

Por Qué las Personas se Unen al Mercadeo en Redes?

Los incentivos para las personas que se unen a el Mercadeo en Redes son tan variados como las personas mismas. Pero hubo un tiempo cuando yo inocentemente pensaba que la única motivación de las personas que se unían a esta industria era la oportunidad para hacer más dinero. No hace mucho tiempo que aprendí que el Mercadeo en Redes ofrecía más que recompensa monetaria. Además de la independencia económica, existen muchos otros factores implicados, que inducen a las personas para que investiguen más esta industria extraordinaria. Hace unos cuantos años fui presentado a un caballero con el nombre de Frank quien recientemente se había unido a su primera compañía. Después de intercambiar algunos saludos, me enteré que Frank era vicepresidente ejecutivo de una gran compañía industrial. A mediados de nuestra conversación, le hice una pregunta que me había estado molestando. “Frank, como vicepresidente ejecutivo, usted debe tener una vida cómoda; tengo la curiosidad de saber ¿qué le atrajo al Mercadeo en Redes?”

Ideas Erróneas

La respuesta de Frank era totalmente inesperada. “Bueno Tom, los profesionales no consiguen trabajos de medio tiempo.” Siguió explicándome, “creo que un gran porcentaje de la población general siente que un profesional con un trabajo lucrativo no tiene problemas de dinero, ésta es una suposición que no es necesariamente objetiva.” Frank terminó admitiendo que él y su familia vivían en una casa hermosa, y que conducía un carro nuevo y su hijo se vestía bien y tenía lo más nuevo de los juegos electrónicos y como familia ellos salían de vacaciones por lo menos una vez al año. Pero, el salario considerable generado por Frank se desvanecía con mucha facilidad.

Sosteniendo un Estilo de Vida

Frank también mencionó que su esposa no trabajaba fuera de la casa, su filosofía con respecto al empleo de su esposa era contrario a la de algunos hombres ¡Aún en este nuevo milenio hay algunos hombres que creen que una esposa debería trabajar fuera de la casa... para que ella no se aburra! (Después de todo, la limpieza de la casa, el cuidado de los niños, la compra de comestibles, la preparación de la comida, lavar la ropa, además de unas cuantas tareas adicionales podría realizarse todo en una noche). Frank se dió cuenta de que ser esposa y madre era en sí una ocupación de tiempo completo.

En resumen, Frank diplomáticamente razonó que a pesar de trabajar 12 ó 14 horas al día, a menudo incluyendo los fines de semana, el ingreso adicional era aún necesario para sustentar el estilo de vida que quería para su familia. Sin embargo, deseo de un ingreso adicional, Frank no podía verse así mismo buscando un puesto en el servicio de empleo. Aparte de estar muy preparado, él también estaría perdiendo de tiempo necesario para con su familia. Después de todo, su principal razón para buscar ingresos adicionales era su familia. él no quería que su esposa trabajara fuera de la casa. A pesar del.

Alternativas Frank y su esposa habían discutido la posibilidad de comprar una franquicia de comida rápida. Esta opción fue desechada rápidamente después de que se dieron cuenta

de la considerable y enorme inversión que requería inicialmente. Lo siguiente en su lista de posibilidades era un pequeño local de venta de sandwiches (emparedados). El propietario en retiro deseaba ofrecer los términos de financiamiento.

Frank y su esposa se sentaron y discutieron el tema de las cantidades de dinero. Su esposa lo miró y dijo “Frank, déjame ver si entiendo esto correctamente; nosotros vamos a pagar una cantidad significativa de dinero por el privilegio de hacer emparedados para otras personas, mientras tanto la devolución de nuestra inversión no será evidente por lo menos en 5 ó 10 años. ¿Es esta la manera en que percibes esta situación también?

Conjuntamente decidieron que esta alternativa no era muy práctica tampoco. Cuando la discusión los guiaba hacia mejores presupuestos, una luz roja se apagaba en la mente de Frank. Sus pensamientos giraban sobre términos de hacer más dinero no de perder.

Desconocida por Frank, la solución a su predicamento se dió unas cuantas semanas después. Por medio de un socio de su negocio anterior, Frank fue invitado a una reunión de oportunidad de Mercadeo en Redes. El resto, como dicen, es historia.

La meta de Frank en la actualidad es asegurar un retiro más rápido de su puesto ejecutivo. Frank planea trabajar en su programa de Mercadeo en Redes tiempo completo. ¡Con su cheque de retiro y sus cheques de bonos del Mercadeo en Redes, él y su familia serán capaz de continuar viviendo al estilo de vida de **su elección!**

Ahora le pregunto, ¿sabe de algún otro negocio en donde las personas puedan trabajar en casa, pasar buenos momentos con la familia y aún ganar tanto si no más que en su trabajo actual? En las propias palabras de Frank, “¿Qué tipo de trabajo puede usted conseguir que le ofrezca la oportunidad de hacer más dinero mientras trabaja menos?”

ComHO... 8871 22:90±0μ7 1'2±2. 40¼ 6δ' 82'9·0' 1·:4·°¶²·:2 3²·2'0 ·27·:·4·3'2'· 92'²:°¶ □ □ _jù¶· □ 77 □ 0¶°¹ □ 0¶ □ Mercadeo en Redes?.

El Arte de Vender

No importa que usted sea un veterano o un novato en Mercadeo en Redes, intente recordar la razón principal por la cual usted se unió a éste programa. Imagine que regresa al primer programa, o un programa subsecuente al que se haya unido ¿Cuál fue el motivo por el cual se unió a esa compañía en particular? ¿Fueron los productos y servicio, el plan de compensaciones o la necesidad de más dinero? Con toda probabilidad, el incentivo principal para unirse fue por la persona que le presentó la oportunidad de negocio.

¿Por qué compró el carro que está conduciendo, o el centro de entretenimiento de su sala o la computadora de la oficina? ¿Cuántas agencias de vehículos, tiendas de electrónica, o almacenes de computadoras hay en su área que están compitiendo por sus compras? Seguramente usted podría haber hecho estas compras en algún otro número de negocios. Y ¿por qué comprar lo que compró, donde lo compró? (¿Necesita una idea? ¡Por el agente de ventas!)

El mercadeo en redes es un negocio –su negocio- y como negocio convencional, usted tiene competencia; competencia no sólo con otros programas de mercadeo en redes, sino también

dentro de su programa. Recuerde que cuando usted presente su oportunidad de negocio, va a presentar más que los productos, servicios o plan de mercadeo. Usted va a presentarse a usted mismo también. Su meta es transmitir el mensaje de que su oportunidad es única, y el que lo hace único es usted.

Un Escenario Familiar

Usted recibió una llamada de John Key con la revelación de que sería ajustada su vida si usted se une a él en su nueva ventura, la compañía ABC. Tres semanas más tarde él se comunica con usted otra vez, convencido de que él tiene la oportunidad de su vida. Usted debe inscribirse debajo de él en la compañía DEF. Usted ganaría \$10,000 dólares la primera semana.

El siguiente mes el señor Key le presenta la compañía GHI insistiendo que usted será capaz de retirarse en un mundo de lujo en menos de dos meses pero tiene que unirse ahora; y así sucesivamente por todo el alfabeto de las compañías de negocios de multinivel.

Tenga en mente cuando presente su oportunidad de negocio, la importancia de construir una reputación sólida. Confianza, honestidad, sinceridad, seguridad y consistencia son los factores decisivos en la edificación de una poderosa red de distribuidores trabajadores.

Entrevista Sobre el Sistema de Patrocinio de Tom Paredes

Bill: Tom, usted dijo que la mercadotecnia de multinivel no es un buen trabajo de medio tiempo, sino que está más bien diseñado para alguien que desea invertir tiempo para su libertad en dos o tres años más adelante. ¿Qué quiere decir?

Tom: Bueno, Bill usted sabe cuando las personas piensan en un trabajo de medio tiempo, ellos están buscando dinero de inmediato. Ellos están buscando dinero ahora mismo y este negocio no está diseñado para darles dinero ahora mismo. Está diseñado para ganar dinero más tarde. Es importante construir. Así que cuando las personas vienen hacia mi y dicen, “Tom, quiero ganar más dinero ahora mismo, necesito un trabajo de medio tiempo.” Les digo, consigue un trabajo de medio tiempo y trabaja en este como un negocio de medio tiempo, porque este negocio de medio tiempo va a tomarles dos o tres años, quizás cinco años, para desarrollar las habilidades necesarias para hacer el trabajo.

Bill: Bueno, ahora Tom, eso realmente no quiere decir que una persona no será capaz de ganar dinero en el primer par de años, ¿no es verdad?

Tom: No, es cierto. Si dije que va a tomarle dos años para desarrollar las destrezas para que sean libres, nosotros ahora estamos hablando de libertad teniendo dos componentes: tiempo y dinero. Eso no quiere decir que no va a ganar dinero. Sino hasta seis o siete meses más adelante porque usted va a estar aprendiendo algunas de las destrezas necesarias.

Ahora, usted no aprenderá todas las destrezas que usted necesita para ser libre hasta que se cumpla un periodo de dos años. Usted podría aprenderlo en 18 meses o quizás 20 meses.

Sin embargo, usted no va a aprender todas las destrezas. Ahora, usted va a ganar dinero. Pero lo que digo es, ¿qué tal si usted recibe un cheque de la compañía en la que está trabajando y usted no lo voltea a ver porque usted no está ahí por dinero, usted está en esto por su libertad? Usted sabe que se va a tomar dos años y que va a ganar algún dinero a lo largo del camino. Así todo lo que quiero que usted haga es que endorse su cheque y lo guarde en el banco. Y al final de 2 años, cuando vaya y verifique su cuenta bancaria verá el dinero que tiene allí y todos sus sueños se harán realidad.

Bill: En otras palabras, lo que está diciendo es que “yo sí podría ganar más dinero en los primeros dos, tres o cuatro meses que esté en el negocio pero la libertad de que usted habla es el ser económicamente independiente y se toma tiempo para hacer eso.” ¿Es eso lo que está diciendo?

Tom: Eso es correcto. Y además es que usted no va a ser capaz de ganar el dinero en los primeros dos o tres meses. Quizás se tome cuatro o cinco meses antes de que comience a obtener algún dinero. Vamos a afrontarlo; las personas tienen trabajo de medio tiempo porque ellos necesitan dinero en este momento. Así que si usted entra en el negocio y está en el mismo durante un mes, dos meses o tres meses y no ha ganado dinero usted va a dejar de trabajar. Así que hay una gran diferencia entre tener un trabajo de medio tiempo y convertir y desarrollar un negocio. La mayoría de los negocios comienzan no obteniendo ganancias en el primer año o el segundo.

Bill: Bueno sí, eso es muy cierto. Tom otra pregunta. Uno de sus métodos para las reuniones en las casas es dar un resumen general de la mercadotecnia de multinivel, contarles una pequeña parte de su propia historia personal y entonces darle información a los invitados para que lleven a casa sin cierre de negocio y sin presión, aún sin presentación completa. ¿Por qué es que este método funciona?

Tom: Bueno, la razón por la cual funciona Bill, es porque es muy duplicable, por ejemplo, vamos a decir que, usted viene a mi casa y hago una reunión. Sé mucho de los productos, sé mucho del plan de compensación y sé mucho de la compañía. Entonces usted decide realizar una reunión. Usted es distribuidor completamente nuevo, no sabe nada sobre el plan de compensación y todavía usted quiere tener una reunión. Usted no sabe lo que yo sé. ¿Es eso duplicable?

Bill: Mmm no.

Tom: ¿Ve usted? Lo que tenemos que hacer es traer a la gente porque el propósito de la reunión no es patrocinarlos, el propósito de la reunión es darles la información así que cuando ellos estén en la casa (no a la defensiva), ellos tendrán la oportunidad de revisar este material.

Porque de lo que estamos hablando Bill, no es sobre venderle a alguien algo. Estamos hablando de construir una relación duradera con esa persona. Y así es como usted construirá las relaciones sin técnicas de cierre, sin presión y sin dar presentaciones completas porque si usted da la información completa esto podría ser demasiada información. Déjeme darle un ejemplo de lo que podría ser considerado demasiada información.

En un viaje reciente un socio y yo estuvimos en el aeropuerto O'Hare de Chicago. Estábamos apresurados un poco después de una reunión y no teníamos mucho tiempo de sobra. Tenía hambre y me detuve en el puesto de comida rápida para comer unos bocadillos y tomar un par de refrescos mientras que mi socio hacía fila en el puesto de boletaje para informarse.

En el puesto de comida rápida le pedí a la dependiente dos 'hot dogs', una 'Diet Coke' y una 'Pepsi'. La dependiente dijo, "¡Espere! ¡Espere! Sólo una cosa a la vez." Creo que iba demasiado rápido para ella. Así que lentamente repetí, "quiero dos 'hot dogs'" ella fue y trajo los dos hot dogs; "una Diet Coke", ella fue por la coca y regresó; "una Pepsi", fue por la Pepsi y regresó. ¿Ve cómo tuve que desglosar la información para que ella pudiera seguir las instrucciones?

Así pensaba yo de las personas en las reuniones. ¿Cómo van a ser capaces de captar toda la información correcta si ellos tienen su cabeza saturada con información inútil? Así que el propósito de la reunión es dar un resumen de lo que la mercadotecnia de multinivel es, compartir nuestra historia personal porque crea deseo y darles la información para llevar a la casa en donde ellos puedan hacer una decisión en la privacidad de sus propias casas.

Bill: Bien. Suena como que ahora usted está hablando de algo que alguien en cualquier etapa del juego podría hacer.

Tom: Eso es verdad. Cuando invitamos a las personas, las estamos invitando para que hablen con nuestro experto. Él puede estar en la compañía por apenas una semana y él también es un experto porque sabe como responder a cada pregunta. Por ejemplo; ¿y las vitaminas? ¿Qué tipo de vitaminas tiene? La respuesta está en el paquete de información, ¿y el plan de compensación, paga más? No importa porque está en el paquete de información.

Ellos son capaces de responder a cualquier pregunta. Al mismo tiempo Bill, usted será capaz de incrementar el nivel de autoconfianza y autoestima. Porque cuando las personas entran en este negocio su nivel de ambos aspectos son muy bajos. Si estuvieran altos, ellos ya serían muy exitosos.

Bill: Bien. Eso tiene mucho sentido. Entiendo eso Tom. Ahora, cómo está esto, si la persona se une por dinero, usted dice que dejarán de trabajar y se desanimarán más rápidamente. Ayúdeme a entender el por qué.

Tom: Bueno. La razón por la que las personas se desaniman y dejan de trabajar es porque no han desarrollado las destrezas necesarias para construir un negocio. Ellos entran y se unen a la compañía por dinero y se imaginan que alguien los metió a la compañía para hacer dinero. Si ellos no pueden construir el negocio, ellos no ganarán dinero. Vamos aceptar la realidad Bill, requiere destreza el ganar dinero.

Ahora, algunas personas podrían ser capaces de desarrollar las destrezas necesarias más rápido mientras que algunas personas se desarrollarán más lentamente. Así que cuando dije que le tomaría dos años en desarrollar estas destrezas, tal vez 18 meses ó 12 meses. No sé. Depende del individuo que tan rápido él pueda desarrollar las destrezas. Pero le va a tomar como mínimo un par de años aprender todas las destrezas.

Bill: De igual manera como patrocinador, ¿usted tomaría la responsabilidad en ese entonces

de enseñar estas destrezas? Y si es así, ¿qué tanto tiempo se llevaría?

Tom: Si yo personalmente patrocino a alguien, yo sí tomaría la responsabilidad. Seré capaz de enseñarle las destrezas y ayudarlos a desarrollarlas. Sin embargo, hay ciertas cosas que usted puede enseñarles, pero también hay cosas que ellos deben descubrir por sí mismos.

Bill: Bueno, eso es lo que yo iba a preguntar. ¿Por que no escribe todo esto en un manual, se lo entrega y les dice; “He aquí lo que van hacer.”

Tom: Podría hacer eso, Bill. Pero eso sería cómo si yo le estuviera dando un manual de cómo nadar. Usted tendría toda la información de cómo nadar... pero si lo arrojo en el mar mañana, aunque usted hubiera leído todo el manual la noche previa, usted se ahogaría. ¿Es la información valiosa?

Bill: Así que usted está diciendo que es la aplicación diaria de las destrezas lo que hará la diferencia hacia el éxito de la persona.

Tom: Es el proceso de cómo ellos desarrollarán porque no serán capaces de asimilar toda esa información. Así que usted tiene que llevarlos paso-por-paso-por-paso. Es un proceso.
Bill: Caramba. Estoy comenzando a entender mucho más sobre esto ahora. Usted sabe cómo desarrollar el autoestima de las personas. Tom, ¿por qué usa ese enfoque primero en la construcción de su negocio?

Tom: Creo que usted tiene que tener buena base para construir y si la autoestima de una persona está muy baja ello no va a ser capaz de construir un negocio. Así que una de las maneras en que yo les ayudo a desarrollar su autoestima es dándoles libros para leer y dándoles cintas para que las escuchen para que ellos puedan sentirse mejor acerca de ellos mismos antes de que ellos aún comiencen cualquiera de los procesos de construcción del negocio.

Ahora, algunas veces esto podría tomar un buen rato. Tengo un hermano que recientemente se inició en el negocio y él me dijo que su autoestima estaba ciertamente por los suelos. Y me di cuenta que era verdad. Así que comencé a darle algunos libros para que los leyera y a medida de que él leía los libros las cosas comenzaron a cambiar en su vida. 18 meses más tarde, se acercó a mí y me dijo, “Tom, estoy preparado para construir este negocio. Estoy preparado para hacer esto” y ahora su autoestima está bastante alta. Estoy muy orgulloso de lo que él ha hecho con su vida.

Así que usted puede ver que no podría haber comenzado a enseñarle las destrezas ahí mismo porque no estaba preparado. Su autoestima estaba muy baja. Así que primero hay que desarrollar el autoestima en los individuos.

Regresando a la parte que habla de dinero. Si alguien entrara al negocio con la idea de hacer mucho dinero inmediatamente, nosotros estaríamos haciéndole a esa persona un perjuicio porque no estaría equipado con las destrezas necesarias para ganar dinero. Así que primero nosotros desarrollamos la autoestima (amor propio) entonces después le ayudaremos a desarrollar las destrezas necesarias para que él pueda ser libre.

Bill: Bueno, eso me suena como que un patrocinador donde realmente necesita poner atención es en donde un individuo en particular está; qué es lo que lo motivó para entrar en

este negocio.

Tom: Eso es verdad. Y hacemos eso a través de la relación. Por ejemplo si usted patrocina a alguien en California, usted no sabrá esas cosas a menos que usted hable con ellos diariamente. Vamos a usar las reuniones en la casa como un ejemplo... las personas dicen, ¿por qué tenemos estas reuniones en la casa? ¿A cuántas personas puede usted acomodar en la reunión?

Bueno, si usted estuviera en un hotel en el que podría tener una gran reunión, las cuales se hacen, eso sería llamada una reunión central. Pero inicialmente no hacemos eso porque si usted puede imaginarse una sala llena de personas, ¿puede usted imaginarse a alguien pasando al frente de la multitud y diciendo, “déjeme decirle algo Bill, mis finanzas están muy mal. Mi autoestima está muy baja. No sé que hacer con mi esposa.” Eso sencillamente no va a pasar en una gran reunión.

En vez de eso dirán algo como, “déjeme decirle lo que hice el último mes” o “Déjeme platicarle sobre mi carro” o “compré una nueva VCR.” Ellos hablarán sobre cosas positivas. Pero en una pequeña reunión en una casa, en donde usted tiene relaciones con las personas, ellos empezarán diciéndole qué es lo que verdaderamente quieren. Bill: Así pues, con esa información usted sabrá lo que va a hacer próximamente. ¿Es eso correcto?

Tom: Eso es verdad. Al tener esa información, descubriremos como podemos ayudarlos mejor porque las personas son muy diferentes unas de otras, pero aún tienen muchas cosas en común. La mayoría de ellos tienen baja autoestima y muchos son negativos. Sabemos todas esas cosas. Conocemos que estos rasgos básicos de las personas son similares, pero la situación individual podría ser diferente.

Bill: ¿Ayuda a las personas con bajo nivel de autoestima sugiriendo que lean material o que escuchen cintas que podrían cambiar ese nivel en ellos? ¿Cómo hace eso?

Tom: Lo hacemos por medio de libros y cintas. Uno de mis libros favoritos es “La Magia de los Grandes Pensamientos.” Es un libro muy bueno. Es uno de los libros viejos pero realmente ayuda a las personas a desarrollar su autoestima (amor propio).

En cuanto a escuchar cintas no les aconsejo o distribuyo cintas “sensacionalistas” con personas saltando. Fui a una reunión no hace mucho y el conferencista se quitó su reloj y dijo, “si ustedes entran en este negocio, ustedes podrían tener un Rolex como el mío” o cintas que dicen “Déjeme contarle de este tipo que ganó tanto dinero...” No estoy en un negocio de “exageraciones”, pero estoy en el negocio de desarrollar a las personas.

Bill: Sabe, esta mañana durante el desayuno, nosotros estuvimos hablando de relaciones y eso es uno de los fundamentos de nuestro negocio. ¿Cuál es el efecto negativo de una llamada en frío o enviar información por correo a los prospectos que no conoce? ¿Cómo se ajusta eso en el escenario? ¿Será importante? ¿Por qué las relaciones personales son tan importante en su sistema?

Tom: Bueno, antes que nada, hablamos sobre relaciones. Eso es muy, muy importante. Eso es realmente el eje fundamental de nuestro negocio. Ahora, algunos de los efectos negativos de una llamada en frío o el envío por correo de información es que usted no tiene esa relación. Pero una vez que haga una llamada en frío usted podrá comenzar a desarrollar

una relación. Sin embargo, eso lleva tiempo. La relación personal es muy importante en el sistema.

Bill: Eso tiene sentido para mí. Tom, usted que escucha a las personas en este negocio, los comerciantes de multinivel, hablar sobre reclutar líderes, la construcción de líneas descendentes y todavía usted parece hacer énfasis en la palabra “desarrollo”. Y escucho eso una y otra vez. ¿Qué quiere decir cuando dice, “desarrollar a alguien”? y ¿por qué es esto diferente de sólo patrocinar y trabajar con ellos?

Tom: Bueno Bill, vamos a verlo de esta manera. Estábamos en un restaurant temprano esta mañana y vimos a un niño pequeño. El niño tenía probablemente qué, ¿un año?

Bill: Sí.

Tom: Ese niño está creciendo para llegar a ser un adulto. Ese niño se está desarrollando. No está siendo construido. Usted construye autos Bill, no construye personas. Usted desarrolla a las personas.

Bill: M-m-m. Así que su método de desarrollo quiere decir que los ayudará a superar: a) problema de autoestima y b) los educará sobre las herramientas como parte del proceso del desarrollo.

Tom: Sí. Es un proceso de desarrollo continuo y todos los días ellos aprenderán ciertas cosas. Es un proceso de desarrollo completo. No es sólo un par de cosas que se preparan para proseguir. Es como si dijera: “Es un compromiso de por vida.”

Bill: Bien, entonces tengo que regresar para preguntar, ¿por qué las relaciones personales son tan importantes en su sistema?

Tom: Bueno, regresemos al tema del desarrollo. Por ejemplo, hablamos sobre pequeñas reuniones y que las personas no empezarán a confiar en usted a menos que usted tenga una relación con ellos. Usted no puede acercarse a un extraño y decir, “permítame hacerle una pregunta señor, ¿cuánto dinero gana? ¿Cómo van las cosas en su casa?” Pero cuando trabaja y desarrolla a las personas y usted construye esa relación, ellos le dirán estas cosas. Y una vez que usted averigüe estas cosas, entonces vamos a poder ayudarles.

Bill: ¿Recuerda aquella taza de café que usted mencionó y el individuo en la tienda de conveniencia que usted había encontrado? ¿Podría contarme la historia de ese tipo y las dos o tres veces que fue allí antes de que él descubriera lo que usted hacía para ganarse la vida?

Tom: Oh. Compartí esa historia de la tienda anteriormente. Me detuve para tomar una taza de café porque estaba lloviendo mucho y se me hacía tarde. Entré a la tienda y le dije al dependiente “chico, usted seguro que está de suerte por tener un trabajo como este porque está lloviendo a cántaros allá afuera. Tener un trabajo bajo techo como este es mucho mejor que tener un trabajo sin techo como del tipo que está allá arriba en el poste de teléfono mojándose.”

Él dijo: “sí, pero no voy a hacer esto toda mi vida.” Y dije, ¿de verdad? ¿Qué va a hacer? Él

contestó, “bueno, voy a comenzar mi propio negocio.” Y contesté, magnífico así es como realmente se habla. ¿Con qué tipo de negocio va a comenzar? Él respondió “realmente todavía no sé.”

Le dije, “oh bien, le deseo mucha suerte y entonces salí de la cafetería. Ahora, es aquí cuando todo distribuidor, o la mayoría de ellos, hubieran pensado, “tengo un prospecto potencial” y entonces hubieran comenzado diciéndole al dependiente de su maravillosa oportunidad de negocio y de su maravillosa compañía. Ellos insistirían hasta el punto de alejar al dependiente.

Por un par de días más tarde regresé a la misma tienda por otra taza de café. El mismo dependiente estaba allí y le dije, “oiga amigo, ¿consiguió echar a andar su negocio? Él contestó, no, realmente no. Hablamos un poco más y me fui. La tercer vez que pasé por la tienda le pregunté ¿cómo van las cosas? ¿Que tal de su nuevo negocio, lo comenzó ya? Él dijo, “no, pero permítame hacerle una pregunta Tom. Usted sabe que ha venido tres veces diferentes y cada vez que se detiene aquí es a diferentes horas en el día. Entonces él me preguntó ¿qué es lo que usted hace para ganarse la vida? La mayoría de las personas están en el trabajo cada vez que usted viene por aquí. ¿Es un agente de ventas? ¿En que trabaja?”

Le dije, “no, realmente estoy medio retirado.” Y me miró y dijo, “Tom, se ve muy joven para estar retirado.” Dije, “usted sabe, no importa la edad para retirarse. Y en realidad lo que yo hago es ayudar a las personas a comenzar sus negocios.” Él dijo, ¿de verdad? Le dije lo que él quería escuchar.

Bill:Usted repentinamente llegó a un punto común ¿no es verdad?

Tom:Sí. Le dije lo que él quería escuchar. Y él dijo, “de verdad, ¿puede decirme un poco más sobre eso? Dije, “bien, me gustaría contarle amigo pero, ¿por qué no hacemos esto? ¿Por qué no nos reunimos en un par de días? Porque tengo algunas cosas que hacer ahora. Vamos a tomarnos una taza de café. Oí que en Burger King sirven unos cafés realmente buenos como los de su tienda.”

Él acordó que nos tomaríamos un café y así logró relacionarse con el negocio. No se envolvió del todo, pero él compra productos cada mes. Usted ve, él no está preparado todavía para construir un grupo de afiliados. Tenemos que desarrollar primero su autoestima.

Bill:Bueno, ahora eso es interesante también Tom, porque usted conserva sus distribuidores, girando con un volumen mínimo. Esto lo hace con un compromiso de dos años de su nuevo distribuidor. ¿Cómo hace eso? ¿Qué les dice que los mantiene motivados hasta por dos años?

Tom:Como dije antes, si traemos a alguien por dinero y ellos no ganan lo que ellos creen que deben ganar en un par de meses, ellos renunciarán del negocio. Si los traemos por el producto al negocio y algún otro aparece con un mejor producto, ellos renunciarán. Así que desde el principio cuando traigo a un distribuidor a la compañía, ellos saben que les va a tomar dos años. Ellos ya saben que les va a tomar por lo menos ese lapso de tiempo porque tienen que desarrollar las destrezas pero lo más importante es que saben desde el principio el precio que tienen que pagar.

Ahora, déjeme darle un ejemplo de lo que quiero decir cuando digo “precio.” Estaba

platicando con unos de mis distribuidores hace rato y él había ido a la Galería en Houston en donde hay almacenes muy, muy exclusivos. Ahora no sé si usted ha estado en la Galleria Bill, pero tienen una pista para patinar y es bellísima.

Mi distribuidor había llevado a uno de sus nuevos distribuidores con él porque iban a hacer algunas compras. El nuevo distribuidor le dijo, “quiero ver algunas camisas. Realmente necesito comprar algunas camisas bonitas.”

Mi distribuidor dijo, “bien, conozco el lugar perfecto y personalmente conozco al tipo que lo administra y creo que te ayudará.

Así que fueron al almacén y estuvieron viendo algunas camisas. Cuando el nuevo distribuidor dijo, “hombre, esta es una camisa hermosa. Nunca había visto una camisa como esta. Hay algo realmente diferente en ella.

La mayoría de las personas que conozco usan camisas que tienen el mismo estilo, pero este tipo quería algo diferente. Creo que el cuello era de un color diferente que el de los puños o algo parecido. De todas maneras dijo “voy a medírmela.”

Sin embargo, antes de que él entrara al vestuario él tomó la manga de la camisa y vió la etiqueta de precio. (Este cuate es del tipo parecido al de la historia del restaurante que les conté anteriormente. Usted puede ver cuando las personas no tienen mucho dinero. Ellos leen el menú de derecha a izquierda en vez de leer de izquierda a derecha de la manera que nos enseñaron a leer en la escuela). Entonces dijo, “bueno, realmente de todas maneras no quería la camisa.”

Mi distribuidor le dijo, “bueno, espera un minuto. ¿Por qué no te la mides? No tienes que comprarla, solo médetela y ve como te queda.” El nuevo distribuidor dijo, “no, no, está bien” pero mi distribuidor continuó presionándolo para que comprase la camisa o por lo menos que se la midiera.

Por último el nuevo distribuidor dijo, “Espere, permítame decirle algo. No voy a pagar \$1,500 por una camisa.” ¿Ve? Él necesitaba la camisa y le gustaba, pero no deseaba pagar el precio.

Muchas veces platico con mis distribuidores y no tienen idea alguna de lo que va a ser el precio. Piensan que será divertido, “Oh, voy a ser un distribuidor,” “Voy a ganar mucho dinero.” Pero entonces la realidad hace acto de presencia. Ellos tendrán que hacer llamadas telefónicas, deben tener reuniones, tienen que comenzar a platicar con las personas, tienen que aprender, tienen que pasar tiempo lejos de la televisión para que sean capaces de desarrollar las destrezas necesarias para tener éxito. Esta es la realidad que hace que muchos distribuidores decidan rendirse porque ellos realmente no desean pagar el precio. Pero si ellos saben desde el principio cual es el precio que tienen que pagar, ellos permanecerán con la empresa. Uno de los precios que necesitan pagar es el hecho de que se van a tomar dos años Bill. Dos años en que desarrollarán las destrezas para ser libres. Pero después de dos años, ellos serán libres y eso es lo que realmente quieren ¿no es verdad?

Bill: Oh si, me gusta ese término “ser libre” y sabiendo de lo que se llevará de tiempo para ese nivel financiero del que usted habló, me permitirá ser libre en ese momento. Sabe Tom. Estoy intrigado por su libro, “Historias de Guerras de Mercadotecnia de Multinivel” y aparte de eso tiene una historia de búsqueda de prospectos que le dirá como algunas personas pueden ver a los prospectos en donde otros no. Parece que los prospectos están en todas partes, ¿por qué no comparte esa historia con nosotros?

Tom: Bueno, una de las razones por las que los distribuidores no ven a las personas como

prospectos es debido a los valores esenciales. Vamos a regresar a los valores porque anteriormente hablamos de los valores esenciales...

Bill:Mmm.

Tom:el valor de un individuo... que todos nosotros tenemos un valor intrínseco.

Bill:Sí

Tom:Hablamos sobre cosas como la igualdad, que todos nosotros somos iguales, la misma cosa. Hablamos de libertad. Todos queremos libertad. Y hablamos del amor. Todos queremos y necesitamos amor. Cuando veo a una persona, no los veo como personas de negocios exitosas o como personas que trabajan en un taller de maquinaria. Los veo por medio de los valores esenciales. Los veo como por un filtro, por falta de mejor expresión. Cuando los veo, todo lo que yo veo es a esa persona como individuo, como ser humano. No como un prospecto.

Sabe, cuando voy a Houston la cual es una ciudad muy grande, veo todos esos carros allí afuera. Ahora si miro a todos esos carros y digo, "caramba, mira todos esos carros y mira a todos esos prospectos, pero no, no estarían interesados. Esos tipos conducen BMW's completamente nuevos. Ese tipo conduce un Mercedes. Pero si me fijo en ellos por medio de los valores esenciales, en vez de ver Mercedes y BMW, veo a las personas, sólo a las personas como individuos. Y eso nos hace retroceder hasta el filtrado de los valores esenciales. Usted no tendrá ningún problema porque de verdad usted tendrá más prospectos que cabellos en la cabeza.

Bill:Y obviamente, usted trata con un número limitado de personas a la vez. ¿No es verdad?

Tom:Eso es verdad Bill. Y la razón por la que trabajo con números limitados de personas en un mismo momento se debe a: regresamos al proceso del desarrollo. Usted no puede desarrollar a muchas personas. Aunque yo podría ser capaz de patrocinar a muchas personas, únicamente puedo desarrollar un puñado. Ahora, ¿qué determina eso?

Para mí cerca de cuatro personas. Puedo desarrollar a cuatro personas al mismo tiempo. Cualquier otro al que yo patrocine le transferiré esa relación o le transferiré el patrocinio. Por ejemplo, si usted viene a donde mi y dice, "Tom, yo sé que ha estado en la mercadotecnia de multinivel por un buen rato y de verdad quiero entrar en ella. Pero que tal si le digo, "bueno Bill, ahora mismo estoy trabajando con 4 personas y de verdad no puedo desarrollar alguna otra persona más en este momento." Usted probablemente pensaría, "que lástima. Tom no me quiere ayudar. Si no me ayuda tendré que ir a algún otro lugar.

Sin embargo, si le digo, "podría patrocinarlo Bill, pero voy a hacer que Frank lo ayude a desarrollarse, porque Frank es uno de mis distribuidores y es un experto en este negocio."

Bill:Usted le ha enseñado las destrezas a Frank.

Tom:Eso es correcto. Frank ha aprendido las destrezas y va a enseñarle a usted. Las destrezas; las mismas que conozco yo. Pero personalmente, Bill, no podría trabajar con

usted y darle el tiempo necesario para que usted desarrolle las destrezas porque no tendría el tiempo adecuado. Usted vino a mí porque realmente quiere ser libre y yo quiero que sea libre y quiero que desarrolle las destrezas necesarias para tener éxito.

Bill:Sabe, eso es interesante Tom. Porque se que tiene miles de personas en su grupo de trabajo y todavía está diciéndome que está trabajando solo con 3, 4 ó 5 personas al mismo tiempo. Eso es muy interesante.

Tom:Sí, lo es. Usted ve que las personas siempre piensan en términos de que tienen que tener a muchas personas personalmente patrocinadas en este negocio. Esa es la razón por la cual ellos siempre andan corriendo por todos lados durante todo el día buscando patrocinar a alguien. En todos los lugares a que ellos van siempre estan platicando con alguien. Siempre estan platicando con personas. No lo sé, pero eso no me suena a libertad, ¿verdad, Bill?

Bill:No, seguro que no Tom. Continuamente escucho cosas de usted y mediante estas series, las cuales son diferentes a las cosas que he escuchado decir de otras personas. Por ejemplo, escucho a los reclutadores animando a las personas para que hagan grandes patrocinios. En otras palabras, se concentran en el reclutamiento de profesionales con altos ingresos, pero usted les enseña algo completamente diferente. Hace sólo un momento usted usó esa palabra “igualdad.” Usted dice que el dependiente de la gasolinera es tan importante como prospecto como lo es un vicepresidente de un banco. Ayúdeme a entender eso.

Tom:Bueno Bill, la razón por la cual nosotros hablamos de esto es porque si funciona en el mundo corporativo, no funcionará en la mercadotecnia de multinivel. Con esto en mente, no importa si la persona es el vicepresidente de un banco o si la persona es dependiente de una estación de gasolina. Ambos tienen que someterse al mismo proceso para aprender las destrezas necesarias para construir el multinivel y eso es de lo que realmente estamos hablando. Así que el dependiente de la gasolinera podría tener más deseo que el vicepresidente de un banco, o viceversa. No importa. Así que cuando los miro a través de los valores esenciales son todos iguales, no importa. Lo único que se requiere es la respuesta a la pregunta. ¿Quién tiene más deseo?

Bill:¿Así que usted cree que el deseo lo es todo en un 50%? ¿75%? ¿80%?

Tom:Bueno, el deseo es realmente importante. Por ejemplo, puedo crear el deseo en usted. Ese es mi trabajo. Crear el deseo suficiente en usted para que diga, “Caramba, quiero hacer esto.” Y esto puede ser hecho con sólo contar la historia. Sin embargo, hay algo que no puedo hacer por usted Bill. Yo no puedo conectar el interruptor.

Bill:Ah ese interruptor. Ahora usted estaba hablando también de eso brevemente esta mañana; que busca a esa persona que cierra su propio interruptor.

Tom:Eso es verdad Bill, debido a que el interruptor está adentro de uno mismo y yo no puedo llegar allí para conectar ese interruptor. Ellos tienen que hacerlo. Ahora en el inicio si su autoestima está muy baja, ellos no tendrían la capacidad de sacar la energía para

encender o conectar el interruptor. Así que nosotros tenemos que desarrollar su autoestima y al nosotros hacer eso, ellos serán capaces ahora de conectar el interruptor.

Bill: ¿Y entonces que hará para conseguir que ellos no desconecten ese interruptor una vez que los haya animado a conectarlo?

Tom: Bueno, regresemos a donde hablamos del precio que ellos tienen que pagar para tener éxito. Ellos saben en que consiste el precio. Saben que van a necesitar dos años para que desarrollen sus destrezas. Y al desarrollar sus destrezas, ellos se convertirán en uno con los valores esenciales.

Bill: Así que el saber que usted va a estar allí para ellos los ayudará a mantener el interruptor en la posición “adelante”.

Tom: O su patrocinador, o el patrocinador de su patrocinador, quien sea que esté ayudándolos a desarrollar sus destrezas. Eso es correcto y ellos saben que alguien estará allí para ayudarlos. Pero lo importante de esto es que según usted comienza el desarrollo de alguien usted comienza a pasar menos y menos y menos tiempo con ellos porque ellos están pasando más y más y más tiempo con la persona que ellos están desarrollando.

Bill: Sabe, creo que he escuchado algunas historias muy interesantes acerca de usted durante el tiempo que lo he conocido. Por supuesto una de estas historias es sobre su primer auto que ganó como empresario de mercadotecnia de multinivel. Sé que desde ese entonces usted ha ganado muchos autos y viajes. Usted vive un estilo de vida muy agradable y todavía no ha hecho mención de esas cosas de su historia personal en las reuniones en casa, ¿por qué? ¿Cuál es la estrategia de dejar afuera (de omitir) estos logros?

Tom: Bueno, una de las razones es porque esto no es duplicable. Quiero decir que si hablo de autos que he ganado y cosas así sucesivamente, ¿qué le parecerá a la persona que acaba de ingresar en el negocio, que únicamente ha estado una semana en él? ¿Han ganado autos? ¿Han ganado viajes? No. ¿Podrían decir lo que yo digo?

Recuerde que cuando regresamos y hablamos sobre lo que en sí es el negocio, acerca de la relación y la duplicación, tiene que ser duplicable y si no es duplicable no funciona. Y hablamos sobre la construcción de multinivel. Así que, ¿por qué hablamos sobre cosas que no van a construir el multinivel? Conozco a muchas personas en la industria que siempre hablan sobre sus logros.

Tuve un tipo que me llamó y dijo, “bueno Tom, sólo quería hacerle una llamada, sabe, escuché que era mi superior en algún lugar.” No todos hacen exactamente lo que yo hago, pues no están bajo mi dirección. De todas maneras dijo, “Sabe, las cosas están saliendo muy bien. En realidad, este mes mi cheque fue de \$800 dólares y el siguiente mes creo que va a ser de \$1600 dólares. No puedo esperar hasta el próximo mes, porque entonces haré una copia del cheque y lo podré mostrar a las personas y ellos querrán integrarse a la empresa más rápido.” Y dije, “que bien.” Entonces, ¿por qué me está llamando? Usted parece tener las respuestas. Él continuó: “bueno, sólo pensé que usted podría tener otra idea.”

Dije: “bueno, realmente no hablo sobre ello, sabe, el cheque.” Pareció estar realmente sorprendido y dijo, ¿No hace eso? “No, porque yo hablo de libertad.”

Así seguimos hablando un rato y después de que terminamos la conversación dijo, “oiga, quiero saber más sobre este asunto.” De pronto el dinero no era realmente importante. Tenía una distribuidora que había ingresado en el negocio antes de que yo comenzara a hacer este tipo de sistema y su cheque subía y bajaba, subía y bajaba. Ella estaba algo cansada de eso y he aquí lo que dije, “primero que nada tiene que aprender nuevas destrezas porque si tiene las destrezas su cheque no subirá y bajará tan frecuentemente; será más consistente. Este negocio no es principalmente para ganar dinero, sino para ser libre.” El concepto era algo difícil para que ella lo comprendiera o aceptara al principio. Y ella estaba muy inconforme aunque su cheque tuviera un promedio de ingresos bastante bueno. Sus cheques eran bastante buenos, pero no estaba conforme porque no era lo suficiente. Sabe que cuando se habla de dinero, no importa que tanto dinero gane porque nunca será suficiente. Usted siempre quiere más. ¿No es cierto?

Bill: Seguro.

Tom: Así que hablamos de libertad. ¿Sabe que su cheque de hoy en día es menor? Pero ella es más feliz porque ella está fijándose en un límite de dos años. Ella está fijándose una meta de ser libre y su organización está creciendo, creciendo y creciendo. Hablé con ella el otro día y me dijo, “Estoy de verdad feliz, mi organización está creciendo, creciendo y creciendo. Puedo ver el crecimiento ahora.” No hablamos más de dinero, hablamos de libertad. Así que eso es muy importante.

Bill: Oh, naturalmente que sí. Gracias Tom, por compartir eso con nosotros. Ahora vamos a someterlo a un escenario. Vamos a transportarlo a un vuelo en avión pequeño. Vamos a decir que salta del avión, naturalmente con un paracaídas y cae en una ciudad extraña. ¿Cómo podría comenzar a construir su negocio, Tom? ¿Adónde podría ir a buscar prospectos? ¿Qué haría usted primero?

Tom: Bueno, esa es el tipo de pregunta que está llena de implicaciones, pero antes que nada usted nunca me verá saltando de un aeroplano. Cuando estuve en el ejército nunca lograron que yo hiciera eso. Ellos me ofrecieron una posición con la División 82 Aerotransportada, pero dije, “de ninguna manera, yo no saltaré de aviones.”

Pero ya que esta es una situación hipotética y que si eso fuera a pasar, la primera cosa que yo haría sería comenzar a construir relaciones. ¿Dónde comenzaría? Tal vez comenzaría con la persona que le compré mi casa, mi agente de bienes y raíces.

Quizás diga algo como... “Sabe Bob, soy nuevo en el área y acabo de comprarle una casa. Tengo un negocio de mercadotecnia de multinivel y le ayudo a las personas a desarrollar ese tipo de negocio. Tal vez usted podría guiarme hacia una dirección en donde yo pueda reunirme con personas. Usted sabe, que me introduzca.

Tal vez vaya a la tienda de comestibles o vaya a la tienda de conveniencia y use el método que he usado antes. Quizás iría a las galerías comerciales y use el método que uso con los vendedores de zapatos. Ese es el tipo de búsqueda de prospecto que iniciaría. Y comenzaría el desarrollo de relaciones desde allí.

Otra cosa que haría es que iría a los lugares en donde acostumbra la gente desayunar. Estos son muy, muy buenos en el desarrollo de personas con quien usted no ha tenido ninguna relación previa. Y una vez que haya establecido esa relación, será más fácil construir su negocio. Porque si no establece una relación primero, usted se presentará como un agente

de ventas. Y ¿qué es lo más que odian la mayoría de las personas? Odian las ventas.

Bill: Sí verdad. Y muchos de ellos odian la presión de las ventas y por lo tanto tendrán cierto resentimiento hacia los agentes de ventas. ¿No le ha sucedido lo mismo a usted?

Tom: Sí, es cierto. Yo no tengo ese problema porque yo no me allego a las personas como si fuera un vendedor. Esto tiene que ver con que no generalizo a todo el que veo. Yo ni hablo al respecto. Muchas personas ni saben lo que yo hago (mi trabajo). Solamente saben que estoy ahí.

Bill: Me estoy divirtiendo. Sabe, eso me lleva a otra pregunta. Cuando un prospecto le dice, “tengo que pensarlo” ¿Cómo manipula eso? Ese problema, ¿puede ser evitado?

Tom: Bueno, en vez de dejar que nos digan, “tengo que pensarlo”, ¿porque no se lo decimos primero? Diciendo, “Permítame darle este paquete de información para que usted pueda pensarlo.” Es una forma de invertir la situación.

Porque cuando hago un contacto inicial, es porque ya es un proceso en donde estoy estableciendo una relación. No estoy realmente intentando hacer que se comprometan a firmar sobre la línea punteada. No les digo, “he aquí una solicitud, firmela.”

En realidad, si dicen, “Tom, ¿Qué hago ahora? ¿Cuál es el siguiente paso? ¿Hay documentos que tenga que firmar? Aún no tengo las solicitudes de distribuidor en casa. Cada vez que estoy en una situación como esa tengo que pedir prestadas algunas solicitudes o comprar algunas. Así que nunca me preocupo por eso.

Bill: ¿Así que cuando anima a esas personas a llevarse esa información y que piense en ella no tiene el temor de perder a la persona?

Tom: No, podría presionarlos mucho Bill, recuerde que solía ser un reclutador para el ejercito y sé como usar ese tipo de técnicas de ventas.

Tuve un tipo que finalmente llegó a ser un distribuidor pero eso se debió a que emplee un proceso, pero no lo presioné. Vino y me dijo, “bueno, de verdad quiero ser un distribuidor Tom. ¿No tiene una forma de solicitud o algo? ¿Cómo haré para firmar e integrarme en esto? Lo enlisté.

Pero cuando llegó a la oficina el lunes por la mañana, sus amigos y compañeros de trabajo inmediatamente comenzaron a decirle, “oye John, no debiste involucrarte en ese tipo de cosas. Continúa haciendo lo que estas haciendo con tu trabajo, lo estas haciendo muy bien con el trabajo. Hay un futuro aquí. No te metas con esos negocios ‘Mickey Mouse.’ No vas a ganar mucho dinero.” Él les dijo, “en seis meses voy a tener un auto. En dos años voy a ser libre.” Debido a que lo llevé a través de un proceso en el que él sabía lo que le esperaba y cuanto tiempo le llevaría llegar hasta donde él quería llegar. Sus amigos y compañeros de trabajo no pudieron robarle sus sueños. Esa es la diferencia.

Bill: Entonces usted tenía algo con que trabajar.

Tom: Correcto.

Bill: Sorprendente. Esa es una información magnífica. Sabe Tom, la mayoría de las

personas se sienten muy cohibidos, más bien sienten temor cuando se les habla acerca de el negocio de multinivel. Ellos le tienen miedo a la búsqueda de prospectos y probablemente más aún, miedo al rechazo. ¿Cómo manipula eso? ¿Cómo los hace creer que ellos pueden hacerlo?

Tom: Esa es una de las cosas que ya sabemos; que tienen miedo. Sabemos que su nivel de autoestima está bajo y ya sabemos que tienen miedo al rechazo. Pero platicamos con ellos y desarrollamos esa relación y decimos que vamos a enseñarles las destrezas que necesitan para lograr que esto se cumpla y eso es lo que de verdad ellos quieren. ¿No es cierto?

Bill: Sí.

Tom: Ellos están aprendiendo las destrezas y sé... Sé que tienen miedo, sé que su nivel de autoestima está bajo, sé que tienen cuentas que pagar, sé todas esas cosas. Pero no importa, porque voy a enseñarles las destrezas necesarias para que ellos sean libres. Así que no me preocupo por eso y obviamente ellos conocen algo de esto debido a mi historia. Y ellos van a decir, "mira no más. He aquí a un tipo que era pobre. He aquí un tipo que era tímido. Pero ahora veo que ya no es pobre; él fue capaz de vencer su timidez. Quizás yo pueda vencer mi timidez y mejorar mis finanzas. Hay esperanza para mí." Retrocedamos al hecho de que si comienzo a contar de los autos y los viajes que gané y todas esas cosas, podrían decir, "eso es maravilloso. Lo que es magnífico para él, es lo que no funciona para mí. Aún no puedo pagar mis deudas del próximo mes."

Bill: ¿Así que esa es una dirección?

Tom: Sí.

Bill: Bueno, eso ahora me lleva hacia otra palabra que escuché de usted en el desayuno de esta mañana y es modelar. Dice que las muchas destrezas en la mercadotecnia de multinivel no puede ser enseñada sino que tiene que ser modelada. ¿Cuál es la diferencia?

Tom: Bueno, por ejemplo puedo enseñarle como llenar una solicitud. Puedo enseñarle como llenar una orden de producto. Puedo enseñarle todo tipo de cosas pero en actualidad yo tengo que ser capaz de modelar este negocio para usted. Tendrá que hacer lo que yo hago y haré esto haciendo una presentación en su casa.

En realidad, tendremos dos reuniones en su casa. En la primera, usted me va a observar mientras hace grabación en vídeo. La escucha una y otra vez, una y otra vez para que sepa como hacerla. Entonces usted lo hará con estilo propio, pero usando el mismo formato. En la segunda reunión voy a hacer la primera parte, usted la segunda parte y yo el final.

Después de eso no haré ninguna otra reunión en su casa para usted. Usted hará algunas reuniones con su gente. Es más, cuando distribuya los paquetes de información con sus prospectos, no lo acompañaré.

Irá sólo porque usted es el que tendrá la relación con ellos, no yo. Yo tengo la relación con usted. Ahora aún hablo con usted. Aún llevo acabo su proceso de desarrollo pero usted ya sabe como hacer una reunión en una casa. Piénselo. ¿Qué tan difícil es hacer una reunión en una casa? Ya vió lo fácil que es.

Sin embargo, podría ser difícil y usted necesitaría de mí si hubiese hablado de productos,

porque entonces usted tendría que aprenderse 100, 200, 300 ó 400 productos. Entonces sí me necesitaría o si yo hubiese hablado del plan de compensación. Tendría usted que aprenderse cada paso o cláusula entonces sí, usted me necesitaría.

Pero será capaz de hacer una reunión en su casa ya que nosotros hablamos de donde es usted y habla de su historia y sigue los pasos, sabe los sueños, los conceptos, etc., entonces usted no me necesita. Eso no toma mucho tiempo para aprender. Así que dos reuniones es todo lo que yo hago por usted. Entonces sencillamente me desaparesco.

Bill:Bueno Tom, si nuestro interés y realmente quiero hacer este negocio, usted no me dejaría colgado en una situación precaria, ¿verdad?

Tom:No Bill. Nunca lo dejaría, si yo lo introduzco a la empresa. Por eso usamos la palabra patrocinar en lugar de la palabra reclutar. Cuando usted recluta a alguien es como vender. Cuando usted usa la palabra patrocinador... ha visto esos programas de televisión diciéndole “patrocine este niño que lo necesita.” Usted estará allí cada mes con su cheque. Cada mes enviará ese cheque para ese niño. Cuando patrocine a una persona en este negocio, no lo abandone. Esté siempre, siempre allí.

Sin embargo, encuentro que las personas crecen mejor si están a cierta distancia, no cuando estoy siempre allí. Porque si estoy allí en su reunión, en su casa cada semana, por ejemplo, estará probablemente pensando... “Oh caramba, no sé, espero haber hecho esto bien. ¡Oh no! Olvidé una parte. Tom se dará cuenta porque lo escuché en su audio cassette y olvidé una sección completa. Va a saberlo.” Yo estaría sentado diciendo, “podría haber dicho eso de una manera un poco diferente.” Estaría criticándolo y usted me estaría criticando a la vez. Pero si no estoy allí, usted tiene la cinta, usted aprenderá de la cinta como hacerlo exactamente como yo lo hago. Así que en realidad no lo he dejado solo.

Pero después de su reunión, le haré una llamada y nos tomaremos una taza de café y le preguntaré, “Bill, ¿cómo estuvo la reunión? ¿Cómo la hizo? ¿Fue lo bastante buena? Y me dirá todos los detalles. Usted dirá, “si bien, hablé con...” o dirá, “tenía esta vez a un tipo que parecía lo bastante inteligente...”

Ahora, recuerde que en el principio lo ayudé a transferir su entusiasmo a 2 ó 3 personas para que así usted tuviera algún tipo de liderazgo allí. Porque si yo no transfiero ese entusiasmo no va a tener líder alguno. Y si no tiene algún líder, no va a tener personas. Entonces lo que va a pasar es que su grupo va a morir.

Bill:Se pierde el entusiasmo.

Tom:Eso es verdad.

Bill:De esta manera usted los animará a que dejen que ese flujo de entusiasmo en dos o tres lo dejen fluir a su vez a otras dos o tres personas. ¿Así es?

Tom:Eso es correcto. Tenemos que transferir ese entusiasmo a dos o tres personas para que puedan captar la misma visión. Ellos tendrán el mismo entusiasmo. Porque de nada vale que usted esté exitado y que más nadie lo esté. Así que tenemos que estar motivados y es por eso que debemos tener eso antes que nos metamos a dar el siguiente paso en la reunión central.

Bill: Así que eso es modelar. Muchas gracias. Cuando va a buscar prospectos Tom, ¿qué busca? Obviamente no ataca a todos dentro de un campo de disparo. ¿Qué es lo que hace que un buen prospecto sobresalga para usted?

Tom: Bueno, realmente no hay nada mágico. Si fuera decir quien sería el mejor prospecto, sería alguien con quien yo tuviera una relación fuerte. Eso sería y alguien con el deseo. Muchas veces les hago una prueba para ver si esa persona realmente tiene el deseo. Por ejemplo: le doy un libro, “Bill, descubrí un magnífico libro que usted debería leer.” Entonces una semana más tarde diría, “oiga Bill, ¿cómo va con ese libro?” Si me dice que va por la página dos Bill, sabría que usted probablemente no tendrá el deseo suficiente. Así que quizás usted realmente no está preparado para esto. Yo tendría que regresar con usted alguna otra vez. O quizás no lo ayudé a desarrollar las destrezas suficientes para que usted venga y comience a hacer algo. ¿Ve?, eso es lo que pasa. Muchas veces un nuevo distribuidor dirá, “Bueno Tom, sabe que si pasa por allí y habla con mi prospecto, él probablemente se unirá a la empresa.” Bueno, sé esto porque tengo más destrezas que las que ellos tienen. Así que usted no puede comparar mis destrezas con las de ellos. Es decir que si voy a salir y voy hablar con alguien, la probabilidad de patrocinar a una persona es más alta que la de un nuevo distribuidor. Pero no se trata de eso solamente. Es realmente sobre la relación. Así que tenemos que establecer una relación. Lo que estoy diciendo es que lo más importante va a ser la relación y el deseo. Evaluamos el deseo dándoles ciertas cosas tales como un libro o cassettes. Cuando insista diciendo, “oiga Bill, ¿escuchó el cassette que yo le dí? Si usted me contesta “Sí Tom, y era magnífico.” Entonces yo sé que está hambriento, que quiere más y así le daré más. Es así como yo lo evalúo.

Bill: ¿Así que entonces usted no les da la carga completa de una vez?

Tom: No. Porque si les doy la carga completa de una vez, ellos no entenderían. Tuve un distribuidor que me dijo: “Tom, cada vez que platico con usted es como si usted me tirara con una piedra pequeñita,” y le dije “Sí, porque si le tiro con un peñasco lo mataría.” Usted sabe, es como si alguien le preguntara, “¿cómo se comería a un elefante?” La respuesta correcta sería, “de bocado en bocado.”

Nosotros no únicamente estamos hablando de aprendizaje, también estamos hablando de descubrimiento. Un mes después usted descubrirá algo que aprendió el mes anterior y entonces usted dirá, “oh ,eso es lo que quería decir.”

Es como cuando yo primero logré aprender el sistema. Aprendí los valores esenciales. De verdad no los entendía. Pensaba, “los valores esenciales. Bien, eso parece magnífico, igualdad, libertad, amor... eso es magnífico.” Podía recitarlos hacia atrás, hacia delante y hacia los lados.

Recuerdo que una mujer con quien yo había estado platicando dijo, “Tom, no sé. He estado contemplando estos negocios por mucho tiempo y no me he identificado con ellos. Pero por primera vez en mi vida, no sé lo que es, me siento atraída y quiero intentarlo.” Me di cuenta de que ella estaba atraída al negocio debido a los valores esenciales. Esto es algo que aprendí y que descubrí. Me tomó unos cuantos meses hacer ese descubrimiento. Eso es de lo que estoy hablando. Puedo enseñarles ciertas cosas pero hay ciertas cosas que tiene que descubrir usted por sí mismo.

Bill:Bueno, me parece como que usted enseña primero cómo escuchar y entender y entonces como enseñara otros. ¿Es eso una suposición correcta?

Tom:Está en lo correcto. Tienen que ser capaces de aprender y entonces enseñar lo que ellos saben para que una persona pueda descubrir esas cosas.

Bill:¿Tiene que sacar y desarrollar un paquete completamente nuevo de información que usará con su gente o ha encontrado que la compañía ya ha hecho eso por usted en estos casos?

Tom:Algunas veces la compañía ha hecho algo de ello para usted. Pero en la mayoría de los casos no. La razón es que hay algunas compañías que han empleado el tiempo y el dinero para desarrollar un sistema completo con esto. Sin embargo, descubrí que muchas veces usted tiene que aprender las destrezas a través de alguien y normalmente podría ser de su patrocinador y ellos las aprendieron de algún otro y así por el estilo.

Bill:Así que en otras palabras, usted va a animar a esas personas para que aprendan todas las cosas que puedan aprender sobre el negocio directamente, uno-a-uno. ¿Es así cómo funciona?

Tom:Mucho de eso va a aprender uno-a-uno, sí. Por ejemplo, su patrocinador es la única persona que va a estar allí. Ellos son los únicos allí diariamente. Serán los únicos que estarán en las trincheras con usted.

Algunas veces el presidente de la compañía le dará el apoyo que usted necesita pero no podrá estar allí diariamente. Él tiene diferente propósito. Su trabajo es totalmente diferente pero usted como patrocinador estará allí diariamente con su nuevo distribuidor.

Bill:Hmmm. Bueno, eso es fácil de entender. Los nuevos distribuidores siempre dicen, “mis amigos son negativos.” ¿Cómo controla algo como eso?

Tom:Bueno, eso lo sé porque así son los míos. Pero tenemos un sistema que los convencerá para que sean positivos. ¿Desea aprenderlo? Ve eso es de lo que nosotros tenemos que hablar y escucharlo todo el tiempo. “Tom, sabe que todos mis amigos son negativos.”

Y diré, “Sé que así son los míos, pero nuestro trabajo es convencerlos para que sean positivos y tenemos un sistema que le enseñará como hacer eso. ¿Quiere aprenderlo?” De esa manera regresamos a “¿Desea invertir los dos años de tiempo que se van a requerir para desarrollar las destrezas? ¿Desea hacer eso? Sé que las personas son negativas. Vivimos en una sociedad negativa.”

Bill:¿Así que puede superar eso?

Tom:Seguro.

Bill:Muy bien, si usted tuviera que elegir entre destrezas, conocimiento o actitud ¿cuál de ellas elegiría?

Tom: Bien, primero que nada yo elegiría la actitud. Recuerde que hablamos anteriormente de destrezas. No importa cuales sean sus destrezas, tendrá que aprender nuevas destrezas. No importa cuales sean sus conocimientos porque sus conocimientos van a ir en alguna otra dirección. Esta es una industria muy especializada y ellos deben aprender las destrezas para esta industria. Ellos deben obtener el conocimiento para esta industria. Así que el conocimiento no es importante, la actitud es lo primero. Es muy importante tener la actitud y la actitud se relaciona con el tiempo apropiado. El tiempo tiene que ser justo para hacer este negocio.

Bill: Así que, ¿va a buscar una persona cuya actitud sea optimista? ¿Positiva para lograr el éxito? ¿Cuál es esa actitud?

Tom: He aquí un ejemplo de la actitud que yo busco en una persona. Estaba en Montreal, Canadá hace unos cuantos meses. Es una bella ciudad. Estaba allí platicando con un grupo con la ayuda de un traductor porque no hablo francés. Varias personas se levantaron y hablaron un poco sobre su historia y por qué ellos estaban haciendo este negocio. Pero quedé muy impresionado con un joven que se levantó y contó su historia. Aunque hablaba en francés, podía ver, podía sentir la emoción cuando dijo, “La razón por la que estoy en este negocio es porque estoy cansado. **Estoy cansado de decirles a mis hijos ‘no’.** **Estoy cansado de decirle a mi esposa ‘no’.** **Estoy cansado de decirles que no podemos darnos el lujo de comprar las cosas que ellos quieren. Sólo estoy cansado de decirles ‘no’ a ellos y quiero algo mejor para mi familia. Esa es la razón por la cual estoy en este negocio.”** Así que esa persona, ¿podríamos decir que tenía una actitud magnífica?

Bill: Oh sí.

Tom: Así que tal vez él no tenía las habilidades, quizás no tenía el conocimiento. Pero eso no es importante porque puedo enseñarle esas cosas, pero la actitud debe venir de adentro y regresamos al interruptor.

Bill: De esta manera lo que está diciendo es que su actitud tiene que ser la correcta, tiene que ser receptiva para el conocimiento que él necesita para desarrollar sus destrezas. ¿Correcto?

Tom: Eso es correcto.

Bill: Eso es interesante, muy interesante. Vamos a decir que usted recibió una llamada telefónica de un prospecto respondiendo a su anuncio. ¿Cuál es la información más importante que usted siente que le daría a este prospecto?

Tom: Primero que nada, quiero saber porque respondió al anuncio. ¿Qué dice el anuncio? Esto es una pregunta con implicaciones. Si el anuncio dice: “Busco persona para ganar ingresos de medio tiempo.” Bueno, está llamando porque quiere ganar ingresos de medio tiempo. Si el anuncio dice: “Busco persona que quiera ser libre.” Quizás no reciba tan buena respuesta, porque la libertad es un concepto abstracto. Las personas no entenderían lo que eso quiere decir. Así que quizás usted tendría que atraerlos con algo como esto, “¿está cansado? ¿es un esclavo de la rutina? ¿está

buscando un negocio de medio tiempo?”

Así que necesitamos descubrir porque ellos están llamando. En vez de intentar encontrar una solución, primero tenemos que descubrir si hay un problema. Si no hay ningún problema tenemos que crear un problema y entonces darle la solución.

Bill:M-m-m y Tom, usted frecuentemente habla de personas que tienen una visión. ¿Es lo mismo tener una visión que una meta?

Tom:No, hay una gran diferencia entre una visión y una meta. Por ejemplo, si tengo la meta de perder 20 libras, podría hacer un par de cosas para perder peso. Cumpliré mi meta y entonces eso es todo. ¿Adónde podría ir desde allí? O quizás no perdería peso porque cada vez que paso por la tienda de buñuelos me detengo allí. Entonces nunca perdería 20 libras y consecuentemente dejaría la meta y no perdería peso.

Ahora una visión es algo completamente diferente. Permítame preguntarle, ¿cree que Martín Luther King tenía una visión?

Bill:M-m-m.

Tom:Ese era un hombre con una visión. Ghandi tenía una visión. Esos eran los hombres con visión. Ellos no tenían la meta de cambiar las vidas de las personas, ellos tenían una visión. Eso es lo que los mantuvo en pie. Una visión le da el ímpetu para ir mucho más allá de una meta.

Por ejemplo, si mi meta era ganar diez mil dólares adicionales al mes y cumplí esa meta, entonces ¿qué haría? Fijarme otra meta o quizás quedarme allí. Pero mi visión es enseñar a un puñado de personas las destrezas que necesitan y que ese puñado de personas se las enseñen a otro puñado de personas las destrezas y eso cambiaría al mundo. Esa es mi visión y nunca durante mi vida seré capaz de realizar esa visión. Moriré pero mi visión continúa.

Se que nunca podré realizar eso en mi vida y gracias a eso nunca me aburriré. ¿Ha notado a las personas que se aburren? Siempre dicen: “Oh tengo una meta este mes de...” “O mi deseo de año nuevo es...” “No tengo metas sino visiones.”

Bill:¿Y eso lo impulsa?

Tom:Correcto.

Bill:Tom a menudo habla de personas que patrocinan personas que viven lejos. ¿Puede usted tener éxito en la mercadotecnia de multinivel si su patrocinador vive lejos y si su patrocinador no lo ayuda del todo?

Tom:Seguro que podría tener éxito. Primero que nada el problema es que necesita conseguir un patrocinador. Esa es la clave. Si su patrocinador vive lejos y no lo ayuda, siempre habrá alguien por encima de él que podría ayudarlo. Usted tal vez tendrá que realizar un poco de trabajo para descubrir quien será el patrocinador de él si él no puede ayudarlo.

Vaya con su patrocinador y continúe ascendiendo arriba a niveles superiores hasta que encuentre a la persona que diga, “deseo ayudarlo.” Habrá siempre alguien allí. Si

usted tiene que ir por todos los caminos hacia la compañía, la compañía le asignará alguien con quien trabajar.

Usted encontrará a alguien, pero muchas veces las personas se rinden. Dirán, “Si mi patrocinador acaba de renunciar y si el programa no es lo suficientemente adecuado para él no lo es para mí.” He aquí un ejemplo: Si tengo una relación con alguien y lo meto en el negocio y entonces me salgo del mismo, quizás ellos pierdan sus metas. Pero si tienen una visión no importa porque ellos van hacer esto a pesar de todo.

Bill: Así que usted inculca este concepto de visión en ellos. ¿Qué tan a menudo usted se da por vencido?

Tom: ¿Qué yo me de por vencido?

Bill: Sí.

Tom: Nunca me doy por vencido. Sepa que eso es lo más importante. No dejaré de trabajar o renunciaré porque yo tengo esa visión. Eso es lo que me mantiene en pie.

Bill: Bueno, dice que nunca renunciará pues le creo y veo su éxito. Sé que toma vacaciones y en realidad, sé que usted algunas veces toma vacaciones extenuadas. Pero algunas veces estas vacaciones pueden durar 12 meses. ¿Quiere platicarme sobre eso?

Tom: Sí, sabía que iba a preguntarme eso Bill. He aquí lo que tenemos que entender. Todos pasamos por ciclos. Por ejemplo, estuve en un ciclo por un año en donde realmente no hacía nada, no patrocinaba a nadie. Todos decían, “caramba Tom, eso no es realmente lo que usted enseña.” Pero estaba con mi visión porque estaba aprendiendo nuevas destrezas.

Estuve antes en un ciclo donde estaba deprimido. Realmente no sabía lo que quería hacer. Pero los ciclos no son duraderos. Usted puede salir de un ciclo por sí mismo. Me gustan los cruceros. No sé si ha estado en un crucero, pero me gusta tomar un crucero. Así que ahora estoy en ese ciclo. Entro y salgo por mí mismo de los ciclos. Antes de que aprendiera esa nueva destreza, estaba deprimido por una razón u otra y era infeliz. Bueno, cuando estaba deprimido pasaba quizás una semana abatido. No sabía que hacer porque no conocía las destrezas de cómo salir de ese ciclo. Ahora sé cómo hacerlo.

Algunas veces si me deprimó veo una película. Veo una película inspiradora (motivante) o quizás voy a los proyectos donde vivía cuando era chico. Veo algunos de esos chicos allí y recuerdo como solía vivir porque nunca olvidaré de donde provengo. Así que sí, tomo vacaciones. Sí, pero no es que no estoy haciendo algo constructivo. Voy aún a desarrollarme a mí mismo porque tengo que seguir desarrollándome a mí mismo. Así que voy a aprender otras destrezas, voy hacer otras cosas y estoy en un ciclo.

Bill: Me gusta eso. Sé que usted desarrolla esas otras destrezas para que pueda distribuir esa información a otras personas que también son parte de su negocio.

Tom: Eso es correcto.

Bill: Tom, ¿por qué algunos grupos crecen rápidamente mientras que otros se estancan o mueren.

Tom: Bueno, una de las razones es porque no tienen una visión. La Biblia dice, en el libro de Proverbios, “Aquellos sin visión perecerán.” Así que usted tiene que tener visión. He aquí un ejemplo. Todos quieren tener reuniones. Tengo distribuidores que vienen a mí todo el tiempo y dicen, “Tom, vamos a tener reuniones.”

Y les digo, “Bueno tendremos reuniones en una casa.” Ellos responden con “Bueno no. A lo que me refiero es Tom, es tener esas reuniones de oportunidad de negocio. Sabe, esas reuniones centrales o como sea que se llamen. Vamos a tener que realizar algunas de ellas.”

Y les digo, antes de que tengamos esas reuniones, usted tiene que tener la reunión en casa porque eso alimenta la reunión central. Ellos dicen, “sí pero... ¿sabe que Tom? Ciertamente queremos hacer a un lado la reunión en la casa y sólo intentarlo con la reunión central. Les respondo, “Eso no funciona de esa manera” y preguntan, ¿por qué no?

Déjeme explicarle. Esto me pasó hace un rato porque unos distribuidores querían tener reuniones. Puse un anuncio y fui capaz de reunir algunas personas allí. Teníamos 65 personas en la reunión. A la semana siguiente teníamos cerca de 15 y a la semana después de esa teníamos 3 personas que originalmente querían la reunión. Después de eso las reuniones se desvanecieron.

¿Por qué murieron? No había ‘nueva sangre’ en ellas. Y ¿cómo consigue ‘nueva sangre’? Mediante las reuniones en las casas. Las reuniones en las casas alimentan las grandes reuniones, la reunión central. Y tendrá que tenerlas de alguna manera o el sistema no funcionará y no crecerán. Llegarán a estancarse. Así que tiene que tener ‘nueva sangre’ y como dije la clave es el tener las reuniones en las casas.

Bill: ¿Y el aspecto de analizar en donde las personas se interiorizan y analizan a la compañía y buscan cosas que ellos desearían ver cambiadas o que intentan descubrir su punto débil? Dígame acerca de eso.

Tom: Siempre todos se fijan en la compañía y dicen que siempre encuentran problemas con la compañía. “¿Sabe que la compañía perdió mis productos el último mes y no sé lo que les pasó?” Esa es una compañía pésima.

Recientemente tuve una experiencia donde mi cheque se perdió en el correo. La compañía no lo perdió, fue la oficina postal. Ahora, la póliza de la compañía es que ellos esperan 10 días antes de distribuir otro cheque y ellos sí distribuyeron otro cheque. Pero algunos distribuidores que habían tenido la misma experiencia habían dicho, “Bueno, la compañía no está pagando los cheques.” Y esa frase se corrió de que la compañía no estaba pagando los bonos y los rumores comenzaron de que la compañía no era muy buena pero eso en verdad no era el caso.

Muchos distribuidores le echan la culpa a otro porque no quieren aceptar la responsabilidad por ellos mismos. Siempre piensan que el pasto es más verde en el otro lado. Y podría ser cierto. Pero aún tienen que cortar el pasto y una vez que estén allí en el otro lado, descubrirán que el pasto se verá más verde en otro lugar.

He tenido distribuidores que se han salido de la compañía. Eso ha sucedido antes en donde ellos se llevan un grupo con ellos. Salen y se van a algún otro lugar porque no están satisfechos. Las personas me preguntan si me molesto cuando un grupo sale de la organización. Pues sí me molesta y la razón por la que me molesta es porque me pregunto si no hice el trabajo suficiente para retenerlos. Quizás no los estaba desarrollando.

Pero algunas de estas personas no tenían nada que ver conmigo porque yo no los desarrollé. Algunas de estas personas eran sólo personas que vinieron de otro grupo porque no eran felices por algo. No creo que al salirse de donde usted está esto cambie. Creo que a todos los lugares a donde vaya usted va a tener problemas. Recuerdo cuando estaba en el norte y hablé de esto en mi historia. Cuando dejé el norte en tiempo de invierno para llegar hasta Tejas para encontrar un mejor trabajo y así poder traer a mi familia. Pienso en ello ahora y digo, “bueno, quizás eso fue una buena decisión,” Pero ahora me propongo no huir de mis problemas debido a que las oportunidades están en dondequiera que usted vaya. Usted crea sus propias oportunidades. No tiene que salir a buscar algo mejor porque si lo hace, usted siempre encontrará problemas a donde quiera que vaya, con la compañía o con su patrocinador.

En primer lugar no se concentre en el por qué se unió a la compañía. La verdadera razón por la cual usted se unió es debido a que usted quería ser libre. Está desarrollando las destrezas y una vez que desarrolle las destrezas, no importa en donde esté físicamente. Usted puede construir una organización en cualquier lugar. Es como montar en bicicleta. Usted sabe montarla hoy y 20 años más tarde, usted podrá aún montarla.

Bill: Tom, si usted pudiera dar un consejo, ¿cuál sería?

Tom: Bueno Bill, ¿qué tal si le doy tres consejos? Antes que nada le diría que busque un tutor. Encuentre un tutor que le enseñe las destrezas. Encuentre a alguien que conozca las destrezas porque algunas veces nos metemos con alguien que no tiene idea alguna de lo que está haciendo. Puede llegar al punto en donde tenga un gran distribuidor que afilió a la empresa porque quería dinero. Cuidaría menos a esa persona y todo filtraría por el camino hacia abajo.

El segundo consejo es descubrir que precio esta dispuesto pagar. Recientemente estaba platicando con uno de mis distribuidores y dije, “Permítame hacerle una pregunta, ¿está dispuesto pagar el precio para ser libre?”

Él dijo, “sí, no importa lo que sea.” Entonces dije, “vamos a suponer que tengo un amigo que es mi patrocinador que vive fuera de la ciudad pero que va a estar en la ciudad únicamente por media hora y yo quería que usted viniera a platicar con él y lo conociera. ¿Podría venir?” Él dijo “seguro, no hay problema.”

Continué, “bien, vamos a suponer que vamos a reunirnos con él en el aeropuerto y el aeropuerto está a una hora y media conduciendo desde su casa. ¿Usted podría reunirse con él?”

Él dijo, “Bueno sí, supongo, si no estuviera haciendo nada.” Un poco más tarde dije, “Vamos a suponer que es media noche y mi patrocinador llega y está lloviendo, quiero decir que es un aguacero.” Mi distribuidor dijo: “bueno, no sé Tom. Mi carro no anda muy bien. Las llantas de enfrente están algo gastadas. Tendré que pensarlo.

Pues le dije, “Piense en esto. Si usted tiene la visión eso no importaría. Usted llegaría allí porque es media hora con mi patrocinador, él va a enseñarle algo de importancia.”

Ahora, si mi patrocinador no hubiera sido edificado ante usted, usted podría haber respondido de esa manera y eso es el por qué la edificación es muy, muy importante. Usted siempre edifique hacia arriba pues ya hablamos de eso anteriormente. Que el patrocinador sea edificado ante usted y si usted tiene una visión, los obstáculos no importarán. No importarán porque no importa por qué razón, usted va a estar allí. No importa si sus llantas están ponchadas, usted va a estar allí.

Ahora, el último paso. El último de mis pequeños consejos que le daré es, no se rinda. No se rinda. No es como los juegos olímpicos en donde solo una persona gana medallas de oro. Todos los que alcanzan sus metas ganan medallas de oro. ¿Cuándo los alcanzará? Cuando usted desarrolle las destrezas. ¿Cuánto tiempo se tomará? Se tomará cerca de dos años, quizás un poco menos. Pero si se rinde en el tercer mes porque entra al negocio por dinero o el producto, nunca aprenderá las destrezas. Si no aprende las destrezas usted nunca construirá el multinivel y si no construye el multinivel nunca será libre.

Bill: Tom, quiero tomar nota de esto. Dígame esas tres cosas otra vez.

Tom: La primera es, encuentre un tutor, alguien que le pueda enseñar las destrezas necesarias. La segunda es, averigüe si está dispuesto pagar el precio. ¿Desea pagar el precio para ser libre? Porque la libertad va a costarle. La número tres es, no se rinda. Nunca se rinda, porque si se rinde, nunca alcanzará sus metas. Y si se rinde nunca será libre.

<http://www.pha.profit.com/>

<http://www.tomparedes.com/>