

COMPARTIR LA CAUSA Y LA DIFERENCIA SEMINARIO • APÉNDICE

La guía completa para el reclutamiento exitoso

07/2023

2 APRENDA EL PROCESO |
MÓDULO DE DESARROLLO



Este seminario está en modo panorama,
por favor gire su dispositivo horizontalmente.



BIENVENIDO *al* SEMINARIO COMPARTIR LA CAUSA Y LA DIFERENCIA

La guía completa para el reclutamiento exitoso

Compartimos la Causa para ayudar al medio ambiente y compartimos la Diferencia (reclutamos) para ayudar a otros a transformar sus vidas. Cuánto más ayude a los demás, tanto más éxito puede tener. Este seminario está diseñado para mejorar sus habilidades de reclutamiento para que pueda inscribir a nuevos representantes y construir su organización. La clave para tener un negocio Rena Ware exitoso y de larga duración es crear líderes que crean otros líderes. Reclutar es el primer paso. Es la base de su organización: cuanto más grande sea la organización, más grande debe ser la base.

Este seminario se enfoca en compartir la Causa y la Diferencia Rena Ware y explica las técnicas de comunicación para escuchar a sus prospectos, entender sus necesidades y superar sus objeciones.

“ *Siempre maneje su negocio con honestidad, integridad y el más alto nivel de ética.* ”

CONTENIDO

SOBRE ESTE SEMINARIO

- 5 Características del seminario
- 6 Cómo usar este seminario para aprender y enseñar
- 7 Qué necesita para este seminario
- 8 Íconos y personajes
- 9 Este seminario en contexto

CONCEPTOS BÁSICOS DE RECLUTAMIENTO

- 15 ¿Qué es reclutar?
- 16 ¿Por qué reclutar?
- 18 Fuerza en los números
- 20 Las 7 necesidades
- 26 Ética de reclutamiento
- 28 A simple vista: Conceptos básicos de reclutamiento

- 30 Los 6 pasos para reclutar de manera efectiva
- 53 A simple vista: El proceso de reclutamiento

EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO

HABILIDADES DE RECLUTAMIENTO

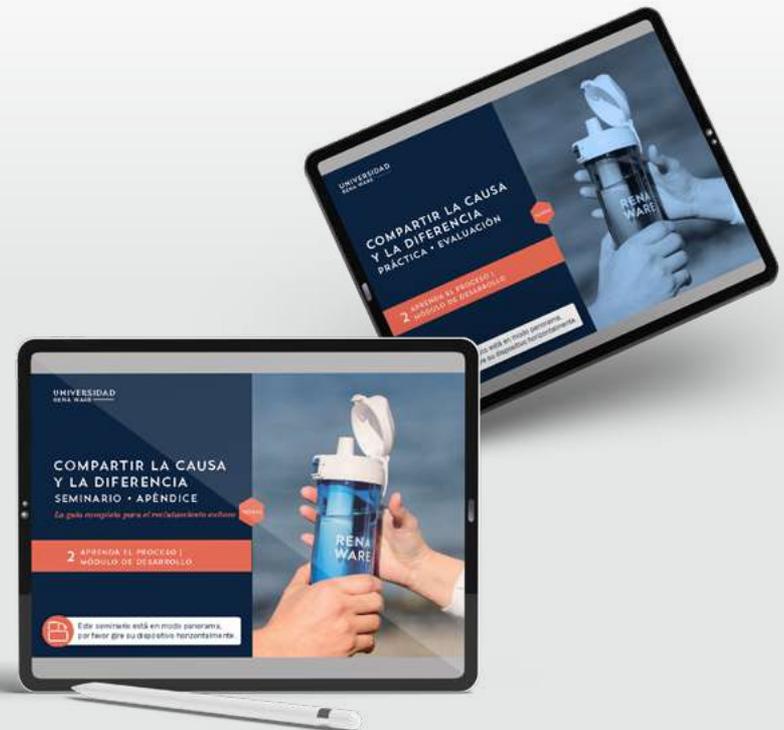
- 56 ¿Qué se requiere para reclutar de manera efectiva?
- 58 El coraje de ser vulnerable
- 62 Manejar objeciones
- 73 Las objeciones de reclutamiento más comunes
- 77 A simple vista: Habilidades de reclutamiento

78 GLOSARIO

83 APÉNDICE

- 5 CARACTERÍSTICAS *del* SEMINARIO
- 6 CÓMO USAR *este* SEMINARIO PARA APRENDER *y* ENSEÑAR
- 7 QUÉ NECESITA *para* ESTE SEMINARIO
- 8 ÍCONOS *y* PERSONAJES
- 9 ESTE SEMINARIO *en* CONTEXTO

SOBRE ESTE SEMINARIO



CARACTERÍSTICAS *del* SEMINARIO

El seminario incluye dos materiales:



Seminario • Apéndice

Páginas de contenido que explican el tema del seminario.



Práctica • Evaluación

Páginas que contienen ejercicios para practicar el contenido, un “examen” para medir su progreso e información adicional mencionada en el seminario.

CÓMO USAR *este* SEMINARIO PARA APRENDER *y* ENSEÑAR

Este seminario está diseñado para aprender individualmente o en grupo.

Para el aprendizaje individual



- Lea el contenido y haga la práctica a medida de que avance.
- Tome la autoevaluación para verificar lo aprendido.

Para el aprendizaje en grupo



- Lea el seminario con el grupo.
- Haga que el grupo realice la práctica a medida que avanza. De no ser posible, elija algunos ejercicios para hacer con el grupo y anímelos a realizar el resto por su cuenta, lo antes posible después de terminar el seminario.
- Anime al grupo a tomar la autoevaluación. Esto puede ser durante la sesión de entrenamiento o por su cuenta, dependiendo de su situación.

QUÉ NECESITA *para* ESTE SEMINARIO

PRÁCTICA •
EVALUACIÓN



CÍRCULO DE
INFLUENCIA
(RW120)



TARJETA PARA
EL GRAN SORTEO
(RW54)



FOLLETO DE
FILTROS DE AGUA
(AQ700/AQ701)



FOLLETO DE
RECLUTAMIENTO
LA DIFERENCIA
RENA WARE
(RW516)



ACUERDO DE
REPRESENTANTE
INDEPENDIENTE
(RW1)¹



RECURSOS EN
LÍNEA: PROCESO
DE INSCRIPCIÓN
Y TUTORIAL²



1. El nombre de este documento puede variar según el país.

2. Según la disponibilidad en su país

ÍCONOS y PERSONAJES



Requerimientos legales para cumplir.



Sugerencias rápidas.



Cosas para recordar.



Recursos adicionales.



Cosas para decir.



Práctica.



Videos.



REPRESENTANTES
INDEPENDIENTES
RENA WARE



PROSPECTOS

¡Preste atención porque pueden aparecer en prendas diferentes!

ESTE SEMINARIO *en* CONTEXTO

Rena Ware ha desarrollado un flujo que ha resultado ser muy efectivo para lograr que las personas se unan a su equipo, se conviertan en sus clientes o ambos. Lo llamamos la “Presentación perfecta”. Como se muestra en la Tabla 1, el flujo de presentación perfecta cubre todo el proceso de interacción con sus prospectos, desde acercarse a ellos hasta dar seguimiento a una inscripción o una venta.

Este seminario asume que el prospecto está interesado en aprender sobre la Diferencia Rena Ware y se enfoca en las partes del proceso donde usted recluta e inscribe a su prospecto, como resaltado en la Tabla 1. Estas partes se muestran con más detalle en la Tabla 2.

Otras partes del flujo de presentación perfecta están cubiertas en otros seminarios, como se muestra en el Apéndice.

Tabla 1: La Presentación Perfecta | Proceso completo

IDENTIFIQUE	Establezca sus mercados caliente y frío
ACÉRQUESE	<ul style="list-style-type: none"> • Preséntese a usted mismo y a Rena Ware • Decida: empezar la presentación/programar una cita/pedir referencias
PRESENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prepare el camino 2. Comparta la Causa e invite a su prospecto a unirse a su equipo 3. Comparta la Diferencia Rena Ware (reclute) 4. Inscriba a su prospecto 5. Comparta los productos (venta) 6. Cierre la venta 7. Pida referencias 8. Comparta la Diferencia Rena Ware otra vez (si no tuvo éxito al principio)
DÉ SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • A sus referencias • Después de un reclutamiento • Después de una venta

Tabla 2: El proceso de reclutamiento



HAGA

1 IDENTIFIQUE

Identifique a quién puede acercarse y cómo (mercado caliente/frío).



USE

Círculo de influencia (RW120)



2 ACÉRQUESE

Presente brevemente a sí mismo y a Rena Ware.

- *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54):* mini guión en la primera cara
- Adaptación del guión sugerida en este seminario

Hola, mi nombre es
y represento a Rena Ware. Hoy estoy programando citas para hablar acerca de nuestra hermosa línea de utensilios de cocina, ideal para cocinar saludablemente, y nuestros filtros de agua que ayudan a reducir el uso de botellas plásticas desechables.

¿Ha oído hablar de nuestra compañía? Sí No

La presentación es muy informativa. No hay obligación de comprar, y al finalizar usted podrá participar en el sorteo de productos Rena Ware, solo por contestar algunas preguntas.

3 COMPARTA LA CAUSA

Hable de eliminar botellas de plástico desechables y presente la Botella Filtrante Rena Ware como ejemplo de prevención.

- *Folleto de Filtros de Agua/de Productos (AQ700/AQ701).*

Opcional:

- *Video de la Causa*
- *Botella Filtrante Rena Ware (si la tiene)*
- *Video de la Botella Filtrante Rena Ware*



Invite a su prospecto a unirse a su equipo.

- *Pregunta en la pág. 15 (AQ700/AQ701)*
- *Otras frases y sugerencia de este seminario*





HAGA

4 COMPARTA LA DIFERENCIA RENA WARE

Explique por qué unirse.

5 INSCRIBA A SU PROSPECTO

Complete los formularios impresos o en línea.

Muestre el programa
¡Empiece ya!

Mande un mensaje por WhatsApp con el enlace a RenaRecursos.

Concrete una sesión de inducción o primera sesión de entrenamiento.



USE

- Folleto de Reclutamiento (RW516)
- Opcional:
- Video de la Diferencia Rena Ware



- Acuerdo de Asesor Independiente (RW1)³



renakit.com

renakit.com

Próximo entrenamiento organizado por usted o por su líder de equipo

3. El nombre de este documento puede variar según el país.

**HAGA****6 DÉ SEGUIMIENTO**

Después de inscribir a un nuevo representante, contáctelo y ofrezca soporte.

**USE**

- Llamadas, mensajes por teléfono o redes sociales
- Enlace a renakit.com
- Frases sugeridas en este seminario



Los materiales de presentación de Rena Ware se basan en las mejores prácticas de ventas de la compañía y están diseñados para maximizar el impacto de su presentación. Los materiales también toman en consideración requisitos legales para su protección y no se puede modificar o desviar de ellos y no deben ser alterados o modificados de ninguna manera. Por favor, siga el orden de las páginas, leyendo solo la información incluida.

- 15 ¿QUÉ ES RECLUTAR?
- 16 ¿POR QUÉ RECLUTAR?
- 18 FUERZA *en los* NÚMEROS
- 20 LAS 7 NECESIDADES
- 26 ÉTICA *de* RECLUTAMIENTO
- 28 A SIMPLE VISTA: CONCEPTOS BÁSICOS *de* RECLUTAMIENTO



CONCEPTOS BÁSICOS DE RECLUTAMIENTO

¿QUÉ ES RECLUTAR?

Reclutar es atraer a otras personas a Rena Ware para que se unan a su equipo, lo ayuden a desarrollar una organización de ventas y por fin desarrollen su propia organización.

Atraer a las personas a Rena Ware significa compartir la Causa y la Diferencia Rena Ware, y presentarlas de manera precisa, emocionante y significativa para sus prospectos.

Reclutar efectivamente y con honestidad significa no ofrecer garantías de éxito o de ganancias específicas. Éxito y ganancias dependen del tiempo, esfuerzo y consistencia que cada Representante Independiente esté dispuesto a dedicar a su negocio Rena Ware.



¿POR QUÉ RECLUTAR?

Hay tres razones principales para reclutar.

1 **Compartir la Diferencia Rena Ware y ayudar a las personas.**

Cuando compartes la Diferencia, compartes el compromiso de Rena Ware de transformar vidas a través de nuestra oportunidad de negocio. Ofrece a otras personas la oportunidad de convertirse en emprendedores, tener su propio negocio y alcanzar sus sueños. También les ofrece la oportunidad de mejorar y ampliar sus habilidades profesionales y personales.



2 **Compartir la Causa e involucrar a más personas.**

Cuando compartes la Causa, usted comparte el compromiso de Rena Ware de salvaguardar el medio ambiente. Al hacerlo, está ayudando a la Causa y está dando a otros la oportunidad de ayudar también. Mientras más personas se unan a la Causa y comiencen a compartirla, mayor será el impacto en el medio ambiente.



3 Hacer crecer su negocio, crear una organización de ventas y aumentar sus ganancias.

Hay un límite de cuánto puede ganar reclutando y vendiendo por su cuenta. A través del reclutamiento puede eliminar ese límite y multiplicar su crecimiento, porque cada nuevo miembro del equipo traerá a otros nuevos miembros del equipo y nuevos clientes.



Si sigue invitando a nuevas personas al negocio y les enseña a hacer lo mismo, comenzará a ganar más en los esfuerzos de reclutamiento y ventas de su equipo y organización, que en sus esfuerzos personales de reclutamiento y ventas.

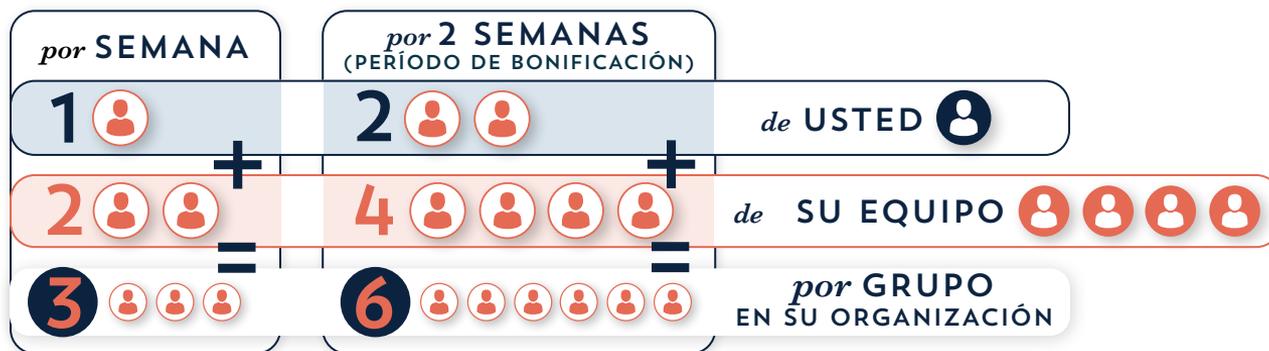


EJERCICIO 1

FUERZA EN LOS NÚMEROS

El reclutamiento es un juego de números. Nuestra experiencia de venta directa nos dice que necesita tener unas 10 conversaciones para que 1 prospecto se una a su equipo. Para un crecimiento empresarial sostenido, recomendamos reclutar al menos 3 personas cada semana (1 recluta personal + 2 reclutas de parte de su equipo), o al menos 6 personas cada período de bonificación por grupo en su organización (2 reclutas personales + 4 reclutas de parte de su equipo).

RECLUTAS



Basado en nuestra experiencia de venta directa, en promedio es necesario tener conversaciones con 10 personas para que una persona se una su equipo. Esto significa tener al menos 30 conversaciones por semana o 60 en cada período de bonificación, ya sea en persona, por teléfono o en las redes sociales.

No tiene que hacerlo solo. Si desea que su negocio crezca exponencialmente y que sus ganancias provengan principalmente de su organización y no de sus acciones individuales, debe involucrar a todo su equipo.

Entre más conversaciones tenga usted y cada uno de los miembros de su equipo todos los días, todas las semanas y todos los períodos de bonificación, más miembros nuevos traerá a su equipo, y más grande será su organización.

A medida que su organización comience a crecer, siga promocionando la fórmula $1 + 2$ (o $2 + 4$) en su(s) línea(s) descendente(s). Cuando cada equipo de línea descendente reclute $1 + 2$ cada semana (o $2 + 4$ cada período de bonificación), usted verá un crecimiento sostenido.



EJERCICIO 2

LAS 7 NECESIDADES

Cuando comparte la Diferencia es importante que tenga en cuenta las necesidades de sus prospectos. Todo lo que pensamos, decimos o hacemos es una expresión y un intento de satisfacer una necesidad. Hay siete necesidades que las personas suelen tratar de satisfacer:



Pertenencia

Muchas personas tienen una necesidad inherente de ser parte de algo más grande que ellos mismos. Algo con lo que pueden sentirse conectados y tal vez tener un sentido de comunidad. Por esa razón, por ejemplo, muchas personas se unen a organizaciones y clubes.



Apreciación

Muchas personas quieren ser apreciadas por lo que hacen, por ejemplo, en sus trabajos diarios. Sin embargo, muchos de ellos no reciben la apreciación en la cantidad o la forma en que lo necesitan.



Emoción

Muchas personas necesitan aventura, descubrimiento, cambio y la emoción que proviene de todo eso. Están aburridas de su rutina diaria y actúan de forma automática, sin intención o presencia real.



Propósito y contribución

Muchas personas necesitan saber que están haciendo algo significativo y que están haciendo la diferencia. Quieren tener un sentido de misión y sentir que han logrado algo significativo con sus vidas.



Autonomía (independencia y poder de decisión)

Muchas personas quieren tener el control de sus propias decisiones, tener margen de maniobra y una serie de opciones.



Crecimiento y esperanza

Muchas personas quieren saber que pueden convertirse en lo que quieren ser. Quieren tener oportunidad. Quieren aprender y crecer como seres humanos, y ampliar sus habilidades personales y profesionales.



Estabilidad / seguridad (Ingresos extra)

Muchas personas quieren una cierta estabilidad y seguridad en sus vidas. Quieren lograr y mantener un estilo de vida. Esta necesidad puede satisfacerse con diferentes estrategias, por ejemplo, un trabajo estable, una casa, obtener atención médica de calidad, etc. Los ingresos extra suelen ser una forma de adquirir algunas de estas estrategias. Por ejemplo, pueden ayudar a pagar una hipoteca, matrículas, tratamientos médicos, pagos de automóviles, etc.

Aunque los Representantes Independientes de Rena Ware no son empleados de Rena Ware y no tienen ganancias específicas garantizadas, ellos tienen la oportunidad de satisfacer todas estas necesidades. Sus resultados reales dependerán de sus esfuerzos, lo que les da la oportunidad de adaptar la Diferencia Rena Ware a su situación específica.



Pertenencia

Convertirse en un Representante Independiente de Rena Ware significa unirse a una comunidad de otros representantes, todos apoyados por Casa Matriz y las oficinas en los países que brindan apoyo administrativo, logístico y de desarrollo comercial.



Apreciación

Los Representantes Independientes de Rena Ware son reconocidos por sus resultados positivos: pueden promocionar automáticamente hasta 7 veces tan pronto como cumplan con los requisitos y pueden ganar premios y reconocimientos.



Emoción

Tener un negocio Rena Ware abre muchas oportunidades emocionantes; por ejemplo, la oportunidad de crear su propia organización y la de viajar.



Propósito y contribución

Tener su propio negocio Rena Ware puede transformar su vida y la vida de las personas que lo rodean. Al compartir la Causa ayuda al medio ambiente; reclutando ayuda a otras personas.



Autonomía (independencia y poder de decisión)

Tener su propio negocio Rena Ware significa que usted está a cargo y puede trabajar en su propio horario.



Crecimiento y esperanza

Tener su propio negocio Rena Ware significa convertirse en emprendedor. Eso implica aprender nuevas habilidades, desarrollar las existentes y crecer tanto profesional como personalmente.



Estabilidad / seguridad (Ingresos extra)

Los Representantes Independientes de Rena Ware pueden contar con recibir puntualmente comisiones y pagos de bonificaciones, basados en sus resultados de reclutamiento y ventas.



EJERCICIOS 3-4

ÉTICA *de* RECLUTAMIENTO

El reclutamiento es fundamental para crear su organización empresarial. Es importante que lo haga con honestidad, integridad y en cumplimiento de los requisitos legales. Los siguientes son los requisitos clave relacionados con el reclutamiento.



Sobre acercarse y reclutar a sus prospectos

Al acercarse **DEBE:**

- ✓ Decir su nombre e identificarse como Representante Independiente de Rena Ware.
- ✓ Decir por qué se está acercando a ellos.
- ✓ Proporcionar su información de contacto, así como la información de contacto de Rena Ware.

Al reclutar **NO DEBE:**

- ✘ Hacer ninguna representación de ganancias potenciales de un negocio Rena Ware que no se encuentran en los materiales de la compañía.
- ✘ Decirle ni prometerle a un recluta que ganará una cantidad específica de dinero por semana o mes si se une a Rena Ware. Ningún Representante Independiente tiene ganancias específicas garantizadas.
- ✘ Anunciar oportunidades de empleo en marketing u otros puestos cuando está reclutando Asesores/Representantes Independientes comisionados. Es ilegal atraer a alguien a una entrevista de reclutamiento con falsas pretensiones.

Al reclutar **DEBERÍA:**

- ✔ Explicar el plan de ganancias y como se recompensan los esfuerzos y los éxitos, utilizando solamente materiales de la compañía.



EJERCICIO 5

A SIMPLE VISTA: CONCEPTOS BÁSICOS *de* RECLUTAMIENTO



Reclutar es atraer personas a Rena Ware al presentarles la Causa y la Diferencia de una manera precisa y accesible.



El reclutamiento es fundamental para ayudar a que su negocio crezca y sea sostenible y rentable a largo plazo.



Involucre a todo su equipo en el reclutamiento: 1 recluta personal + 2 reclutas de su equipo = 3 reclutas totales por semana por grupo en su organización.



Conecte la Causa y la Diferencia Rena Ware con una de las siete necesidades que las personas suelen tener: pertenencia, apreciación, entusiasmo, propósito y contribución, autonomía, crecimiento y esperanza, estabilidad.



Reclute siempre con honestidad, integridad y de conformidad con los requisitos legales. Identifíquese como Representante Independiente de Rena Ware y diga su propósito. No haga ninguna representación de ganancias ni anuncie oportunidades de empleo con Rena Ware.

- 30 LOS 6 PASOS *para* RECLUTAR *de* MANERA EFECTIVA
- 53 A SIMPLE VISTA: EL PROCESO *de* RECLUTAMIENTO

EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO

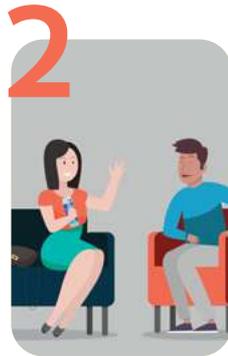


LOS 6 PASOS *para* RECLUTAR *de* MANERA EFECTIVA

El proceso de reclutamiento se puede dividir en 6 pasos:



IDENTIFIQUE



ACÉRQUESE



**COMPARTA
LA CAUSA**



**COMPARTA
LA DIFERENCIA**



**INSCRIBA A SU
PROSPECTO**



DÉ SEGUIMIENTO

Para propósitos de aprendizaje estos pasos se presentan seguidos; sin embargo, en la vida real puede haber otros pasos de la presentación perfecta en medio, por ejemplo podría haber una presentación de productos antes de inscribir al prospecto.

Durante todo el proceso, debe enfocarse en lo siguiente:



Conectar la Causa y la Diferencia con su prospecto y mostrar esa conexión durante la presentación.



Tomar en cuenta los deseos y necesidades de su prospecto.



Ayudar a su prospecto a apreciar los beneficios y valores de unirse a Rena Ware. No cuente con sus prospectos para “conectar los puntos”, muéstreles brevemente lo que pueden lograr cuando se unan a Rena Ware, y cómo pueden lograrlo.

PASO 1 IDENTIFIQUE

Cuando esté desarrollando su negocio, cualquiera es un prospecto. Entonces, en principio, usted y su equipo deben compartir la Causa y la Diferencia Rena Ware con cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Sin embargo, como punto de partida para identificar los prospectos de reclutamiento, puede utilizar su *Círculo de Influencia (RW120)*.

Revise la lista de contactos e identifique al menos 10 personas para quienes usted imagina lo que Rena Ware podría significar, para quienes puede decir cual de las siete necesidades Rena Ware podría satisfacer.

Escriba la necesidad principal de cada una de estas 10 personas en la columna de comentarios. Por ejemplo, alguien que es un miembro activo de una iglesia puede necesitar pertenencia y/o propósito y contribución.

Maria López Martínez	A	123-456-789	Autonomía
Nombre:	Prioridad	Teléfono	Comentarios
Nombre:	Prioridad	Teléfono	Comentarios

Siga estas sugerencias:

- ✓ Siga ampliando su círculo de influencia agregando las referencias que obtendrá de sus prospectos. Los refereridos estarán más abiertos para escuchar su propuesta de negocios porque tendrán un conocido en común.
- ✓ ¡No espere hasta pasar por su mercado caliente para comenzar a acercarse a su mercado frío!
- ✓ Busque prospectos donde quiera que vaya. Donde quiera que esté, inicie conversaciones amistosas sobre la Causa y la Diferencia con las personas que le rodean.
- ✓ Lleve su Botella Filtrante Rena Ware a donde quiera que vaya. En una cita, le ayudará a romper el hielo y comenzar la conversación. En la mayoría de los lugares, atraerá la atención y planteará preguntas, lo que le dará la oportunidad de hablar sobre la Causa y la Diferencia, y / u obtener una cita y / o referencias.
- ✓ No prejuzgue quién se convertirá en un buen Representante Independiente, asuma que todos tienen el potencial.



Seminario Prospeccionar para Prosperar (RW203V)

PASO 2 ACÉRQUESE

Para acercarse al mercado frío, use el mini guión que se encuentra en lado 1 de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*.

Para acercarse al mercado caliente, ajuste un poco el guión adaptando su presentación personal a la situación. Por ejemplo, a un amigo podría decirle:

Hola, mi nombre es _____
y represento a Rena Ware. Hoy estoy programando citas para hablar acerca de nuestra hermosa línea de utensilios de cocina, ideal para cocinar saludablemente, y nuestros filtros de agua que ayudan a reducir el uso de botellas plásticas desechables.

¿Ha oído hablar de nuestra compañía? Sí No

La presentación es muy informativa. No hay obligación de comprar, y al finalizar usted podrá participar en el sorteo de productos Rena Ware, solo por contestar algunas preguntas.



Acabo de comenzar mi propio negocio con Rena Ware. ¿Has oído hablar de ellos? Fabrican utensilios de cocina y filtros de agua de muy alta calidad. Estoy muy emocionado y me gustaría hablar contigo. ¿Cuándo podemos encontrarnos?

Si su prospecto acepta escuchar la presentación de inmediato, continúe con el Paso 3. Si elige otro momento, programe una cita.

Al programar la cita, revise su calendario y ofrezca opciones. Por ejemplo:



¿Qué es mejor para usted: lunes a las 3:00 de la tarde o miércoles a las 5:00?



Seminario Prospector para Prosperar (RW203V)



EJERCICIOS 6-7

PASO 3 COMPARTA LA CAUSA

Para compartir la Causa use:

Folleto Filtros de Agua (AQ700/AQ701)
páginas iniciales.



Use una transición antes de comenzar a hablar sobre la Causa. A continuación hay algunos ejemplos en diferentes escenarios, usando el *Folleto AQ700/AQ701*.

Mercado caliente

Conecte lo que sabe sobre su prospecto con la información en el Folleto Filtros de Agua. Por ejemplo, a un amigo de un amigo que se preocupa por un estilo de vida saludable:

 *Sé que le importa un estilo de vida saludable. Le veo en el gimnasio con su botella de agua... así que cuando comencé esto pensé en usted también. Déjeme hacerle una pregunta: ¿cuánta agua toma todos los días?*

↳ Luego continúe desde la págs. 2-3 del folleto.



Conecte lo que le apasiona con la información en el Folleto de Filtros de Agua. Por ejemplo, a un amigo:

 *Te comenté que estaba entusiasmado con mi nuevo negocio. Y aquí está el por qué. Rena Ware tiene un fuerte compromiso con el bienestar de las personas y el medio ambiente. ¿Sabías que cada semana en el mundo se consumen 5.1 billones de botellas de agua de 1 litro?*

↳ Luego continúe desde la pág. 4 del folleto.



Mercado frío

En general, donde quiera que sea:

 *Déjeme hacerle una pregunta. ¿Sabe cuánta agua debemos tomar cada uno de nosotros todos los días?*

Déjeme preguntarle. ¿Cómo obtiene el agua que toma?

En la casa del prospecto, antes de la presentación, para quebrar el hielo:

 *¿Hay algún lugar donde pueda llenar mi botella de agua?*

(luego)

 *Me di cuenta de que usa agua embotellada.*

↳ Luego continúe desde las págs. 2-3 del folleto.



EJERCICIO 8

Las transiciones anteriores son solo ejemplos de cómo conectar su presentación con el contexto. Con el tiempo, a medida que realice más presentaciones, se familiarizará más con los materiales y podrá crear transiciones efectivas rápidamente, si es necesario.

Cuando comience su presentación:

- ✓ Hable sobre la importancia del agua.
- ✓ Diga cómo las botellas de plástico desechables dañan el medio ambiente.
- ✓ Enfatique en que la prevención es la solución, por ejemplo, utilizando la Botella Filtrante Rena Ware. Por ejemplo, podría decir:



Una forma de prevenir el desperdicio del plástico desechable y ayudar a la Causa es la Botella Filtrante Rena Ware... Déjeme preguntarle. ¿Cómo obtiene el agua que toma?

- ✓ Describa las características de la botella.



Puede usar el video de la Causa enlazado en la versión digital del *Folleto de Filtros de Agua (AQ700/AQ701)*. Al terminar el video, continúe la presentación a partir de la pág. 7, o use el video de la Botella Filtrante Rena Ware.

Después de presentar la Causa, haga la pregunta de la pág. 15 y dé seguimiento con otra transición. Aquí hay algunos ejemplos para diferentes escenarios.



Mercado cliente

A un amigo:



Entonces, ¿Te gustaría unirme a mí en esto? Podríamos ser un equipo, compartir la Causa y desarrollar nuestro negocio...

Mercado frío



Como le gustan la Causa y la Botella de Filtrante Rena Ware, ¡hay buenas noticias! En realidad, podría ganar la botella sin pagarla ahora. ¡Si se une a mi equipo, compartirá la Causa y ganará dinero! Podría mostrarle cómo funciona y qué programa tenemos para ganar la botella y otros productos.

Estoy buscando personas como usted para unirse a mi equipo y compartir la Causa, nuestra oportunidad de negocio y nuestros productos con más personas. Tendría un mayor impacto en el medio ambiente y estaría ganando dinero. Ni siquiera tendría que comprar la Botella Filtrante Rena Ware, podría ganarla. Podría mostrarle cómo funciona y qué programa tenemos para ganar la botella y otros productos.



EJERCICIO 9

PASO 4 COMPARTA LA DIFERENCIA

Comparta la diferencia Rena Ware si, cuando hace la pregunta de la pág. 15 del *Folleto Filtros de Agua (AQ700/AQ701)*, su prospecto está interesado en aprender más. Si no, haga la transición para compartir los productos.

Para compartir la Diferencia Rena Ware use:

el *Folleto de Reclutamiento*
(RW516)



(opcional)
el video de la Diferencia
Rena Ware. **Vea el Apéndice**
para sugerencias sobre
cómo usar el video.



Seminario *La Presentacion Perfecta* (RW205)



EJERCICIO 10

Su objetivo es dejar a su prospecto con una buena comprensión de cómo Rena Ware es diferente y cómo eso lo beneficiará.

En general, explique por qué unirse. Enfatique dos series de cosas.

1 **Enfatice las cosas que diferencian a Rena Ware de otras compañías de venta directa:**

- ✓ No se requiere comprar inventario nunca.
- ✓ Costo mínimo de inscripción.
- ✓ Comisiones pagadas de inmediato.
- ✓ Soporte administrativo de ventas: envío y cobro.
- ✓ Materiales de reclutamiento y ventas disponibles 24/7 en línea y posibilidad de obtenerlos impresos.
- ✓ Materiales de entrenamiento disponibles en línea 24/7.
- ✓ Entrenamiento en persona ofrecido a través de líderes locales.
- ✓ Reconocimiento e incentivos.

2 **Enfatice los beneficios de iniciar un negocio con Rena Ware, por ejemplo:**

- ✓ Convertirse en emprendedor.
- ✓ Crear su propia organización.
- ✓ Hacer su propio horario.
- ✓ Ayudar al medio ambiente.
- ✓ Ayudar a otros a transformar sus vidas.
- ✓ Ser parte de un equipo.
- ✓ Crecer profesional y personalmente.

En particular, haga que el mensaje sea relevante para su prospecto. Para hacerlo, si está hablando con un prospecto que no conoce, puede hacer algunas preguntas antes de comenzar la presentación para centrarla en el interés del prospecto. Vea a continuación.

Si está utilizando el *video*, decida si mostrar el video completo o un segmento específico que se conecte con el interés de su prospecto.

Si está utilizando el *folleto*, pase más tiempo en las páginas o partes que se conectan con el interés de su prospecto.

Preguntas que pueden ayudarlo a centrarse en la necesidad de su prospecto



¿Qué diría que falta en su vida en este momento?

¿Qué es lo que le apasiona?

¿Qué le emociona?

¿Qué quiere tener menos/más en su vida?

Use estas preguntas sabiamente: no las haga todas a la vez. Comience con una, escuche la respuesta y decida: si tiene suficiente información, continúe; si no, haga otra pregunta.



EJERCICIO 11

Use oraciones de transición para conectar la Diferencia con el interés de su prospecto. A continuación hay algunos ejemplos en diferentes escenarios.

Mercado frío

A un prospecto muy interesado en la Causa:



Si se une a Rena Ware y crea su propio equipo y luego su propia organización, podrá compartir la Causa con muchas más personas y tener un impacto mucho mayor en el medio ambiente.

A un prospecto muy interesado en los utensilios de cocina:



Rena Ware tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad con todos sus productos. Por ejemplo, los utensilios de cocina Rena Ware son extremadamente duraderos, promueven la cocción en el hogar y reducen el desperdicio que proviene de los alimentos empaquetados y para llevar.

A cualquier prospecto:



¡Al compartir cualquiera de nuestros productos con otros, promocionará nuestra Causa!

Mercado caliente

Aquí es donde conecta la Diferencia Rena Ware con la necesidad que identificó en su *Círculo de Influencia (RW120)* en función de las siete necesidades. Vea unos ejemplos.

A un prospecto que necesita pertenencia:



Sé que usted es un miembro muy activo de nuestra iglesia y le gusta contribuir a nuestra comunidad, por eso creo que haría un buen trabajo con Rena Ware porque es realmente como una comunidad o una familia... primero sería parte de un equipo y tendría el líder de su equipo, luego formaría su propio equipo...

A un prospecto que necesita apreciación:



La mayoría de nosotros realmente queremos ser apreciados por lo que hacemos. Y eso es lo que me gusta de Rena Ware. Realmente reconocen y recompensan todo lo que hace. Por ejemplo, comienza a ganar comisiones en su primera venta. Pagan comisiones de inmediato, usted es promovido automáticamente tan pronto como califica. Y luego puede ganar viajes y premios...

A un prospecto amigo que necesita emoción:



Siempre estás diciendo que estás aburrido con tu trabajo porque no puedes usar tus habilidades... ¡Ésta es tu oportunidad de hacer algo emocionante, donde puede usar todas tus habilidades!

A un prospecto que necesita propósito y contribución:



Ayudará a las personas a transformar sus vidas. Contribuirá a un medio ambiente más limpio y promoverá un estilo de vida saludable para todos...

A un prospecto que necesita autonomía:



Puede crear su propia organización, identificar sus objetivos, hacer sus planes de desarrollo, trabajar en su propio horario... ¡usted será su propio jefe!

A un prospecto que necesita estabilidad:



Obtendrá ganancias adicionales que pueden ayudarlo a hacer las cosas que son importantes para usted, por ejemplo, pagar la universidad de sus hijos.

↳ dé un ejemplo que valga para su prospecto



No sé si necesita algo que no puede pagar en este momento o si podría usar algo de dinero extra, pero los ingresos de mi negocio Rena Ware realmente han hecho un diferencia para mí. De hecho, toda la experiencia con Rena Ware ha marcado la diferencia en mi vida. Déjeme enseñarle cómo...

Si corresponde, comparta historias de éxito: encuentre una historia de éxito que pueda resonar con su prospecto, por ejemplo, una de una líder femenina si su prospecto es una mujer. Considere compartir su historia de reclutamiento. Manténgala sincera, breve y puntual.



EJERCICIO 12

Asuma la inscripción

Después de hablar sobre la Diferencia Rena Ware, suponga que su prospecto ya decidió unirse a su equipo y va a proporcionar la información necesaria para completar los documentos. Por ejemplo, podría decir:



¿No suena genial? Entonces, ¿cuándo le gustaría comenzar?

Si el prospecto no está interesado en unirse, haga la transición para compartir los productos.



Seminario La Presentacion Perfecta (RW205)



EJERCICIO 13

PASO 5 INSCRIBA A SU PROSPECTO

Si su prospecto está interesado en unirse, complete los formularios impresos o en línea. Use el Acuerdo de Representante Independiente⁴ (RW1).



Luego, dependiendo de la situación, programe una reunión para una inducción rápida primero y luego programe el Entrenamiento Básico, o programe el Entrenamiento Básico directamente.

Finalmente, en preparación para la reunión de inducción o la sesión de Entrenamiento Básico:

- ✓ Muestre brevemente RenaRecursos;
- ✓ Envíe al nuevo miembro de su equipo un mensaje de WhatsApp con un enlace a renakit.com, y motíVELO a explorar los recursos;
- ✓ Diga que aprenderá cómo crear una lista de prospectos y cómo ganar productos o comprarlos con un descuento para representantes;
- ✓ Pídale que se una al grupo Rena Ware Whatsapp de su país y a grupos Rena Ware en redes sociales, según aplique en su país.



PASO 6 DÉ SEGUIMIENTO

Dar seguimiento después de inscribir es tan importante como inscribir. Nuestra experiencia muestra que en los primeros días después de la inscripción, los nuevos representantes pueden estar en su punto más vulnerable y en riesgo de irse si no reciben el apoyo adecuado y no ven algunos resultados positivos.

Usted no quiere inscribir a un nuevo representante y desaparecer. Desea ser un tutor y modelo de comportamiento para ellos. Si acaba de comenzar, aún puede ofrecer soporte en la fase inicial, ya que usted mismo acaba de pasar por ella.

Llame, envíe un mensaje de texto o envíe un correo electrónico al nuevo miembro de su equipo dentro de un par de días después de la inscripción y pregunte cómo van las cosas. Por ejemplo, podría preguntar sobre los enlaces/recursos que compartió, la primera sesión de entrenamiento, o en general:



¿Probó los recursos que le envié? ¿Qué tan útiles son para usted?

¿Tuvo su primera sesión de entrenamiento? ¿Cómo le fue?

¿De qué otra manera puedo ser de ayuda para usted?

Ofrezca compartir más recursos útiles de Rena Ware, remita al nuevo representante a un representante de mayor rango o al líder de su equipo para preguntas más complejas.

Al hacer esto, usted:



Transmite confianza.



Genera confianza.



Demuestra que Rena Ware realmente es como una familia.



EJERCICIO 17

A SIMPLE VISTA: EL PROCESO *de* RECLUTAMIENTO



1 | Identifique a quién reclutar usando su *Círculo de Influencia (RW120)*.



2 | Acérquese a su mercado caliente y frío, utilizando guiones ligeramente diferentes que incluyen los mismos elementos.



3 | Comparta la Causa: conecte lo que sabe sobre su prospecto con la información en los materiales de presentación.



4 | Comparta la Diferencia: en general, explique por qué unirse, enfatice cómo Rena Ware es diferente de otras compañías de venta directa y resalte las ventajas de tener un negocio Rena Ware conectándolas con la necesidad de su prospecto; asuma la inscripción.



5 | Inscriba a su prospecto: complete el formulario; programe una sesión de entrenamiento; dé una vista previa de RenaRecursos; comparta enlaces útiles, por ejemplo renakit.com



6 | Dé seguimiento: comuníquese con el nuevo miembro de su equipo en los días posteriores a la inscripción, pregunte cómo van las cosas y ofrezca apoyo y recursos.

- 56 ¿QUÉ SE REQUIERE *para* RECLUTAR *de* MANERA EFECTIVA?
- 58 EL CORAJE *de* SER VULNERABLE
- 62 MANEJAR OBJECIONES
- 73 LAS OBJECIONES *de* RECLUTAMIENTO *más* COMUNES
- 77 A SIMPLE VISTA: HABILIDADES *de* RECLUTAMIENTO

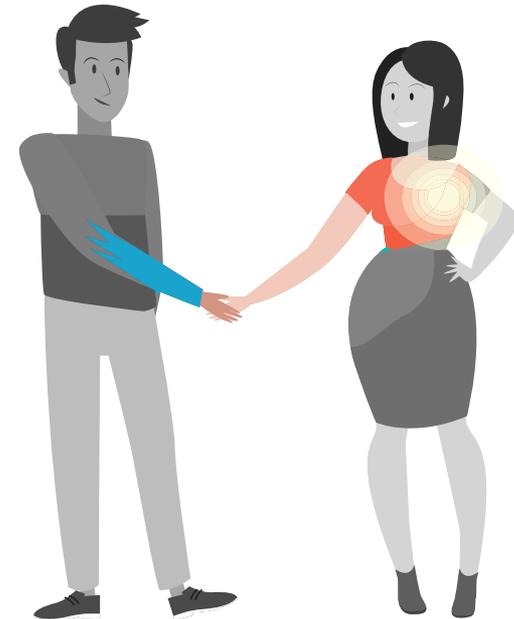
HABILIDADES DE RECLUTAMIENTO



¿QUÉ SE REQUIERE *para* RECLUTAR *de* MANERA EFECTIVA?

Reclutar efectivamente incluye contactar a prospectos en el mercado frío y comenzar a construir una relación con ellos. Como tal, el proceso involucra lo que se necesita para que las relaciones comiencen, prosperen y se cumplan: la conexión.

Para crear una conexión, debemos tener el coraje de ser vulnerables, escuchar las necesidades (propias y de los demás) y comunicarnos con compasión, lo que incluye manejar objeciones productivamente y de una manera que conserve o incluso fortalezca la relación.



Aplicado al reclutamiento esto ayuda a:



Enfocar el reclutamiento como una relación de humano a humano.



Aceptar rechazos como parte natural del proceso.



Tener conversaciones de reclutamiento que sean honestas y efectivas.



Generar confianza para que sus prospectos se sientan cómodos uniéndose a su equipo.



Estas habilidades se pueden usar en muchas situaciones de vida profesional y personal. ¡Los resultados pueden ser muy gratificantes!

EL CORAJE *de* SER VULNERABLE

Cuando se acerca a sus prospectos y enfrenta el riesgo de rechazo, puede sentirse vulnerable. Y eso está bien. Significa que es humano y está vivo. Cuando es consciente de ello, la vulnerabilidad es una fortaleza.⁵

Vulnerabilidad significa “enfrentar incertidumbre, exposición y riesgos emocionales, y saber que somos suficientes”.⁶ Vulnerabilidad no es debilidad. De hecho, es coraje: el coraje de ser imperfecto, el coraje de hacer algunas cosas donde no hay resultados garantizados, y ser amables con nosotros mismos. En respuesta a la pregunta “La vulnerabilidad es _____”, muchas personas dijeron “comenzar mi propio negocio”.

La vulnerabilidad no es una opción. Es parte de la vida. Ser consciente de ello y poseerlo es una habilidad. A continuación hay algunas sugerencias sobre cómo cultivar el coraje de ser vulnerable.



EJERCICIO 18

5. B. Brown (2017), El poder de ser vulnerable, (Daring Greatly). La vulnerabilidad ha sido investigada, definida y explicada por Brene Brown, PhD, LMSW, profesora de investigación en la Universidad de Houston y autora de “best sellers” como Los dones de la imperfección (The gifts of imperfection).

6. Ibidem.

ACEPTE RECHAZOS CON NORMALIDAD

El reclutamiento requiere contactar a muchas personas constantemente. A pesar de su preparación y sus habilidades, recibirá rechazos. Son una parte natural del proceso. No se trata de usted y de quién es. Sin embargo, los rechazos se pueden minimizar trabajando en lo que usted hace y cómo lo hace. Como se explica en este seminario.



ACLARE SU MENTE

Separe quién es usted de lo que hace. Deje de lado los pensamientos de que es “indigno”, “defectuoso” o “un fracaso” debido a algo que ha hecho o fallado en hacer, un ideal que aún no ha alcanzado, una meta que aún no ha logrado. Imagine cortar algunas cadenas pesadas o cuerdas gruesas que lo sujetan y sentirse libre (de juicio).

Piense que usted es usted y que es digno. También es un ser humano que puede hacer ciertas cosas que son efectivas y otras que no lo son. Y puede hacer algo al respecto. Esto no significa que usted no sea responsable de sus acciones. Significa que si se cuida, cultiva sus valores y un sentido saludable de usted mismo, sus acciones lo reflejarán.



CÉNTRESE EN HECHOS QUE AYUDAN

No se enfoque en la cantidad de rechazos que recibió, enfóquese en la cantidad de prospectos a los que contactó y use los rechazos para aprender y mejorar sus próximos contactos.



EJERCICIO 19



MANEJAR OBJECIONES

Al cumplir con los objetivos anteriores usted ya tiene una buena base para manejar objeciones. Si acepta los rechazos de manera normal, tiene una mente libre de juicios, y se centra en hechos que ayudan, verá las objeciones por lo que son realmente, y no como algo en contra de usted.

Al manejar las objeciones, puede:



Avanzar con el proceso de reclutamiento.



Mostrar a sus prospectos que realmente está ahí para ellos y toma en serio sus necesidades.



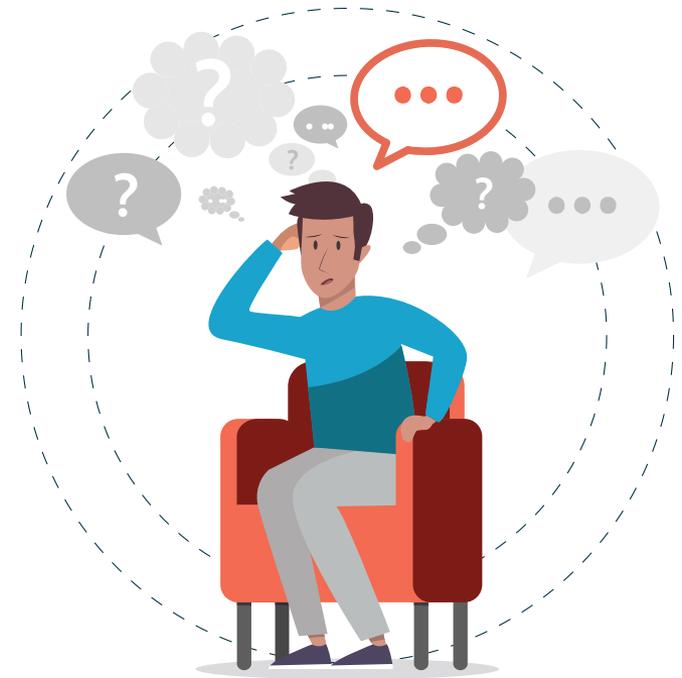
Continuar construyendo confianza y reforzando la relación con sus prospectos para que se sientan cómodos uniéndose a su equipo.

¿QUÉ SON REALMENTE LAS OBJECIONES?

Las objeciones son preocupaciones o problemas que tiene su prospecto y que le impide unirse a su equipo. Su prospecto puede no expresar las objeciones, pero puede usarlas como excusas para no unirse.

Las objeciones no son rechazos personales. Generalmente están relacionadas con necesidades insatisfechas. Véalas como una oportunidad para ayudar a su prospecto a identificar y satisfacer esas necesidades.

En general, no es necesario manejar todas las objeciones de su prospecto, eso sería un desperdicio de recursos e incluso puede llevarlo lejos de inscribir a su prospecto. Escuche todas las objeciones, identifique la necesidad principal y real y manéjela. A menudo, las objeciones menores desaparecerán.



EJERCICIO 20

¿QUÉ SON REALMENTE LAS NECESIDADES?

Las necesidades son lo que realmente queremos y son positivas; por ejemplo:

 *Quiero estabilidad.* → Necesidad

 *No quiero caos/inestabilidad.* → NO es necesidad

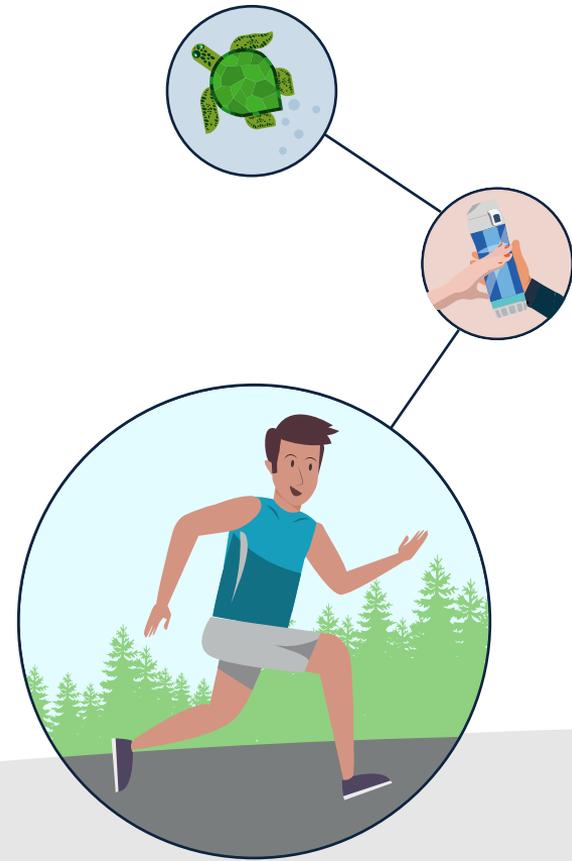
Las necesidades también son universales: todos las compartimos, aunque podemos tener prioridades diferentes.

Todo lo que hacemos y decimos es la expresión e intento de satisfacer una necesidad. Sin embargo, muchas veces las necesidades no se expresan de forma abierta o clara. Muchas personas tienden más a expresar los problemas y sentimientos. Los problemas y los sentimientos están en la superficie, mientras que las necesidades son más profundas.



Aplicado al reclutamiento, esto significa que las personas casi nunca se “unen a una empresa”. Se unen a una manera de satisfacer una necesidad profunda, por ejemplo, una necesidad de pertenencia o alguna otra de las siete necesidades mencionadas en este seminario. Si usted conoce y comprende esta necesidad, será capaz de presentar la Causa y la Diferencia de maneras que se conecten con sus prospectos. Además, si usted comprende la necesidad bajo un problema, será capaz de trabajar con su prospecto hacia una solución que funcione tanto para él o ella como para usted.

Para manejar objeciones efectivamente, puede usar el proceso E.C.O.



EJERCICIO 21

El proceso E.C.O.

Puede manejar las objeciones de reclutamiento utilizando el Proceso ECO: Escuchar, Confirmar y Ofrecer. Con este proceso, usted no resuelve las objeciones, ofrece opciones; su prospecto resuelve las objeciones al escoger una opción.



EJERCICIO 22

1 Escuche la necesidad bajo la objeción.

Escuchar es la habilidad más importante para la comunicación efectiva y a menudo la más demandante. Por lo general, las personas creen estar escuchando, pero sólo están esperando la oportunidad para hablar. Escuchar efectivamente requiere dos cosas fundamentales:

Espacio/Claridad Eliminar distracciones externas (por ejemplo, el celular o elementos del entorno) e internas (como juicios sobre uno mismo o la otra persona, comentarios, etc.)

Observación Centrarse en la otra persona, en lo que comunica con sus palabras y en otras maneras, como el tono de voz, las expresiones faciales, el lenguaje corporal, el silencio.

Para escuchar la necesidad bajo la objeción, en su mente puede convertir la objeción en una pregunta. Por ejemplo:

Su prospecto dice:

PROSPECTO



No sé cómo vender/reclutar.



En su mente, usted escucha:

¿Puede mostrarme cómo vender/ reclutar?



EJERCICIOS 23-25

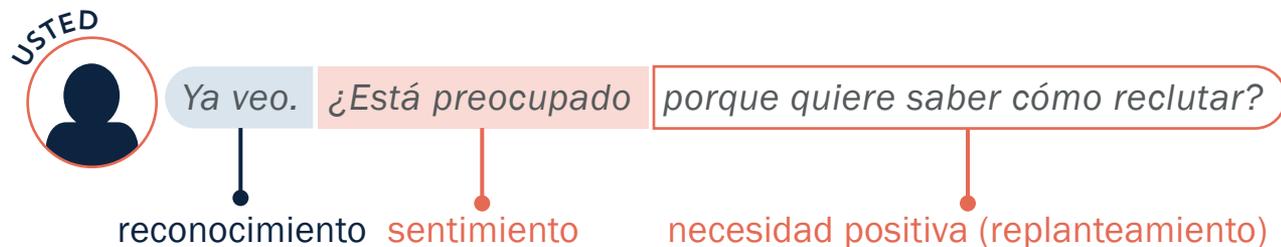
2 Confirme la necesidad.

Después de convertir la objeción en una pregunta en su mente, obtenga confirmación de que entendió la necesidad correctamente. Puede hacer esto en dos partes:



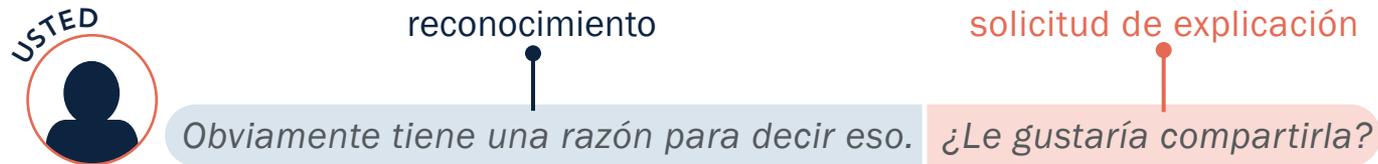
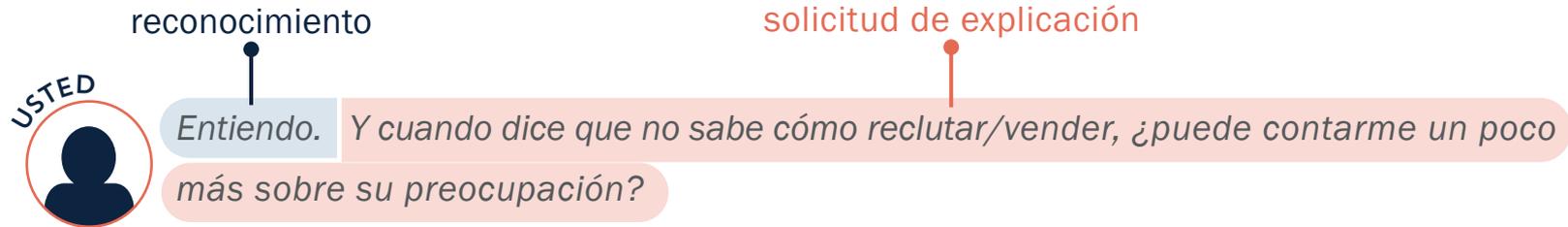
- 1 Reconozca la objeción
- 2 Replantéela como una necesidad, usando el formato **sentimiento** + **necesidad**

Por ejemplo:



Si el replanteamiento es incorrecto, la otra persona lo corregirá y aclarará sus sentimientos y necesidades.

Si una objeción no es clara para usted y/o no logra replantearla como necesidad, pídale a su prospecto que se la explique. Por ejemplo, podría decir:



El reconocimiento es importante porque en cualquier caso la otra persona sentirá que su experiencia ha sido escuchada y validada. Esto ayuda a las personas a explorar opciones.



EJERCICIOS 26-27

3 Ofrezca opciones.

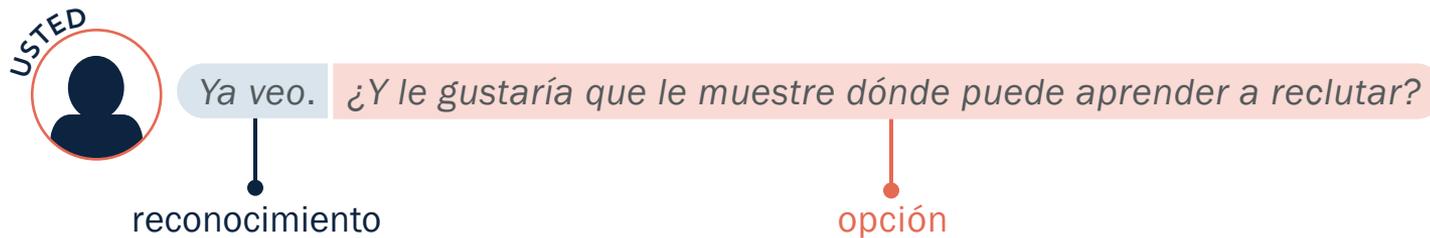
Después de escuchar y confirmar las necesidades de su prospecto, presente las opciones disponibles para satisfacer esas necesidades. Por ejemplo, podría decir:



Rena Ware ofrece amplio entrenamiento a través de la Universidad Rena Ware. Todos los seminarios están disponibles en línea 24 horas al día todos los días de forma gratuita, junto con otros materiales de apoyo para ventas y reclutamiento. Puede programar sesiones de entrenamiento con el líder de su equipo y/o hacer un aprendizaje a su propio ritmo.

Al elegir una opción, su prospecto satisface su necesidad, resuelve su objeción y la conversación avanza.

Dependiendo de la situación, puede tener más sentido pasar directamente del reconocimiento de una objeción a las opciones, sin decir sentimientos y necesidades en voz alta. Por ejemplo, podría decir:



Sin embargo, siempre debe identificar sentimientos y necesidades en su mente porque le ayudan a ofrecer opciones más relevantes.

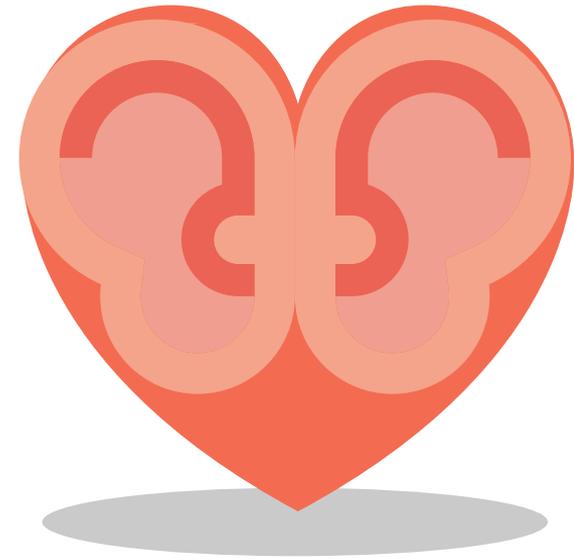
Es necesario practicar para ser capaz de identificar los sentimientos y necesidades de alguien más, y en algunas ocasiones ¡incluso las nuestras! Sin embargo es una práctica muy gratificante porque ayuda a crear conexiones más significativas y duraderas con los demás. Y la venta directa, más que otras formas de ventas, se basa en crear y mantener conexiones.



EJERCICIO 28

Reclutar es difícil, pero también lo es la decisión de unirse, para muchas personas. Tómese un momento para recordar cómo fue para usted. Es probable que no haya tomado una decisión rápida. Probablemente lo pensó y quizás habló con un ser querido antes de confirmar. Es posible que se haya sentido abrumado por la novedad, la información y el proceso inicial.

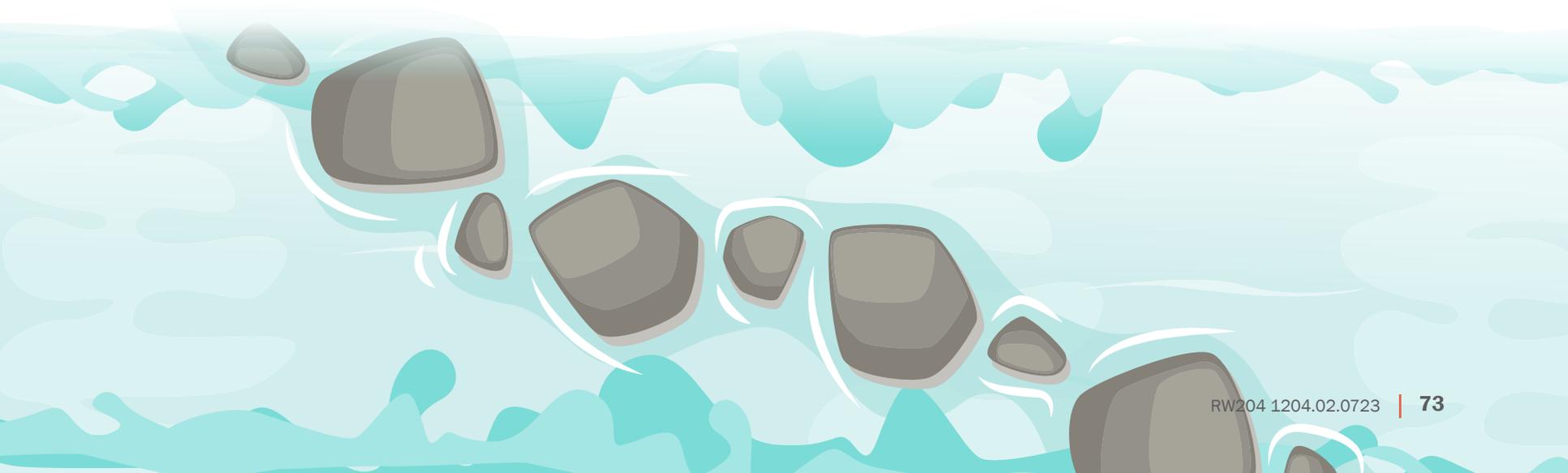
Entonces, a medida que avanza en el proceso con sus prospectos, sea comprensivo. Esto no significa que debe dejar de reclutarlos; significa que cuando intente reclutarlos, debe mantener sus mejores intereses en mente. Escuche las necesidades y problemas de sus prospectos y responda proporcionando el tipo de información que se necesita en la cantidad que se necesita: manténgala sincera, relevante y puntual.



LAS OBJECIONES *de* RECLUTAMIENTO *más* COMUNES

Puede haber tantas objeciones como prospectos. A continuación se presentan algunas de las objeciones más comunes al reclutamiento, y sugerencias sobre cómo manejarlas. Algunas sugerencias incluyen reconocimiento, replanteamiento y opciones de oferta, otras no incluyen el replanteamiento.

Imagine que las objeciones son como piedras en un río, y manejar las objeciones es como pisar esas piedras para cruzar el río y acercarse al prospecto y su objetivo.



OBJECIONES

No conozco a nadie para reclutar/vender.

No soy bueno para hablar con personas que no conozco.

Las personas que conozco no pueden pagar estos productos.

EJEMPLOS DE RESPUESTAS

Entiendo. ¿Está preocupado porque le gustaría saber que tiene un mercado para su negocio? ¿Le ayudaría si le muestro que hay muchas personas a las que puede reclutar o vender?

Mucha gente piensa eso. ¿Está preocupado porque le gustaría ser bueno en esto? Bueno, puede obtener entrenamiento sobre cómo hablar con gente nueva de manera efectiva. Rena Ware ofrece muchos seminarios...

Entiendo. Muchos clientes de Rena Ware eligen planes de pago con cuotas mensuales que pueden pagar. Puedo mostrarle cómo funciona eso...

Ya tengo trabajo.

Está bien. ¿Se siente incómodo porque quiere mantener su trabajo actual? Bueno, sí puede. Y puede trabajar en su negocio Rena Ware a medio tiempo.

Quiero un trabajo/salario garantizado.

Eso tiene sentido. Y quiero que sepa que no puede ser despedido de Rena Ware, porque tendrá su propio negocio. Y sus ganancias dependerán de cuánto tiempo y esfuerzo dedique al desarrollo de su negocio. (Adición opcional: Con Rena Ware gana comisiones tan pronto como usted y sus reclutas comienzan a vender, y se les paga de inmediato).

Mi pareja no quiere que trabaje.

Comprendo. ¿Está preocupado porque le gustaría tener su apoyo en esto? Encontremos un momento para reunirme con usted y su pareja, para que pueda responder cualquier pregunta sobre esta oportunidad.

No puedo unirme ahora.

Comprendo. Y cuando dice que no puede unirse ahora, ¿podría contarme un poco más sobre su preocupación?

No tengo quien cuide a mis niños.

Reconozco su preocupación. ¿Qué pasaría si pudiera hacer esto cuando sus hijos están en la escuela?

Escuché que este tipo de compañías engañan a las personas para sacarles dinero.

Entiendo que algunas compañías de venta directa pueden no ser transparentes o serias. ¿Está preocupado porque quiere estar seguro de que se unirá a una empresa seria y honesta? Muchos Representantes Independientes actuales de Rena Ware pensaron eso antes de unirse y luego vieron la diferencia. Estoy muy orgulloso de mi negocio Rena Ware. La compañía ha estado en el mercado por más de 80 años, tiene una presencia global, es un miembro activo de la Asociación de Venta Directa y realmente se preocupa por sus Representantes Independientes y los apoya.

A SIMPLE VISTA: HABILIDADES *de* RECLUTAMIENTO



Cultive el coraje de ser vulnerable: sea consciente de sus emociones al reclutar y sepa cómo manejarlas. Acepte las objeciones como partes del proceso, aclare su mente, concéntrese en hechos que ayuden.



Maneje las objeciones: comprenda las necesidades de su prospecto, por debajo de los problemas en superficie. Use el proceso E.C.O.: escuche todas las objeciones, aclare y confirme la necesidad principal y manéje esa ofreciendo opciones. Siempre trate de identificar los sentimientos y necesidades de su prospecto en su mente y si corresponde, diga en voz alta: *¿Se siente... porque necesita...?*



Practique cómo manejar las objeciones de reclutamiento más comunes.

Este glosario ofrece una lista de referencia rápida de los términos clave de la industria y otras palabras y expresiones clave que aparecen en este seminario. Estos términos están ordenados alfabéticamente y las definiciones incluyen el significado con el que se usan los términos en Rena Ware.

GLOSARIO



- Asesor:** nivel de entrada para un nuevo Representante Independiente. A partir de Asesor un representante puede promocionar hasta 7 veces y alcanzar el nivel de Líder Ejecutivo Platinum.
- Causa:** (la Causa o nuestra Causa) La misión de Rena Ware con el medio ambiente: el compromiso de la compañía para eliminar botellas y residuos de plástico desechables. Resumido en el eslogan de la Causa: “Menos plástico. Mundo más limpio.”
- Diferencia:** (la Diferencia Rena Ware, o la Diferencia; anteriormente la Oportunidad). La oportunidad de negocio de Rena Ware. La palabra se refiere a las muchas formas en que Rena Ware se diferencia de la mayoría de las compañías de venta directa y al hecho de que Rena Ware ofrece a las personas la oportunidad de transformar su vida.
- Equipo:** un conjunto de Representantes Independientes bajo el mismo Representante Independiente.
- Inscribir:** registrar a un nuevo Representante Independiente.

- Líder:** en este seminario líder se refiere a cualquier Representante Independiente que encabece un equipo, a pesar de su nivel o título.
- Mercado:** personas a las que se puede acercar con el propósito de reclutarlas o venderles.
- Mercado:** personas que conoce directa o indirectamente (a través de otras personas), incluidos familiares, amigos, clientes existentes, conocidos y referencias.
Nota: En el mercado caliente de Rena Ware (para ventas) no se incluye a usted u otros Representantes Independientes activos. Rena Ware no requiere que sus Representantes Independientes compren productos o inventario nunca.
- Mercado frío:** completos extraños; personas que no conoce y con las que no tiene conexión.
- Necesidad:** cosa que se quiere o se necesita; en la comunicación compasiva o no violenta las necesidades están en el centro de lo que pensamos, decimos y hacemos. A menudo se expresan a través de los sentimientos y son señaladas por los problemas. Las necesidades son universales: todo el mundo tiene necesidades; lo que puede cambiar es la prioridad de esas necesidades. En la comunicación compasiva, las necesidades también son siempre positivas, lo que significa que son lo que queremos, no lo que no queremos.

- Objeción:** preocupación que su prospecto tiene y que puede impedirle de unirse a Rena Ware o comprar productos.
- Problema:** dificultad o simplemente asunto; en la comunicación compasiva o no violenta, un problema está conectado con y es la expresión externa o superficial de una necesidad.
- Prospecto:** futuro recluta, futuro cliente o ambos.
- Recluta:** nuevo Representante Independiente.
- Reclutar:** inscribir a un nuevo Representante Independiente; agregar nuevos miembros a su equipo.
- Replantear/
replanetamiento:** decir (o al acto de decir) lo que alguien ha dicho, pero de manera diferente. En la comunicación compasiva, replantear puede ser útil cuando alguien dice algo muy negativo o hiriente. Cuando replanteamos, identificamos una necesidad positiva y la decimos en voz alta. Esto mueve a las personas de una posición de negatividad a darse cuenta de la necesidad positiva. Por ejemplo:
Otra persona: *No me gusta estar enfermo.*
Usted: *Su salud (necesidad) es importante para usted.*

- Referencia/
referido:** persona que ha sido referida a usted por otra persona.
- Representante
Independiente:** persona con su propio negocio Rena Ware. El término aplica a todos los niveles, desde Asesor hasta Líder Ejecutivo Platinum.
- Sentimiento:** emoción; en la comunicación compasiva o no violenta, un sentimiento está conectado con y es la señal de una necesidad. Cuando nuestras necesidades se satisfacen tenemos sentimientos diferentes que cuando no se satisfacen.
- Vulnerabilidad:** la habilidad de enfrentar la incertidumbre, exposición y riesgos emocionales y saber que somos suficientes; ser compasivos con nosotros mismos.¹

- 1 | EL PROCESO *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA: SEMINARIOS ADICIONALES
- 2 | USAR *el* VIDEO LA DIFERENCIA RENA WARE
- 3 | USAR *los* VIDEOS *de* TESTIMONIOS REALES
- 4 | TRES MANERAS MÁS *de* CULTIVAR EL CORAJE *de* SER VULNERABLE
- 5 | VIVIR *de* TODO CORAZÓN
- 6 | INVENTARIO *de* NECESIDADES *y* SENTIMIENTOS
- 7 | JUEGOS *de* ROL DE RECLUTAMIENTO

APÉNDICE



1 | EL PROCESO *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA: SEMINARIOS ADICIONALES

IDENTIFIQUE	Establezca sus mercados caliente y frío
ACÉRQUESE	<ul style="list-style-type: none"> • Preséntese a usted mismo y a Rena Ware • Decida: empezar la presentación/ programar una cita/ pedir referencias
PRESENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prepare el camino 2. Comparta la Causa e invite a su prospecto a unirse a su equipo 3. Comparta la Diferencia Rena Ware (reclute) 4. Inscriba a su prospecto 5. Comparta los productos (venta) 6. Cierre la venta 7. Pida referencias 8. Comparta la Diferencia Rena Ware otra vez (si no tuvo éxito al principio)
DÉ SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • A sus referencias • Después de un reclutamiento • Después de una venta



La Presentación Perfecta (RW205)



Prospectar para Prosperar (RW203)



Compartir la Causa y la Diferencia (RW204)



Utensilios de Cocina (RW301) Seminario Filtros de Agua (AQ302) Guía de Contratos (RW530)

2 | USAR *el* VIDEO LA DIFERENCIA RENA WARE

El video está disponible en YouTube en dos versiones:

- Entera
- Capítulos



Use la versión entera durante las citas para presentaciones (ya que normalmente hay más tiempo) y/o para los prospectos que no están seguros de los beneficios que pueden obtener con Rena Ware y parecen interesados en conocer más.

Use los capítulos cuando tenga poco tiempo y/o cuando no sabe cuánto interesado está su prospecto en unirse a su equipo, y usted quiere atraerlo basándose en su necesidad principal. En este caso elija el capítulo que piensa se relacione más con su prospecto. Aquí hay algunas sugerencias.

Capítulo	Tipos de prospectos
1 Y tú ¿Estás listo? (Introducción)	Cualquier prospecto: para dar una idea y generar curiosidad rápidamente
2 Únete a nuestra Causa	Jóvenes recién graduados de la universidad o que están a punto de tomar su licenciatura, jóvenes profesionales que están a punto o acaban de empezar a trabajar y quienes pueden estar muy apasionados por asuntos como el medio ambiente y el desarrollo personal y profesional.
3 Flexibilidad sin límites	Madres y padres solteros y otras personas que quieran contribuir económicamente a su familia y también tener la flexibilidad para dedicar tiempo a su familia.
4 Pasión por el “Buen Comer”	Personas que ya tiene un trabajo que no quieren dejar y al mismo tiempo quieren ser parte de una comunidad más grande y acogedora. Personas a las que les guste cocinar y que aprecien la comida saludable y deliciosa.
5 Su propio negocio	Personas que quieran ser emprendedores, tener su propio negocio sin costos iniciales altos y sin riesgos financieros. También personas que quieran ser parte de una compañía de largas tradiciones y valores fuertes.
6 Compruebe la Diferencia (Conclusión)	Cualquier prospecto, después de mostrarle la introducción o cualquiera de los demás videos: para inspirar y estimular a la acción.

3 | USAR *los* VIDEOS *de* TESTIMONIOS REALES

Rena Ware ha recopilado una serie de testimonios reales de líderes de varios niveles. Los videos de estos testimonios están disponibles en YouTube y en RenaRecursos en dos versiones:

- **Resumen Líderes:** Tres videos con duración de alrededor 3,5 minutos por recopilación. Utilícelos cuando quiera mostrar todo el potencial de unirse a Rena Ware y/o cuando no conozca el interés de su prospecto para unirse a su equipo.
- **Videos individuales:** Videos enfocados a temas específicos con duración de entre 1 y 1,5 minutos cada uno. Utilícelos cuando ya tenga una idea de la necesidad principal de su prospecto para unirse a su equipo.



A continuación, se dan unos ejemplos de uso basados en el tipo de prospectos.

LÍDERES - PERÚ

Líder

Posibles prospectos

▶ Este es tu momento – Rena Ware eres tú



Recopilación
Líderes Platinum

Personas que necesitan entender los beneficios principales de unirse y hacer una carrera en Rena Ware.

▶ Alcanza tus sueños



Jorge Obeso
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que quieren entender como Rena Ware puede ayudar a alcanzar los sueños.

▶ Transforma tu vida



Nancy Pantoja
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que dicen encontrarse en momentos laborales difíciles y están buscando oportunidades.

Líder**Posibles prospectos****Ama lo que haces**

Diana Guerra
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que quieren entender los valores de la empresa, buscan tener flexibilidad de tiempo en su negocio para poder pasar tiempo con sus seres queridos.

**Explota tus talentos**

Briceida Barrera
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que buscan utilizar más sus habilidades y recibir soporte para su crecimiento personal y profesional.

**Trabaja en equipo**

Juan Carlos Ezaine
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que preguntan sobre la manera de trabajar en Rena Ware o expresan preocupación sobre trabajar solas y sobre los riesgos/costos de comenzar su propio negocio.

Líder**Posibles prospectos****▶ Esta es tu Oportunidad – Rena Ware eres tú**

Recopilación
Líderes Ejecutivo Silver
y Senior

Personas que preguntan si pueden alcanzar el éxito teniendo su propio negocio en Rena Ware.

▶ Aprende y crece

Alexander Asmat
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que preguntan cómo ganar en Rena Ware y qué soporte brinda Rena Ware para eso.

▶ Herramientas para tu negocio

Bertha Cáceres
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que no están seguros de tomar la Oportunidad en este momento o sienten no tener la preparación para el éxito.

Líder**Posibles prospectos****La Oportunidad que estabas esperando**

Ángel Alvarado
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que buscan incrementar sus ingresos y tener nuevas oportunidades, con mayor libertad de actuar.

**Entrenamiento de clase mundial**

Marisol Valero
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que no tienen o sienten no tener las habilidades necesarias para tener un negocio y buscan entrenamiento.

**Negocio digital**

Carla Ríos
Líder Senior

Personas interesadas en formas digitales de trabajo, en realizar sus ideas creativas, y en el soporte que Rena Ware brinda para lograrlo.

Líder

Posibles prospectos



Todos podemos triunfar



César López
Líder Senior

Personas que se preguntan si la edad será un impedimento para poder lograr el éxito.



Flexibilidad y potencial de crecimiento



Juan Carlos Obeso
Líder Senior

Personas que preguntan cómo ganar y construir una organización de negocios.

LÍDERES - COLOMBIA

Líder

Posibles prospectos

 **Vive la vida Rena Ware - RW eres tú**


Recopilación
Líderes

Personas que quieren saber los beneficios de unirse a Rena Ware, el apoyo que se les ofrece y cómo tener éxito en su negocio.

 **Haz algo diferente**


Mauricio Bastilla
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que se ven en una situación económica complicada y dudan si deben de cambiar de carrera y probar algo diferente.

 **Emprende hoy**


Cinthia Chacón
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas jóvenes que quieren emprender y/o personas interesadas en tener un negocio y desarrollar sus redes sociales.

Líder**Posibles prospectos****Empieza a ganar**

José Manuel Reyes
Líder Ejecutivo
Platinum

Personas que tuvieron otros negocios, pero no el éxito financiero que esperaban, y/o están preocupados que la edad sea un factor del éxito.

**Crea tu legado**

Judith Camacho
Líder Ejecutivo
Gold

Personas que se dedican al hogar, pero quieren también tener un negocio y buscan tener el apoyo y las herramientas para lograrlo y/o están interesados en ganar viajes.

**Flexibilidad para emprender**

Martha Gamba
Líder Ejecutivo
Gold

Personas que se preguntan cuáles son las ventajas de La Diferencia Rena Ware, si se tiene hacer alguna inversión y/o si hay capacitaciones y apoyo administrativo.

Líder**Posibles prospectos****Alcanza tus sueños**

Mauricio Reyes
Líder Ejecutivo
Gold

Personas que desean tener una oportunidad donde generar ingresos y/o les interesa tener capacitación y/o apoyo administrativo y de mercadeo.

**Sé reconocido**

Elida Vallejo
Líder Ejecutivo
Gold

Personas que quieren ser reconocidas y recompensadas por su trabajo.

**Toma acción**

Oscar Ortíz
Líder Ejecutivo
Gold

Personas que buscan tener su negocio independiente, tener flexibilidad para administrarlo desde cualquier lugar y/o poder estar con su familia.

Líder**Posibles prospectos****Construye tu futuro**

José Ulises Gómez
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que quieren tener su propio negocio y no tienen los recursos, económicos y de capacitación, para emprender.

**Ten tu propio negocio**

Edgar Africano
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que han tenido su propio negocio, pero buscan la flexibilidad de una mejor oportunidad y, al mismo tiempo, desean proveer y pasar tiempo de calidad con su familia.

**Cumple tus sueños**

Eliecer Sierra
Líder Ejecutivo
Silver

Personas que quieren transformar su vida, lograr sus sueños, viajar y generar ingresos para tener un estilo de vida diferente.

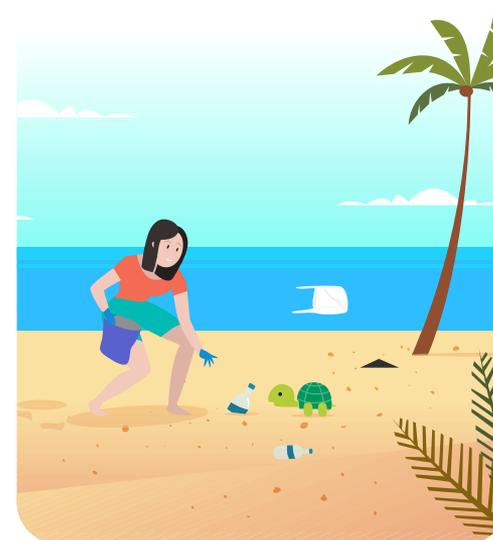
4 | TRES MANERAS MÁS *de* CULTIVAR EL CORAJE *de* SER VULNERABLE

1. CULTIVE UN SENTIDO DE VALOR PROPIO

Para cultivar un sentido de valor propio haga cosas en las que cree y que son importantes para usted porque se alinean con sus valores. Nuestro sentido de valor propio nos ayuda a perseverar. Nos da coraje y empatía.

Coraje significa intentar una y otra vez, a pesar de la incerteza de los resultados. Coraje no es valentía: publicar un video de usted saltando de un acantilado al agua no es coraje. Coraje es contactar a más prospectos, precisamente porque existe el riesgo del rechazo y sabiendo que es así como incrementan las posibilidades de reclutamiento.

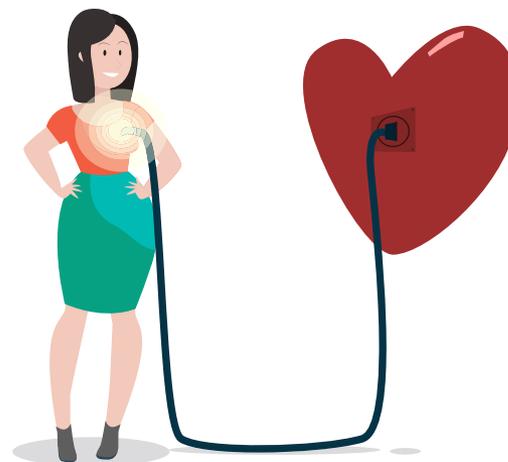
Empatía significa entender sus propios sentimientos y necesidades (auto-empatía) así como los sentimientos y necesidades de los demás.



2. VIVA DE TODO CORAZÓN

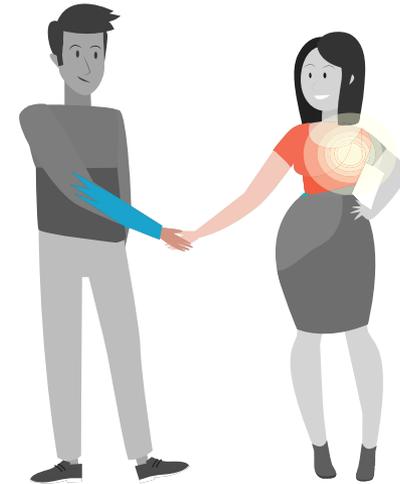
Muchas personas tratan de insensibilizar emociones que no quieren tener, como decepción, miedo, dolor y vergüenza. Sin embargo, no podemos insensibilizar las emociones selectivamente. Cuando insensibilizamos la decepción, el miedo y el dolor, también insensibilizamos la alegría, la gratitud y la felicidad.

Cuando insensibilizamos nuestras emociones, todo nuestro ser se insensibiliza. Y eso crea una desconexión e impide la empatía, que es necesaria para la conexión. No reprima sus emociones: sea consciente de ellas, comprenda las necesidades que se encuentran debajo de ellas y cuídelas.



3. SIENTA EMPATÍA

La empatía es una forma poderosa de conexión. Significa comprender lo que siente otra persona y lo que siente usted (auto-empatía). La empatía no requiere tener exactamente las mismas experiencias que la otra persona. Requiere conectarse con la emoción y, lo que es más importante, con la necesidad que la persona está experimentando, no con el evento o circunstancia. Lo que ayuda a la empatía es escuchar sin juzgar, escuchar los sentimientos y las necesidades.



5 | VIVIR DE TODO CORAZÓN

INDICADORES

En su libro *Los dones de la imperfección*, Brene Brown, PH.D., LMSW, define diez indicadores para vivir de todo corazón que muestran lo que las personas que viven de todo corazón se dedican a cultivar y lo que se esfuerzan en abandonar:

1 Cultivar la autenticidad: abandonar lo que piensan los demás.

2 Cultivar la auto-compasión: abandonar el perfeccionismo.

3 Cultivar un espíritu resiliente: abandonar la insensibilidad emotiva y la impotencia.

4 Cultivar la gratitud y alegría: abandonar la escasez y el miedo a la oscuridad.

5 Cultivar la intuición y confianza: abandonar la necesidad de certeza.

6 Cultivar la creatividad: abandonar la comparación.

7 Cultivar el juego y descanso: abandonar el agotamiento como símbolo de estatus y la productividad como sentido de valer.

8 Cultivar la calma y quietud: abandonar la ansiedad como estilo de vida.

9 Cultivar el trabajo significativo: abandonar las dudas sobre uno mismo y el “tener que”.

10 Cultivar el reír, bailar y cantar: abandonar el “ser genial” y el “siempre bajo control”.

Actividad

Después de leer los diez indicadores para vivir de todo corazón, conteste estas 10 preguntas y/o pruebe las actividades.

- 1 Piense en algo que alguien le dijo y que hizo que se sintiera incómodo. Ahora, imagine poner esas frases en un globito y soltar el globito, o imagine ponerlas en un tren y mirar el tren saliendo. Encuentre una imagen mental que le ayude a soltar esas cosas.
- 2 Escriba tres cosas que hace bien, a lo mejor no perfectamente, pero bien para lo que usted necesita.
- 3 Haga un esfuerzo divertido pero sincero para cambiar algo que siempre pensó no poder cambiar. Anote los resultados.
- 4 ¿Por qué o quién se siente agradecido?
- 5 Además de su negocio Rena Ware, ¿qué otras cosas está haciendo donde no hay resultados garantizados?

- 6 ¿Qué cosas hace que sean creativas? ¿Cómo alimenta su espíritu creativo? ¿Cómo puede incluir más creatividad en su vida cada día?
- 7 ¿Cómo carga sus baterías? ¿Cuanto a menudo toma vacaciones? Intente tener un poco de tiempo cada día que puede dedicar a sí mismo para hacer cosas que disfrute.
- 8 ¿De momento hay situaciones en su vida en las que se siente ansioso? ¿Cuáles son? ¿Qué tienen en común? ¿Cuál es su mayor necesidad en esas situaciones? (Ayúdese con el Apéndice 5). ¿Cómo puede satisfacer esa necesidad? (Para más información sobre necesidades, vea la sección *Manejar objeciones* en este seminario).
- 9 Escriba tres cosas que “se supone que tiene que hacer.” ¿Qué pasaría si no las hiciera? ¿Cómo podría encontrar verdadera motivación para hacer cada una de estas cosas? ¿Cuál de sus necesidades quedaría satisfecha al hacer cada cosa?
- 10 Cuándo fue la última vez que bailó como si nadie pudiera verlo o cantó como si nadie pudiera oírlo? Si lo hizo alguna vez, ¿cómo se sintió? Si no lo hizo, ¿por qué no probar?

6 | INVENTARIO *de* NECESIDADES y SENTIMIENTOS

NECESIDADES

La siguiente lista de necesidades no es exhaustiva ni definitiva. Busca ser el punto de partida para apoyar a cualquiera que desee comprometerse con un proceso de autodescubrimiento profundo y para facilitar una mayor comprensión y conexión con las personas.

AUTONOMÍA

- elección
- espacio
- espontaneidad
- independencia
- libertad
- respeto

BIENESTAR FÍSICO

- abrigo
- agua
- aire
- alimento
- comodidad
- descanso/
- sueño
- espacio
- expresión sexual
- intimidad
- movimiento/
- ejercicio
- protección/
- refugio
- seguridad
- silencio

CERCANÍA

- afecto
- amor
- apoyo
- calidez
- cercanía
- compañía
- comunidad
- contacto físico
- cuidado
- delicadeza
- interdependencia
- intimidad
- proximidad
- reconocimiento

INTEGRIDAD

- autenticidad
- honestidad
- identidad
- presencia
- sinceridad
- solidaridad
- transparencia

PAZ

- armonía
- belleza
- comunión
- equilibrio
- espiritualidad
- igualdad
- inspiración

- orden
- placer
- soledad
- tranquilidad

SENTIDO

- aprendizaje
- auto-expresión
- capacidad
- claridad
- clausura
- conmemoración
- comprensión
- consciencia
- contribución
- creatividad
- crecimiento
- descubrimiento
- duelo
- efectividad
- eficacia
- esperanza
- estímulo
- exploración
- importar
- participación
- realización
- reto
- objetivo
- variedad

SENTIMIENTOS

A continuación encontrará palabras que usamos cuando queremos expresar una combinación de estados emocionales y sensaciones físicas. Esta lista no es exhaustiva ni definitiva. Busca ser el punto de partida para apoyar a cualquiera que desee comprometerse con un proceso de autodescubrimiento profundo y para facilitar una mayor comprensión y conexión con las personas.

Esta lista está formada por dos partes: sentimientos que podríamos tener cuando nuestras necesidades están satisfechas y sentimientos que podríamos tener cuando no lo están.

CUANDO NUESTRAS NECESIDADES ESTÁN SATISFECHAS

AFECTO

- afectuoso/a
- amoroso/a
- cariñoso/a
- compasivo/a
- comprensivo/a
- simpático/a
- tierno/a

CONFIANZA

- capaz
- confiado/a
- fuerte
- ilusionado/a
- orgulloso/a
- receptivo/a
- seguro/a

DESCANSO

- descansado/a
- refrescado/a
- renovado/a
- reposado/a
- restaurado/a

ENTUSIASMO

- animado/a
- apasionado/a
- entusiasmado/a
- estimulado/a
- excitado/a
- fascinado/a
- ilusionado/a

ESPERANZA

- alentado/a
- satisfecho/a
- expectante
- optimista

EUFORIA

- eufórico/a
- exultante
- efusivo/a

FELICIDAD

- alegre
- complacido/a
- feliz
- gozoso/a

GRATITUD

- agradecido/a
- conmovido/a
- emocionado/a
- generoso/a

INSPIRACIÓN

- impresionado/a
- inspirado/a
- maravillado/a
- parado/a

INTERÉS

- abierto/a
- atento/a
- atraído/a
- comprometido/a
- curioso/a
- decidido/a
- dispuesto/a
- inspirado/a
- interesado/a
- intrigado/a
- involucrado/a
- motivado/a

PAZ

- aliviado/a
- sosegado/a
- calmado/a
- centrado/a
- ercano/a
- cómodo/a
- contento/a
- desahogado/a
- despreocupado/a
- lúcido/a
- plácido/a
- realizado/a
- relajado/a
- satisfecho/a
- sereno/a
- tranquilo/a.

CUANDO NUESTRAS NECESIDADES NO ESTÁN SATISFECHAS

ANHELO

- añorado/a
- celoso/a
- deseoso/a
- envidioso/a
- melancólico/a
- nostálgico/a
- solo/a

ENFADO

- disgustado/a
- enfadado/a
- furioso/a
- indignado/a
- molesto/a
- resentido/a

AVERSIÓN

- asco
- desdeñoso/a
- horrorizado/a
- desprecio
- odio
- repugnado/a

CANSANCIO

- abatido/a
- agotado/a
- cansado/a
- débil
- dolorido/a
- fatigado/a
- aflijido/a
- angustiado/a
- desconsolado/a
- deshecho/a

CONFUSIÓN

- bloqueado/a
- confuso/a
- desorientado/a
- dividido/a
- dudoso/a
- escéptico/a
- indeciso/a
- pensativo/a
- perdido/a
- perplejo/a
- vacilante

DESCONEXIÓN

- aburrido/a
- afectado/a
- aislado/a
- apático/a
- desconectado/a
- desidioso/a
- distante
- frío/a
- indiferente
- reprochado/a

IRRITACIÓN

- consternado/a
- frustrado/a
- impaciente
- irritado/a
- malhumorado/a
- molesto/a

VULNERABILIDAD

- frágil
- impotente
- insegura
- sensible
- tímido/a
- vulnerable

INQUIETUD

- agitado/a
- agobiado/a
- alarmado/a
- arrepentido/a
- avergonzado/a
- desconcertado/a
- escandalizado/a
- incómodo/a
- inquieto/a
- intranquilo/a
- preocupado/a
- sobresaltado/a
- sorprendido/a

MIEDO

- acongojado/a
- asustado/a
- atemorizado/a
- desconfiado/a
- preocupado/a

TENSIÓN

- ansioso/a
- conmocionado/a
- desbordado/a
- estresado/a
- irritable
- nervioso/a
- sobrecargado/a
- sobrepasado/a
- tenso/a

TRISTEZA

- decepcionado/a
- deprimido/a
- desanimado/a
- desgraciado/a
- desilusionado/a
- infeliz
- triste

7 | JUEGOS *de* ROL DE RECLUTAMIENTO

JUEGO DE ROL **RWU**

RECLUTAMIENTO 1

Propósito:
Simular el proceso de reclutamiento y practicar los pasos de este seminario.

Interacción:
Parejas o grupos de tres personas.

Duración:
Total aproximadamente 45 minutos para desarrollar 1 escenario (incluyendo 10 minutos de preparación, 20+ minutos para cada escenario, 10 minutos para retroalimentación).

Materiales:

- 1 copia impresa del formulario de retroalimentación para cada participante.
- 1 copia impresa de la tabla para cada pareja/grupo.

Papeles:
La persona A es el prospecto.
La persona B es sí mismo/a (el representante independiente).

Grupos de 3 personas:
Las personas A y B como arriba + la persona C observa la simulación y toma nota.

Preparación (aprox. 10 min)

1. A, con los ojos cerrados, toca la tabla abajo con el dedo y dice a B solo la parte en negrita.
P.ej. Soy Andrés. Tengo 26 años y quiero de tener mi licenciamiento.
2. A y B toman notas sobre sus papeles, incluyendo cosas en que enfocarse, posibles necesidades, posibles objeciones, etc. Por ejemplo, unas posibles necesidades de Andrés y Elena podrían ser "conocimiento" y "aprendizaje".
A: no diga su necesidad de manera explícita. Úsela para hacer objeciones o preguntas durante la simulación (tal como lo haría un prospecto en la vida real).
P.ej. Andrés/Elena: Rosa tiene puntos interesantes pero ¿qué oportunidades de desarrollo ofrece para los jóvenes?
B: Use la información que le dio A y piense en necesidades y objeciones que puedan surgir en la conversación.
C: Pregunte a A y B si tienen algún aspecto específico en el que quieren ser observados (p.ej. un paso del proceso). Tome notas.

Ejecución (aprox. 20 min cada simulación)

3. A y B hacen la primera simulación siguiendo el proceso de reclutamiento explicado en este seminario. Si aplica, C toma notas para la retroalimentación utilizando el formulario a continuación.

RW204 1204.02.0723 | Crea: María U.S.A. | CDS: BE.6.17.1 | © 2022 RWU

JUEGO DE ROL **RWU**

RECLUTAMIENTO 2

Propósito:
Simular el proceso de reclutamiento y practicar los pasos del seminario correspondiente.

Interacción:
Parejas o grupos de tres personas.

Duración:
Total aproximadamente 45 minutos para desarrollar 1 escenario (incluyendo 10 minutos de preparación, 20+ minutos para cada escenario, 10 minutos para retroalimentación).

Materiales:

- El Círculo de Influencia (RW120) de cada participante (llenado)
- 1 copia impresa del formulario de retroalimentación para cada participante.

Papeles:
La persona A es sí mismo/a (el representante independiente).
La persona B es un prospecto del Círculo de Influencia de A.

Grupos de 3 personas:
Las personas A y B como arriba + la persona C observa la simulación y toma nota.

Preparación (aprox. 10 min)

1. Todos: saquen su Círculo de Influencia y elijan un prospecto A y un prospecto C cada uno.
2. Para cada prospecto elegido, escriban notas, por ejemplo: trabajo actual, instrucción, posible necesidad, posibles objeciones a unirse a su equipo.
3. De su notas a su pareja: le ayudarán con su rol en la simulación.
4. Lean las notas que acaban de recibir y hagan y contesten preguntas, si necesario.

RW204 1204.02.0723 | Crea: María U.S.A. | CDS: BE.6.17.1 | © 2022 RWU

JUEGO DE ROL **RWU**

FORMULARIO DE RETROALIMENTACIÓN PARA JUEGOS DE ROL

Los juegos de rol pueden ser muy eficaces si se realizan de la manera correcta. Una vez que se han realizado los juegos de rol, pueden utilizar el formulario de retroalimentación. Si están en parejas, simplemente contesten las tres preguntas del formulario. Si están en grupos de tres personas, la persona C completará el formulario para las personas A y B.

Preguntas para retroalimentación	NOTAS		
	A	B	C
 Para: ¿Qué es lo que no funciona?	(nombre: _____)	(nombre: _____)	(nombre: _____)
 Sign: ¿Qué es lo que funciona?			
 Empieza: ¿Qué podría funcionar?			

RW204 1204.02.0723 | Crea: María U.S.A. | CDS: BE.6.17.1 | © 2022 RWU



Estas son imágenes de referencia. Use los materiales disponibles en [RenaDrive](#) > [Universidad Rena Ware Materiales Suplementarios](#) > [Compartir la Causa y la Diferencia](#) > [Juegos de rol](#).

UNIVERSIDAD
RENA WARE

COMENTARIOS

¿Qué tan útil fue este seminario?
¿Cómo podemos mejorarlo?

Envíe sus comentarios a:

 rwu@renaware.com

Escriba el nombre del seminario
en el asunto del correo.

RENA WARE

RW204 1204.02.0723 | Casa Matriz U.S.A. (425) 881.6171 | © 2023 R.W.I.



[renaware.com](https://www.renaware.com)