracaso, ya que el Plan de Compensación con el que trabajan no funciona con los números.**

No me escuches. Escucha solamente a los números.

Antes me gustaba correr en motocicletas de montaña. Cuando 59 motos venían saliendo de una zanja de 27 pies, ninguna de ellas por "magia" se quedaba flotando en el aire. Todas, sin excepción caían a la tierra por acción de la gravedad. Pero nadie puede "ver" la Gravedad.

No importa que te guste o no la Gravedad. Si la entiendes, y si estás saltando en motocicleta, aprendes rápidamente a lidiar con esa fuerza.

En mis 26 años en Mercadeo de Redes, he aprendido que tienes que volverte un "matemático práctico" o morir. Pueda que no te gusten los números y que no los entiendas, no importa.

**Los números son realidad. O trabajas con ellos o Adiós Amigo.**

De modo que, ¿cuáles son los números clave en Mercadeo de Redes?

1. **Si preguntas a cualquier mercader de redes que sea exitoso, acerca de su éxito, ellos te van a decir que la mayoría de sus ingresos provienen de 2 ó 3 gentes de su grupo.** Yo no estoy inventando esos números. Yo he aprendido a trabajar con ellos.
2. **La estadística de la industria de Multinivel te dice que el "promedio" de tus distribuidores, patrocina 2.7 personas en cualquier negocio desde la casa, en toda su carrera.** Yo no estoy inventando esos números. Yo he aprendido a trabajar con ellos.

¿Ya te vas dando cuenta de la conexión que existe entre estos dos grupos de números?

Los Amarillos constituyen el 35% de la población. A ellos no les gusta la gente agresiva.

Los Azules constituyen el 15% de la población. A ellos no les gusta que se los convenza

Los Verdes constituyen el 35% de la población. A ellos no les gusta la gente exigente.

Los Rojos constituyen el 15% de la población. A un tercio de los Rojos no les gusta que se los convenza igualmente.

**3. De modo que el 90% de la población, o sea a 9 de cada 10, o si prefieres a 900 de cada 1000, no les gusta la gente exigente, agresiva o que los quieran convencer de algo.**

De nuevo, yo no estoy inventando estos números. Yo he aprendido a trabajar con ellos. De modo que cuando llamo a mis prospectos encuentro que 9 de cada 10, o 900 de cada 1000 se inclinan a tratar de saber cómo puedo yo ayudarles a conquistar sus sueños. Esto se debe a que yo lidero con beneficios, beneficios, beneficios.

**NUNCA, los quiero convencer o les pongo una daga en el corazón.**

La gente me pregunta siempre: "Michael, ¿Por qué es que mi gente simplemente se sienta a esperar? ¿Por qué no hacen algo?"

Bien, graba esta verdad de los Multiniveles en tu cerebro:

**Si tú convences a tu gente a unirse a ti, o si les pones una daga en el corazón para "cerrar la venta", eso es exactamente lo que tienes que hacer siempre o por lo menos cada mes a fin de que ellos hagan algo.**

La lógica y la experiencia te van a convencer finalmente que la afirmación previa es verdad.

Pero regresemos a la pregunta sobre el Plan de Compensación. Simplemente trabaja con los números y nunca te equivocarás.

Si el "número mágico" que la mayoría de gente patrocina es 3, entonces ningún plan más ancho de 3 va a funcionar para las masas.

**Una nota para los "súper-reclutadores" Rojos:** Ya lo sé, Ya lo sé, puedes patrocinar a 3 personas diariamente. Quizá 3 por minuto...

Lo malo de ello es que tú solamente logras conquistar cerca al 3% de la población. Tú mejor opción es un plan que pague "dinero rápido" al inicio a todos los que tú patrocines personalmente y que además pague bonos de liderazgo en infinito para un ingreso ilimitado.

## **Lo Mejor de Ambos Mundos**

De modo que mi pregunta es: ¿Quieres tú un Plan de Compensación que funcione para el 97% o aquél que funcione solamente para el 3%?

Otra nota: Yo soy muy analítico cuando se trata de Planes de Compensación.

Me gustan las compañías que me permiten que a mis "personalmente

73© Derechos de Autor 2004 Mentoringforfree.com, Inc. – Todos los Derechos Reservados

patrocinados" los ubique yo en el lugar que corresponda para aumentar las posibilidades de su producción financiera. De este modo construyes también confianza y a la vez retención.

De modo que mi consejo es evitar cualquier Plan de Compensación que:

1. Limita tu estrategia para colocar a los "personalmente patrocinados" en donde tú desees colocarlos por el bien tuyo y del grupo que desarrollas.
2. Te forza u obliga a ampliarte en "ancho" y no permite profundidad.
3. No te recompensan por construir en profundidad.
4. No funciona para aquellos que pueden hacerlo solamente como tiempo parcial.

Recuerda: Los números son como la Gravedad. Trabaja con ellos no en su contra. Escoge un Plan de Compensación que funcione para los números y para las masas.

## El Último es un Huevo Podrido

Cuando el momento es adecuado, aquellos que no son mercaderes de redes, van a poner el producto en el mercado. El momento es AHORA. No 5 años antes, ni tampoco 5 años después. Yo prefiero el contemplar el "momento" en vez de trabajo duro.

Los millonarios que se han formado en esta industria lo hicieron por razones del "momento" solamente, nada más.

¿Cómo puedes calcular el "momento"?

No es fácil, pero hay algunas pautas:

1. Vas a desperdiciar mucho tiempo, dinero y energía si entras muy temprano, por que la gran mayoría de estas compañías fracasan en su primer año o segundo año.
2. Vas a desperdiciar mucho tiempo, dinero y energía si entras muy tarde. Si la compañía es una "muy conocida" (imagina las compañías de Multinivel que consideras "DINOSAURIOS"), su momento de crecimiento y desarrollo ha ocurrido hace muchos años atrás. Lo que harías es luchar contra una corriente de problemas financieros si empiezas en una compañía como esta.
3. **Si deseas ingresar DESPUES que una compañía ha demostrado su poder de permanencia (puede ser 3 a 5 años), pero antes de su máximo crecimiento (en general, es el tiempo que toma a la compañía en crecer de \$100 millones a \$500 millones al año.)** Si puedes encontrar una compañía como esta, y que además tiene las otras partes de la fórmula en su lugar, un trabajo dedicado y entretenido te va a dar la opción de aprovechar el momento de su onda de bienestar.

## Nunca Dediques tu Vida a un Objeto Inerte

En esta industria, si tus productos no son notorios, tú eres invisible. Necesitas un producto que la gente va a comprar aunque no exista Plan de Compensación.

A menudo recibo llamadas de gente que me dice que andan en busca de un producto que realmente los inspire.

**Y esa es exactamente la forma equivocada de enfocar este negocio.**

Lo que les digo es que busquen un grupo de gente "hambrienta" del producto que planean comercializar... Luego

### **¡Enamórate de ESE producto!**

Convértete en un defensor apasionado de tu producto. Encuentra un producto con un amplio mercado, y luego ¡enamórate del producto!

A alguna gente le gusta trabajar con productos que encajen en su auto-imagen... aunque no produzcan ni un centavo con ello.

Hazte un favor. Enfócate en la gente. Enfócate en el mercado. Escoge un producto que a todo el mundo le cae bien.

Y al mismo tiempo que construyes tu gente, déjales saber la sabiduría de hacer lo mismo.

### **Hay Bastante Contubernio**

Cada vez que ocurre que una compañía o una organización virtualmente "explota" y desaparece, es debido a dos razones fundamentales: CODICIA Y EGO.

Los verdaderos líderes son los consejeros y mentores con un corazón de sirviente. Nunca es relacionado al dinero, pues en la fórmula: No enfoque en dinero = No CODICIA. Simplemente, construye gente y la gente va a construir el negocio.

La gente es gente. Ellos no son un número. Ellos tienen metas, sueños y deseos. El Mercadeo de Redes no es un negocio de ventas. Mercadeo de Redes es un negocio de enseñanza, consejos y guía. De modo que los antecedentes de los líderes y su actitud son muy importantes.

**Un simple medio de enterarse de esos antecedentes es visitar la página:**

<http://www.google.com>

**Escribe el nombre de los líderes entre doble comillas (""), y busca para cada nombre. Si existen algunas cosas negativas acerca de ellos en algún sitio, van a salir a flote en esta investigación.**

### **La Oportunidad se Oculta en el Zacate crecido**

Lo que tú necesitas es un sistema probado, duplicable y exitoso. Esto ya lo describimos muy bien en los dos capítulos precedentes.

Cada uno de los que patrocinas, y cada uno de los que ellos patrocinan, necesitan un sistema de "paso por paso" para despegar rápidamente: a través de la Internet, fuera de la Internet, uno a uno, mercado frío, mercado tibio, venta directa, reclutamiento, ser guía o consejero para toda su gente patrocinada. Por supuesto no necesitan hacer todo eso, pero necesitan todas estas técnicas a su disposición.

Yo me siento muy seguro al decir que tú nunca, nunca, pero nunca estás haciendo negocios si no tienes una compañía que te provea de un sistema real, útil, económicamente adecuado y que haga todas las cosas que tú y tu gente necesita hacer para desarrollar su negocio.

**Pero cada compañía tiene sus grupos individuales de representantes que han puesto junto tal sistema. Esta es la gente que tienes que buscar y encontrar para trabajar con ellos.**

No te unas a ningún grupo, si es que no tienes un sistema como el arriba descrito puesto a tu servicio.



#10

## Enfócate Hasta que se te Tuerzan los Ojos

### Fuentes Múltiples de Pérdida

La mayoría de mercaderes de redes que se han convencido de la brillantez de que necesitan las llamadas Múltiples Fuentes de Ingresos, terminan con Múltiples Fuentes de Pérdidas y Deudas.

Nada más imagina todos los programas de "Hacer-Dinero" en los que te has inscrito. Luego suma todas las cantidades de dólares que has gastado pagándoles a ellos. Luego al final considera cuánto te está produciendo a ti en este mes o en este momento.

### **Prestando un dicho del Dr. Phil, "¿Cómo te está yendo en tu negocio?"**

Hay una forma mejor.

La IBM era un líder con sus 35 billones de dólares de producción antes que nadie pudiera escuchar el nombre "Michael Dell."

Hoy en día, Dell ha barrido a la IBM del mercado de ventas de computadoras personales.

¿Por qué? Simplemente Michael Dell se enfocó en lo que tenía que hacer.

### Asaltado por Derecha y por Izquierda

La competencia por tus prospectos es sangrienta. Estudia esto cuidadosamente...

La mente promedio de las personas tiene:

- 9 horas de TV, radio, Internet, periódicos, revistas, libros y videos cada día.
- 40,000 palabras diarias.
- 280,000 palabras a la semana.
- Más de 14 millones de palabras por año.

Y para parafrasear una línea famosa de la película de Paul Newman "Cool Hand Luke" (La mano fría de Lucas) a finales de 1960: "Lo que tenemos entre nosotros es una falla de PARAR de comunicarnos."

**El exceso de comunicación es rampante. Para transmitir tu mensaje, tienes que enfocarte como en la punta de un alfiler.**

Cuanto más pequeño tu foco, tienes más opciones que tus prospectos y clientes te vean como de alta calidad. Ningún CONSTRUCTOR SERIO DE NEGOCIOS se dedica al mercadeo de redes a no ser que los considere de alta calidad.

## Cómo Ahuyentar a tus Prospectos y Clientes

Cuando promocionas oportunidades tipo "buffet", estás disminuyendo las posibilidades de tu red.

Cuando tratas de complacer a todos con tus "Múltiples Fuentes de Productos y Servicios" la gente inteligente no te va a considerar en serio. ¿Y por qué lo tienen que hacer? Para ellos, no tienes identidad.

Como resultado...

**No tienen confianza. No tienen lealtad. No se forma la red. Tu gente se convierte en blanco fácil para cualquier multinivelero con mente estrecha.**

Lo que haces es desperdiciar tiempo y dinero buscando más oportunidades para crear tus "Múltiples Fuentes de Ingresos." Pero recuerda que la Pérdida de Foco es igual a Pérdida de Poder.

Arruinas la calidad de percepción, ya que para los consumidores funciona la fórmula: Especialización = calidad.

Puede que seas una milla en ancho, pero solo una pulgada en profundidad.

Eres débil por todo sitio en vez de ser fuerte en algún lugar.

Te estás esforzando en promover numerosos productos que no conoces bien.

Si estableces una oportunidad de "Hacer Dinero", estás desperdiciando tus ganancias en tus "otros" negocios que no producen nada.

Pierdes eficiencia, competitividad, y tu mercado se arruga y estrangula la parte que te corresponde.

En mi opinión, estás mejor si haces una investigación, escoge la mejor oportunidad y luego ENFÓCATE EN ELLO SOLAMENTE.

## ¡Adelante! ¡Discúteme!

Casi lo puedo escuchar:

"Estás equivocado Michael. Estos tipos de la Internet ganan una fortuna, y ellos no se enfocan. Ellos promocionan docenas, quizá centenas de programas de afiliados."

Eso es lo que he estado escuchando. Quizá es verdad.

Pero mi pregunta es aún: "¿Cómo te está yendo en tu negocio?"

**Dadas tus habilidades, tus conocimientos, tu tiempo, tus recursos... pero sobre todo, tus resultados hasta el momento... ¿Te sientes mejor al enfocarte en un solo centro de ingresos? O ¿Estás mejor succionando por todo lado (y gastando dinero promoviendo) una tonelada de programas de afiliados, para encontrar que sólo algunos funcionan más o menos bien?**

Solamente tú puedes contestar esta pregunta.

## **Cómo una Famosa Compañía Alejó a Sus Clientes**

Hace unos años, Coca Cola envió esta cara a todos los propietarios de restaurantes a lo largo y ancho de los Estados Unidos.

"¿Ya abrió PepsiCo un restaurante cerca al suyo? Espere 4 horas. Cada 4 horas PepsiCo añade otra unidad a su imperio de restaurantes. Otra unidad que compite con su negocio y alimenta a sus clientes."

Además de vender colas, PepsiCo es propietaria de Pizza Hut, Taco Bell y Kentucky Fried Chicken. Si yo fuera propietario de un restaurante, el pensamiento de promover Pepsi saldría rápidamente de mi mente pues lo que estaría haciendo es subsidiar a mi competencia. De modo que NUNCA voy a promover Pepsi.

**Cuanto más Fuentes de Ingreso promocionas, mayor chance tienes de competir contra tu propia gente. Eso lo ves a cada momento del día en la Internet.**

Ningún Mercader de Redes serio, podría alienar a su gente de esta forma. Debes tener mucho cuidado en cada cosa que promocionas.

## **Emboscado por la Naturaleza Humana y el Sentido Común**

Si tú te diseminas por todo el universo, una milla en ancho y una pulgada en profundidad, nadie va a recordar tu nombre ni tu marca. Ningún cliente, ningún prospecto, ningún asociado, ni siquiera los medios de comunicación. El sentido común dice inmediatamente que tú no eres de calidad. La naturaleza humana reconoce solamente a los mensajes directos, bien definidos y enfocados.

**Entonces es tu ENFOCAMIENTO PERFECTO el que atrae a tus clientes y asociados. Eso los estimula, ya que se consideran parte de algo grande. Eso les dice hacia donde están yendo; eso les inspira dedicación y crea una fe en sus mentes, de que tú vas a lograr un éxito sin precedente.**

Esto es lo que te provee poder sobre todos aquellos que promueven las llamadas "Múltiples Fuentes de Ingreso."

## Lo que Tus Prospectos Creen

- “El Especialista sabe más.”
- “El Producto de Mejor Calidad siempre gana.”
- “Bajos Precios significa Baja Calidad.”

**De modo que la forma más fácil para una percepción de calidad en la mente de tus prospectos es: “No puedes tener Alta Calidad y Bajos Precios. Es una u otra.”**

Es verdad la mayoría de veces. Y eso es lo que tus prospectos ciertamente creen.

De manera que la lección es: “ENFOCATE EN ALTA CALIDAD.” No tienes chance de fallar.

## El Sol, la Luna, las Estrellas, el Universo y la Cabeza de tus Prospectos

Tus prospectos tienen una tonelada de opciones. ¿Cómo es que comparan y evalúan?

Es bien difícil. Ellos hablan acerca de la calidad. Pero usualmente, ellos no pueden decir cual es mejor. Oportunidades, Productos y los Testimonios se ven y suenan similares.

De manera que las diferencias en calidad son difíciles de evaluar o medir. Pero la percepción de las diferencias es real y cuantificable. Si los prospectos perciben que tú sabes exactamente lo que estás haciendo, hacia donde vas, y que te importa el éxito de ellos, entonces vas a obtener mucho más que una parte de la gente con la que vas a trabajar.

**La buena gente quiere trabajar con la buena gente por una buena compañía.**

Cuanto más fino tu FOCO, más poder vas a desarrollar, por que vas a ser percibido como un experto... y te vas a convertir en un experto. La crema de la crema.

## Que Tú Mismo Seas Verdad

Tu obligación # 1 es mantenerte en el negocio, ahora y en el futuro. Esto lo logras construyendo tu “Telaraña.” Y lo haces al ayudar a otros a construir sus propias “Telarañas.”

Aprende de los que promueven las “Múltiples Fuentes.” Esas múltiples fuentes impiden el crecimiento de cualquier posible red de mercadeo que podría haber sido poderosa y enfocada. La mayoría de “Fuentes de Ingreso” en realidad lo que hacen es perder dinero. Y con ello se pierde la moral de la organización.

## **Especialización = Poder**

**Un Mercader Enfocado construye una “telaraña” enfocada y dedicada.**

Por ejemplo, nosotros hemos establecido nuestras bases. En nuestro grupo, **Nosotros guiamos a la gente en persona, y por teléfono, casetes, por documentos impresos, para que construyan una “telaraña” de mercadeo al crear relaciones duraderas de por vida.**

Ese enfoque especializado nos permite dominar un segmento muy importante de esta industria.

Tú necesitas definir tu propio foco, establecer tus propias bases; o por supuesto puedes unirme a nosotros. Nos gustaría contar contigo.

En todo caso un paso algo doloroso por decirlo así, es definir “Quién no eres.”

## **Consideremos Rocket Chemical.**

Esta era una compañía de 3 personas que fabricaban lubricantes aeroespaciales. Desarrollaron un producto antioxidante al que llamaron WD-40.

Tuvieron un éxito masivo. De modo que Rocket Chemical eliminó sus otros productos y cambió su nombre a Compañía WD-40.

¿El Resultado? Ellos son propietarios del concepto “resbaloso” en la mente de los consumidores. En los dos años siguientes el producto WD-40 estaba siendo usado en el 77% de los hogares de Estados Unidos. Su ingreso neto alcanzó el 17% en ventas, mientras que las compañías promedio consideradas Fortuna 500 sólo alcanzaban un magro 5% en ventas.

Tienes que ser paciente y bravo. El mercado no se te va a rendir de la noche a la mañana. Piensa “a largo plazo.” No se trata de decir: “¿Mejorará mis números esta decisión que tome ahora?”, sino más bien: “¿Mejorará nuestro enfoque esta decisión que tomemos ahora?”

## **Me Voy a Meter en Tu Cabeza y Debajo de Tu Piel**

Nosotros estamos enfocados. Nosotros somos líderes absolutos en “Consejos y Guía Gratuitos” en la industria de Mercadeo de Redes. Lo hemos estado haciendo por mucho más que yo puedo recordar. De modo que tenemos experiencia, resultados y el poder que otros nunca alcanzarán.

## **Mi meta es apoderarme de esa parte de tu mente.**

Esperamos enrolar a la mejor gente para que trabaje con nosotros. Esperamos nueva gente llamándonos, queriendo unirse a nosotros.

Yo estoy orgulloso de decir que lo están haciendo.

Tu meta debe ser enfocarte en una actividad única, en un sitio especial que te pertenezca en la mente de tus prospectos.

## **¡Seamos Ilógicos!**

El enfocarse puede ser torturante.

Aquella idea de "Múltiples Fuentes de Ingresos", de la cual casi todo el mundo habla, con seguridad es lógica, ¿Verdad?

Pero la lógica también dice que la mejor forma de mejorar tus ingresos a corto plazo es comercializar muchos productos y servicios. En otras palabras te piden que "pierdas foco", o que te "desenfocues."

Es totalmente ilógico pensar en esa forma: "Para incrementar ventas, estrecha tu foco." Pero si fuera tan lógico como suena, todo el mundo lo haría. No tendrías ninguna ventaja.

## Nuca Subestimes el Costo de lo Lógico

La salsa "A1 Steak" (para carnes rojas) por ejemplo dominó el mercado. Pero la gente empezó a consumir más y más pollo cada vez. ¿Qué harías?

Ellos desarrollaron la nueva salsa "A1 Poultry" (para el pollo.) Sin embargo en la mente de los consumidores "A1" no es una marca. Es la salsa por si misma. ¿El resultado? A pesar de la campaña publicitaria con un presupuesto exponencialmente tan grande que cualquier otro presupuesto, que uno pueda imaginar aún en sus sueños más fantásticos, "A1 Poultry" fracasó rotundamente.

Entonces las llamadas "Múltiples Fuentes de Ingresos" son muy riesgosas, inclusive para una empresa de mucho éxito, y que conoce el mercado en todos sus sentidos.

En cuanto a ti y a mi, ¡Que Pena! Es todo lo que podemos decir en este caso.

## Una Serie de Decisiones Sin Peligro ¡JA! ¡JA! ¡JA!

**¡CUIDADO! Cuando tengas este tipo de pensamientos, estás a punto de crear "Múltiples Fuentes de Pérdidas y Deudas:"**

- "¿Qué más puedo vender?"
- "No está funcionando como yo quiero. Vamos a acelerarlo."
- "Algunos clientes no están capacitados para adquirir mis productos. Vamos a añadir una línea de productos más baratos."
- "Vamos a ganar más si ofrecemos otros productos al otro mercado."
- "Nuestra competencia es realmente dura. Vamos a hacer otra cosa."
- "Necesitamos más variedad, de modo que vamos a vender más productos."
- "Muy bien, lo hicimos bien. Ahora vamos a ampliar nuestra base."
- "¿Qué?, ¿abandonar mis otras fuentes de ingresos?, ¿Estás loco?"
- "Vamos a ofrecer este nuevo producto junto con el otro. Dejemos que el cliente decida."

**El consejo de crear “Múltiples Fuentes de Ingreso” es lo más lógico que he escuchado en mi vida.**

**El problema con ello es: NO FUNCIONA.**

Espero que seas suficientemente fuerte para desafiar y vencer esto.

**¡Yum, Yum, Yum!**

Cuando pones tu energía en una sola fuente productora de ingresos, tu potencial de diversificación es tremendo.

**El mayor problema para la mayoría de gente es el foco... la habilidad de hacer una sola cosa sorprendentemente bien. Yo recomiendo que todos tus talentos, habilidades y tus conocimientos, así como tu entrenamiento y estudio, lo dirijas a crear una telaraña de negocios superior. Basado en esta columna principal, puedes diversificar en muchas direcciones. ¡Con cuidado, pueden haber castigos!**

Por ejemplo... yo fui guiado y aconsejado por Tom "Big Al" Schreiter. De Tom, aprendí mis habilidades de mentor. He ayudado a muchos. A través de mi experiencia y estudio, he mejorado y afilado mis habilidades.

Hoy en día tenemos un negocio grande, y gracias a la GRATUIDAD de mis consejos y guía, es que se hace todo ello posible.

Es duro conseguir un nicho o área especializada y única para esta actividad, hay tantas opciones. Solamente tu enfoque te va a llevar hacia conseguir lo que deseas. Es por eso que te recomiendo empezar con un mentor para tus actividades.

Por supuesto, puede que estés muy errado al inicio. Pero lo sorprendente y maravilloso que estás haciendo puede que resulte en algo que no esperabas. Aún así persistes, mientras mantienes tu puesto en el trabajo.

Nosotros también hemos tomado algunos riesgos. Yo no recomiendo eso para todos. Pero el estar “asustados” y los riesgos, nos ayudó mucho a enfocarnos.

**Puede que tengas tu pastel y te lo comas también. Pero primero vienen los sacrificios. Luego la persistencia. Luego anda a la tienda de pasteles y como todo lo que quieras.**

**Yum, Yum, Yum!**

Linda y yo esperamos que este libro electrónico (e-Book) te ayude de algún modo a alcanzar tu próximo nivel en el mercadeo de redes. Para saber cómo puedes llegar a ser la persona que necesitas ser, y que puedas atraer gente hacia ti, contacta a la persona que te obsequió este libro. Nuestras llamadas en conferencia gratuitas te van a proveer los detalles específicos acerca de lo que necesitas para alcanzar tu éxito, y tu amigo que te obsequió este libro tiene los horarios y fechas para esas conferencias por teléfono.

Sinceramente,  
*Michael Dlouhy*  
Michael Dlouhy

Post Data: Queremos que sepas que tenemos llamadas de prospectos en las que el 90% de la gente nos dice: "Sí, yo quiero ganar dinero adicional trabajando desde mi hogar." Para mayor información por favor contactar a:

Jerry Olthoff  
<mailto:jolthoff@im-services.com>  
480.288.5032