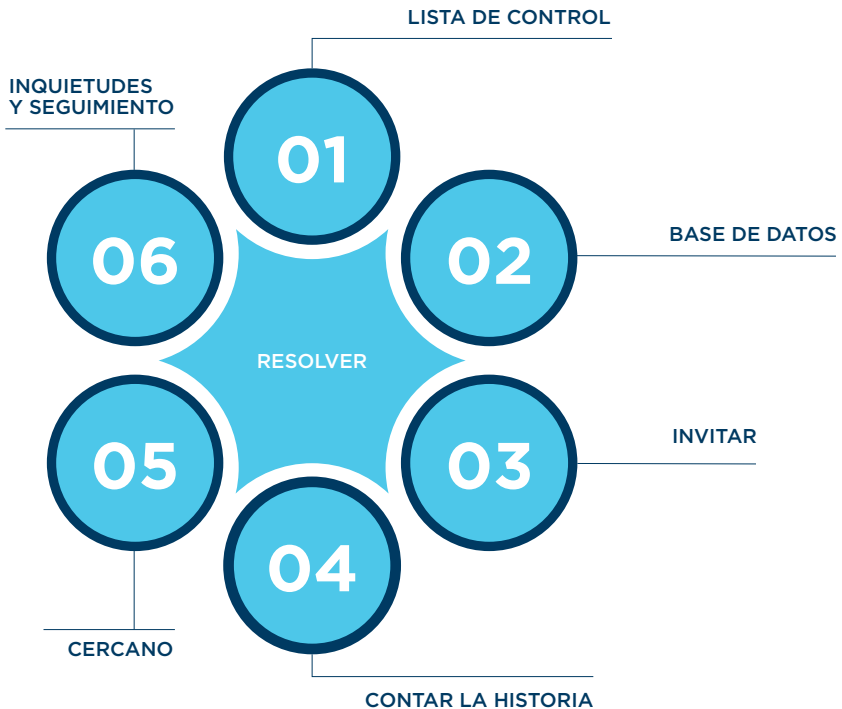


BLUEPRINT PARA LA PROSPERIDAD

El Blueprint es el proceso gradual y probado a través del cual usted puede alcanzar exitosamente la prosperidad y ayudar a otros a hacer lo mismo. Estudie, entienda y practique los pasos del plan Blueprint con su patrocinador o con alguien que tenga experiencia. Conforme llegue a entenderlo, comience a capacitar a otros. Su éxito no dependerá solamente de su entendimiento del plan Blueprint, sino de su habilidad para capacitar a otros para que sigan estos pasos muy simples y probados para llegar a la prosperidad.

El Plan Probado



Recuerde: usted no sólo necesita aprender el plan Blueprint para usted, sino que debe aprender a capacitar eficazmente a otros. Vea la sección Capacitación en el Trabajo, en la página 42, para obtener más información y consejos útiles.

EMPEZAR LISTA DE CONTROL

Día Uno

- Inscribase** completando una solicitud LifeVantage (vea la página 4).
- Establezca** claramente “metas por escrito” definidas, su “por qué” y contacte a su equipo de apoyo (vea la página 5).
- Inicie** su “Base de Datos” de sus 20 contactos principales (vea las páginas 11-12).
- Con la ayuda de su patrocinador, **invite** de 3 a 5 contactos para que asistan a su reunión (en casa, en un café, por medio de una conferencia telefónica, etc) dentro de los 2 días siguientes (vea las páginas 19 a 22).
Fecha: _____ Hora: _____
- Mantenga** un registro de cada persona que invite y haga su seguimiento anotando esta información en su hoja de Cumplimiento y Registro (vea las páginas 23 a 26).
- Use** Protandim diariamente. Tamaño de porción sugerido: 1 tableta por día. Pída prestadas una botella y 10 muestras a su patrocinador para empezar su negocio hoy. Reponga las botellas y las muestras cuando reciba su paquete de negocios.
- Comience** su Capacitación en el Trabajo (OJT, por sus siglas en inglés) con su patrocinador. Éste es el secreto del éxito (Vea las páginas 42-43).

Día Dos

- Invite** de 3 a 5 contactos para que asistan a su reunión (en casa, en un café, por medio de una conferencia telefónica, etc.).
- Siga** el rastro de cada persona y mantenga un seguimiento de la misma anotando esta información en su hoja de Cumplimiento y Registro (23-26).
- Configure** su sitio web personal yendo a lifevantage.com y accediendo a su back office.
- Prepare** su calendario y participe en las llamadas en conferencia semanales (vea www.bigbluecalendar.com).
- Asista** semanalmente a la “Llamada de Capacitación del Plan Probado” (vea www.bigbluecalendar.com) y estudie el “Blueprint”.
- Examine** el sitio web de LifeVantage en lifevantage.com.
- Programa** su asistencia al próximo Evento de Capacitación de Líderes. Para inscribirse vaya a lifevantage.com e inscribese con tiempo.
Fecha: _____ Lugar: _____

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Inscripción en línea

Para inscribirse en línea, tendrá que iniciar sesión en lifevantage.com.mx y seleccionar "INSCRIBASE".

Tres cosas que debe saber cuando se inscribe

1. El Número de ID o código de su patrocinador (Su patrocinador es la persona que lo presentó al negocio)

2. Su pedido de activación

Para la creación de su negocio se sugiere ordenar el Paquete de Negocio Profesional. El paquete contiene todo lo que usted necesita para crear exitosamente su negocio. Su precio es de \$15,709 (850 PV). Entre las alternativas al Paquete de Negocio Profesional se encuentran el Paquete Especial Mexico por \$3,881 (200 PV), Paquete de Negocio Básico, por \$7,912 (425 PV), o el Kit de Inicio (\$667).

3. Su Auto Envío

Los niveles mínimos de Auto Envío para ser elegible para ganar comisiones son de \$1,661.75 y \$3,214.25 (200 PV), con más comisiones disponibles en el nivel de \$200. Hay varias configuraciones de AutoShip disponibles. El AutoShip sugerido para los creadores de negocios es el de \$3,214.25 (200 PV) (incluye la mayor parte de las muestras).

METAS Y OBJETIVOS

“Todo lo que la mente del hombre pueda concebir y crear, lo puede conseguir y lograr.”

- Napoleon Hill

Estoy empezando mi negocio LifeVantage por las siguientes razones (por qué y para qué). Estas metas deben ser específicas y poder ser medidas, para que puedan ser cumplidas dentro de un período determinado (por ejemplo: pagar la deuda de mi tarjeta de crédito en un plazo de un año, llevar a mi familia de vacaciones a Europa en un plazo de 18 meses, dejar mi trabajo en un plazo de 2 años, pagar la hipoteca de mi casa en un plazo de 5 años, etc.).

Para ayudarla a lograr sus metas, usted está rodeado de un equipo de “Socios de Negocios” que están ahí para responder a sus preguntas, hablarle a sus prospectos junto con usted y ayudarla a crear su negocio.

Llame ahora mismo y preséntese.

(si no responden a la llamada, es muy probable que estén en una reunión de LifeVantage, así que asegúrese de dejar un mensaje).

NOMBRE	TELÉFONO	EMAIL
--------	----------	-------

Patrocinador Personal: _____

Equipo de apoyo: _____

Equipo de apoyo: _____

Equipo de apoyo: _____

CREE SU PROPIA BASE DE DATOS

El tercer paso para iniciar su negocio es identificar su red creando una base de datos de la gente que conoce. El Asistente de Memoria de la página 13 le ayudará a recordar la gente de su red. A continuación, haga una lista con ellos.

Al principio, no trate de pensar quién va a estar interesado o no; sólo escriba los nombres de cada persona en la que piense. Más tarde hablaremos de la mejor manera de acercarse a ellos. Es posible que optemos por no ponernos en contacto con algunos de ellos. Además, no pierda mucho tiempo buscando la información de contacto de cada persona de la lista. Complete la mayor cantidad de información que pueda imaginar y siga adelante. Amplíe su base de datos diariamente.

NOMBRE	TELÉFONO	EMAIL
--------	----------	-------

1: _____

2: _____

3: _____

4: _____

5: _____

6: _____

7: _____

8: _____

9: _____

10: _____

11: _____

12: _____

13: _____

14: _____

15: _____

16: _____

17: _____

18: _____

BASE DE DATOS CONT.

NOMBRE	TELÉFONO	EMAIL
--------	----------	-------

19: _____

20: _____

21: _____

22: _____

23: _____

24: _____

25: _____

26: _____

27: _____

28: _____

29: _____

30: _____

31: _____

32: _____

33: _____

34: _____

35: _____

36: _____

37: _____

38: _____

39: _____

40: _____

41: _____

42: _____

43: _____

44: _____

45: _____

46: _____

47: _____

ASISTENTE DE MEMORIA

Negocios

Exitoso en Comercialización en Red
Mentalidad empresarial
No obtuvieron on lo que querían en Comercialización en Red
Ex jefes
Vendedores de Seguros
Propietarios de negocios locales
Motivados por Negocios/Dinero
Tarjetas de Presentación Guardadas
Venden Avon o Mary Kay
¿Quién quiere más dinero?
Posee su propio negocio
Pertenece a la Cámara de Comercio

Comunidad

Cajeros de banco
Vendedores de automóviles
Miembros de la Cámara de Comercio
Dentistas que conoce
Recaudan fondos
Hacen trabajos voluntarios
Médicos que conoce
Cajeros de tienda
En el ejército
Miembros de la Iglesia
Gente con hipoteca
Gente del gimnasio
Choferes de reparto de pizza
Agentes de Bienes Raíces
Meseros de Restaurant
Cartero(s)
Agentes de Viajes
Gente adinerada que conoce
Trabajan con Automóviles
Su contador
Su peluquero/estilista
Los maestros de sus niños
Su electricista
Sus vecinos
Vive cerca de su casa

Amigos

Amigos de vacaciones
Amigos de la universidad
Amigos de parientes o de parientes políticos
De su preparatoria
Viejos amigos con los que perdió el contacto
Antiguos compañeros de habitación
Padres de los amigos de sus niños
Gente que sus amigos conocen
Miran TV a menudo
Su mentor

Familia

Familia Extensa

Familia del cónyuge de sus hijos casados
Madre y Padre
Miembros de su familia
Parientes de su cónyuge

General

Generación de la Posguerra
Compran agua embotellada
Compran suplementos
Preocupados por el envejecimiento
Ex novias o Ex novios
Trabajadores de comida rápida
Gente que tiene muchos amigos
Gente consciente de la salud
Lo ayuda y lo apoya
Le atrae la política
Le atraen los deportes
Le atrae la Tecnología
Le atrae el bienestar
Necesita \$ 500 extra al mes
En su lista de tarjetas navideñas
Gente con sobrepeso
Gente que llama a su casa
Gente con la que le gusta estar
Gente que conoció en una fiesta
Lee libros de autoayuda
Jubilados que conoce
El alma de la fiesta
Su manicurista
Gente que esta inconforme en su trabajo
Quieren ir de vacaciones
Disfruta de ayudar a la gente
Alguien a quien usted respeta
Le gusta comprar cosas
Miembros de redes sociales
Tiene hijos en la universidad
Tiene problemas de salud
Necesita/quiere un coche nuevo
Ha tenido éxito en la vida
Consciente de la salud
Quiere un ascenso
Trabaja en varios empleos
Hace ejercicios con regularidad
Perdieron su empleo
A quien usted recurriría por ayuda
Le gustan los deportes en equipo
En riesgo de perder su casa

Escuela

Amigos de la Universidad
Antiguos Maestros
Gente en la Organización de Padres y Maestros
Gente con hijos en la universidad

Trabajo

Compañeros de trabajo con quienes se relaciona
Compañeros de trabajo que usted no conoce
Sin Trabajo
Gente que se jubiló
Trabaja medio tiempo
Se jubilará pronto
Trabajan para el gobierno

INVITAR

Invitar de manera adecuada a alguien para que eche una mirada al negocio es una habilidad crucial. Hágalo bien y usted tendrá gente interesada en el negocio y en el producto, lo que llevará directamente a la inscripción de socios de negocios y clientes.

Dos puntos clave de la invitación son:

1. Recuerde que usted es el mensajero y no el mensaje. No les “cuente” la historia, invítelos a obtener la información de manos de un tercero o de una herramienta de ventas corporativas. (vea las tres opciones a continuación).
2. Su convicción y su energía positiva son fundamentales para su éxito a la hora de invitar. Sonría ampliamente y sea positivo, la gente podrá sentir su energía a 1,000 kilómetros de distancia.

Ofrézcales una de las tres opciones:

1. Reuniones en vivo: ABC (vea la página 11), reuniones en casa, reuniones de grandes grupos.
2. Llamadas en conferencia tripartita
3. Presentación pregrabada.(por ejemplo: presentación web, llamada pregrabada, DVD)

Punto Clave: Asegúrese de que su prospecto de socio de negocios o cliente siempre tenga “tarea” o algo que hacer antes de su próxima reunión. Por ejemplo, si su prospecto asiste a una reunión en vivo, usted puede desear que visite el sitio web de LifeVantage como parte de su preparación para la próxima reunión.

A continuación se presentan ejemplos probados de guiones de invitación:

Invitar a reuniones en vivo:

“He hecho un cambio importante en mi carrera (trabajo, vida, etc.). Estoy trabajando con una compañía que cotiza en la bolsa. [pausa] Es algo grande y tengo la oportunidad de invitar a algunas de mis personas más cercanas a participar. Quiero que tengas algo de información preliminar inmediatamente y que conozcas a un par de personas con las que estoy trabajando. ¿Cuándo es mejor para ti? ¿Hoy o mañana?”

“Estoy en algo muy especial y quiero presentarte a un miembro de mi grupo de mentores _____ (por ejemplo: de negocio, de liderazgo, femeninos). ¿Qué te queda mejor? ¿Hoy o mañana?” “¿Qué haces mañana por la noche (o esta noche)? Bien. Tengo un negocio que quiero compartir contigo y me gustaría presentarte a uno de mis socios de negocios. Quizás te interese, quizás no, pero quisiera que tengas un poco de información. Si te parece interesante, pues, trabajemos juntos, si no, podemos ser amigos y no socios de negocios. Sin presión. ¿A qué hora te conviene más?” “Quiero compartir contigo algo que me apasiona. Tenemos que vernos. ¿Qué te queda mejor? ¿Hoy o mañana?”

INVITAR CONTINUACIÓN

Invitar a una llamada en conferencia tripartita:

“He hecho un cambio importante en mi carrera (trabajo, vida, etc.). Estoy trabajando con una compañía que cotiza en la bolsa. Es algo grande y tengo la oportunidad de invitar a algunas de mis personas más cercanas a participar. Tengo que hablar por teléfono con uno de mis socios de negocios en unos 10 minutos. ¿Estás libre por unos minutos?”

“Estoy en algo muy especial y me gustaría que nos viéramos para mostrártelo... Tengo que hablar por teléfono con un miembro de mi grupo de mentores _____ (por ejemplo: de negocio, de liderazgo, femeninos) en unos 10 minutos. ¿Estás libre por unos minutos?”

“Tengo un negocio que quiero compartir contigo y me gustaría presentarte a uno de mis socios de negocios. Quizás te interese, quizás no, pero quisiera que tengas un poco de información. Si te parece interesante, pues, trabajemos juntos, si no, podemos ser amigos y no socios de negocios. Sin presión. Tengo que hablar por teléfono con uno de mis socios de negocios en unos 10 minutos. ¿Estás libre por unos minutos?”

“Quiero compartir contigo algo que me apasiona. Tenemos que hablar... En 10 minutos (o “ya mismo”, etc.) tengo que hablar por teléfono con un amigo que trabaja conmigo. ¿Estás libre por unos minutos?”

Invitar a una presentación pregrabada.

“He hecho un cambio importante en mi carrera (trabajo, vida, etc.). Estoy trabajando con una compañía que cotiza en la bolsa. Es algo grande y tengo la oportunidad de invitar a algunas de mis personas más cercanas a participar. ¿Estás frente a tu computadora ahora mismo? Bien. Ve a _____, Mira la presentación y te echo una llamada hoy, más tarde, o mañana... ¿Qué es mejor para ti?”

“Estoy en algo muy especial y quiero mostrarte lo que estoy haciendo. ¿Tienes con qué anotar? Bien. Ve a _____. Mira la presentación y te echo una llamada hoy, más tarde, o mañana... ¿Qué es mejor para ti?”

“Tengo un plan de negocios que quiero compartir contigo. Quizás te interese, quizás no, pero quisiera que tengas un poco de información. Si te parece interesante, pues, trabajemos juntos, si no, podemos ser amigos y no socios de negocios. Sin presión. ¿Tienes con qué anotar? Bien. Ve a _____. Mira la presentación y te echo una llamada hoy, más tarde, o mañana... ¿Qué es mejor para ti?” “Quiero compartir contigo algo que me apasiona. ¿Estás

frente a tu computadora ahora mismo? Bien. Ve a _____. Mira la presentación y te echo una llamada hoy, más tarde, o mañana... ¿Qué es mejor para ti?”

EVENTOS

Información de Referencia de los Eventos

Sitio web de LifeVantage

lifevantage.com.mx

Reuniones Corporativas

lifevantage.com/meetings

Sitio de reuniones del Distribuidor

www.bigbluecalendar.com (usted puede poner la lista de sus reuniones en este sitio)

Solicitar una reunión

reuniones@lifevantage.com

Tipos de reunión

Hay varios tipos de reunión. Éstos incluyen: reuniones ABC, reuniones en casa, reuniones de ciudad, reuniones mensuales de capacitación, reuniones trimestrales de capacitación y la Convención Anual. Estas reuniones se basan la una en la otra, de la más pequeña a la más grande.

A continuación, una breve definición de los tipos de reunión

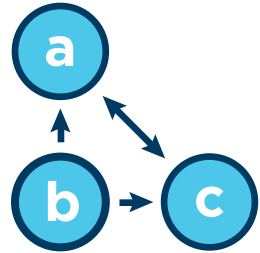
Reunión ABC

Esta es una reunión entre usted, un prospecto y un socio de negocios de la línea ascendente. Puede llevarse a cabo personalmente o por teléfono (conferencia tripartita). Los principales líderes tienen diariamente varias de estas reuniones.

Asesor: (A) Por lo general es el socio de negocios de su línea ascendente -toma las riendas y hace la presentación.

Puente: (B) Este es el Miembro del Equipo que invitó al Cliente. Es el ejemplo para 'A' y escucha atentamente durante la presentación.

Cliente: (C) Es la persona que fue invitada por 'B'.



Reunión en casa. Se trata de una reunión celebrada en la casa de un distribuidor LifeVantage, donde hay un pequeño grupo de invitados. El distribuidor anfitrión organiza la reunión e invita a los Clientes. Un socio de negocios de la línea ascendente de visita hace la presentación, que consiste en contar su historia, la historia de la empresa (funciona mejor usando un DVD) y explica el plan de compensación y la oportunidad para que los invitados se inscriban.

EVENTOS CONTINUACIÓN

Reunión en casa. Se trata de una reunión celebrada en la casa de un distribuidor LifeVantage, donde hay un pequeño grupo de invitados. El distribuidor anfitrión organiza la reunión e invita a los Clientes. Un socio de negocios de la línea ascendente de visita hace la presentación, que consiste en contar su historia, la historia de la empresa (funciona mejor usando un DVD) y explica el plan de compensación y la oportunidad para que los invitados se inscriban.

Reunión de Ciudad. Una reunión de ciudad es una reunión de un grupo grande, a menudo celebrada en un hotel de la ciudad u otro centro de reuniones, por lo general con 100 personas o más. Estas reuniones están abiertas a todos los distribuidores LifeVantage de todos los grupos. Regularmente se cuenta con la presencia de ejecutivos corporativos que conducen estas reuniones junto a los distribuidores principales. Se trata de reuniones con mucha energía, que crean mucha convicción y que siempre conllevan muchas inscripciones. Cuando hay muchas reuniones en casa en un área determinada, el resultado son reuniones de ciudad con mucha asistencia.

Reunión mensual de capacitación. En estas reuniones mensuales, los distribuidores principales asisten y proporcionan capacitación sobre aspectos críticos de la creación de un negocio LifeVantage exitoso. Es esencial que usted asista a estas reuniones para asegurarse de que está recibiendo toda la capacitación continua que necesita.

Reunión trimestral de capacitación. Una reunión trimestral de capacitación es un evento importante. Distribuidores de todo el país asisten para ser capacitados por ejecutivos corporativos, miembros del Consejo Asesor Científico y otros distribuidores principales. Además, muchos de los distribuidores reciben reconocimiento por sus avances de rango y por otros logros.

Convención anual. La convención anual es el evento más importante del año. Es un festejo de los logros de los distribuidores, una oportunidad para aprender de los distribuidores líderes a través de talleres, así como de recibir novedades del Consejo Asesor Científico y de los ejecutivos de la compañía. La marca LifeVantage tiene una gran presencia. En la convención anual, los distribuidores tienen una gran oportunidad para encontrarse con sus equipos,

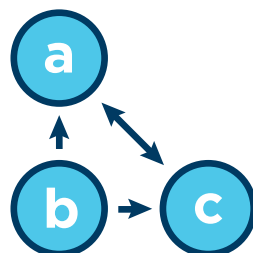
CONTAR LA HISTORIA

Quién

Asesor: Por lo general es el socio de negocios de su línea ascendente - toma las riendas y hace la presentación.

Puente: Este es el Miembro del Equipo que invitó al Cliente. Es el ejemplo para 'A' y escucha atentamente durante la presentación.

Cliente: Es la persona que fue invitada por 'B'.



Qué

01 SU HISTORIA →

Nombre (Nombre y Apellido)

Dónde vive
(ciudad y estado)

Experiencia profesional (lo que se dedica o dedicaba. NO DIGA comercializador en red a tiempo completo. Use la profesión que tenía antes de entrar en la industria a tiempo completo.)

Por qué LifeVantage (describa la diferencia o problema entre su situación y sus objetivos o sueños).

02 HISTORIA DE LA COMPAÑÍA →

Mostrar el video de la Oportunidad

Discuta el mito de los antioxidantes:

Los efectos de los radicales libres y el nuevo paradigma de las enzimas contra los antioxidantes directos.

Tiempo

Protandim: Compuesto con dos patentes

Más de 20 estudios científicos

Reduce el estrés oxidativo en un 40%

Testimonios acerca del Producto

03 CÓMO GANAR DINERO

Plan de Prosperidad:

Examine las cinco maneras de recibir el pago.

Testimonios de Negocios

SEGUIMIENTO

Viva según el siguiente principio: “La fortuna está en el seguimiento”.

Existen fundamentalmente dos tipos de seguimiento:

Tipo 1

El primer tipo tiene lugar después de que un prospecto recibe algún tipo de información acerca del negocio o el producto (por ejemplo: reunión en vivo, llamada tripartita, etc.) En otras palabras, la mayoría de los prospectos no se inscriben después de su primer contacto con la información. Es fundamental que usted se conecte con el prospecto inmediatamente después de la reunión. Los siguientes son ejemplos eficaces de lo que usted le puede preguntar al prospecto.

Guiones de seguimiento de ejemplo

“¿Qué fue lo que más te gustó de lo que escuchaste?”

“En una escala de 1 al 10, en la que 10 quiere decir que te interesó totalmente, ¿dónde te colocarías?”

“¿Necesitas información adicional sobre el producto o sobre la compañía para poder tomar una decisión?”

Punto Clave

Asegúrese de que su prospecto de socio de negocios o cliente siempre tenga “tarea” o algo que hacer antes de su próxima reunión. Por ejemplo, si su prospecto asiste a una reunión en vivo, es posible que usted quiera enviarlo luego a casa con muestras y una revista para leer como preparación para la próxima reunión. Y si el “primer acercamiento” fue a través de una llamada tripartita, invítelo a dar el siguiente paso y ver una presentación web más detallada.

Tipo 2

El segundo tipo de seguimiento implica mantener contacto regular con los prospectos, incluso con los que dicen que no tienen interés. No se deje engañar; la mayor parte de las personas que se inscribirán como clientes o como socios de negocios harán que usted se “reporte” con ellos al menos cinco veces antes de que se inscriban. Sin embargo, mucha gente en nuestra industria no sigue o contacta a sus prospectos 2 o 3 veces. Planifique hablar (volver a invitar) con sus prospectos (especialmente los que dicen “no”) cada 60-90 días para que pueda ponerlos al día con el progreso de su negocio. Siga manteniendo un registro de cada persona de la que haga el seguimiento anotando esta información en su hoja de Cumplimiento y Registro.

RESOLVER INQUIETUDES

La base del 99% de todas las inquietudes y objeciones es si el producto o el negocio funcionan o no, y si éste va a funcionar para ellos.

Las objeciones son preguntas que ponen a prueba su fe/convicción.

Guiónes de muestra de como resolver inquietudes:

“No sé acerca de eso, todo lo que sé es que (insertar historia).”

Sistema Feel-Felt-Found (“Sientes-Sentí-Encontré”): “Entiendo que puedas sentirte así. Yo también me sentí así, pero encontré _____.”.

“Muchos se sienten así al principio. De hecho, la última señora que inscribí me dijo que se sentía _____ antes de empezar su negocio LifeVantage conmigo. Empezó hace dos meses y en los últimos dos meses se dio cuenta que _____.”

CERRAR

Decida que va a tener éxito, que lo va a hacer funcionar no importa lo que cueste llegar a la cima. No piense “Lo haré si funciona” ni “Voy a probar esto”.

No importa lo que el prospecto diga u objeto, usted seguirá con o sin él.

¿Dónde esta su convicción?

¿Cree que va a alcanzar su objetivo?

¿Cree que va a terminar lo que empezó?

La confianza y convicción crean ingresos de 5, 6 y 7 cifras.

Muestra de guiones de cierre:

“¿Qué fue lo que te gustó de lo que escuchaste?”

“A esta altura, la mayoría de las personas se encuentran en uno de tres tipos de personas.”

Tipo 1 “Gracias, pero no, gracias. El negocio no me interesa.”

Tipo 2 “Suenan bien... necesito pensarlo o necesito un poco más de información”.

Tipo 3 “Sí, me queda claro. Estoy listo para empezar”.

“¿Cuál de estos tipos describe lo que estás sintiendo en este momento?”
(Escuche la respuesta)

“Entonces, ¿quieres ganar un poco o mucho dinero con nuestra compañía?”

“¿Cómo te ves dentro de esto?”

CAPACITACIÓN EN EL TRABAJO

La Capacitación en el Trabajo (OJT, por sus siglas en inglés) es la clave para el éxito de su negocio. Los comercializadores en red experimentados pasan tiempo haciendo OJT porque saben que invertir tiempo en el éxito de los otros es el camino seguro para llegar a la prosperidad. Para que la OJT funcione, usted debe estar dispuesto a invertir el tiempo suficiente para aprender y poner en práctica los pasos siguientes.

1. Recibir y Practicar la Capacitación en el Trabajo

No trate de seguir el Blueprint por sí solo. Como distribuidor nuevo, usted debe desempeñar el papel del “aprendiz”. Trabaje en estrecha colaboración con su patrocinador y con el equipo de apoyo de su línea ascendente para llegar a dominar el plan Blueprint para la Prosperidad. Si su patrocinador es nuevo en el negocio LifeVantage, encuentre un mentor en el equipo de apoyo de su línea ascendente. El trabajo de su patrocinador y de sus socios en línea ascendente es ayudarle a ganar dinero, idealmente desde la primera semana. Ellos harán esto, no sólo mostrándole como funciona Blueprint, sino ejecutando cada paso del Blueprint junto con usted. El proceso OJT define cómo el conocimiento y las habilidades pueden ser transferidas del patrocinador a usted y a sus distribuidores. Piense en el proceso como en un aprendizaje o como en una

capacitación laboral. El OJT debe utilizarse a través de todo el proceso Blueprint para la Prosperidad: la Lista de Control para Empezar, la Base de Datos, Invitar, Contar la Historia, Hacer el Seguimiento, Resolver Inquietudes y Cerrar.

2. Identificar Creadores de Negocios

Como patrocinador, su papel es el de convertirse en mentor de los constructores de negocios en su línea descendente. Al inscribir y colocar a sus distribuidores, seleccione e identifique a los constructores de negocios. Los creadores de negocios son distribuidores que actúan asistiendo a reuniones, capacitaciones e invitando prospectos. Identificar a los creadores de negocios no es escuchar lo que una persona dice; se trata de ver lo que hace.

3. Ser el Mentor de los Constructores de Negocios con la Capacitación en el Trabajo

Usted pasará la mayor parte de su tiempo haciendo Capacitación en el Trabajo, así que entenderla y volverse competente en ella es esencial. El proceso OJT es simple: no sólo le hable a sus reclutados acerca de Blueprint; ejecute cada paso junto con ellos. Por ejemplo: ayude a su Patrocinado/a a crear su base de datos, luego tome una copia de su base de datos y ayúdelo/a a invitar a varios prospectos. El proceso OJT en la próxima página describe la mejor manera de hacer la Capacitación en el Trabajo.

El Proceso de Capacitación en el Trabajo (OJT)



Usted traerá varias personas a la presentación. Su socio en línea ascendente hará el 100% de la primera presentación mientras que usted simplemente escuchará y verá cómo transcurre la presentación. En la segunda presentación, los distribuidores que usted personalmente inscribió invitarán a sus propios prospectos de socios. Usted y su patrocinador/asesor harán, cada uno, una parte de la presentación. Para la tercera presentación, usted estará lo suficientemente familiarizado con la presentación como para hacerla solo. Sin embargo, su asesor estará todavía junto a usted para apoyarlo, y para ayudarlo si lo necesita. En algunos casos se necesitan más de tres presentaciones antes de que usted o la persona que está entrenando se vuelvan eficaces en cada uno de los pasos del proceso Blueprint. Piense en perspectiva: sea diligente y se verá a sí mismo alcanzando sus metas muy pronto.

