

PROSPECTAR PARA PROSPERAR

PRÁCTICA • EVALUACIÓN

01/2022

2 APRENDA EL PROCESO | MÓDULO DE DESARROLLO

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



ENSEÑAR *el seminario* PROSPECTAR PARA PROSPERAR

Al entrenar con este seminario considere los siguientes puntos:

- El tiempo requerido para enseñar el seminario variará basado en factores como el tamaño del grupo, su preparación y experiencia en entrenamiento, la preparación del grupo, la cantidad de práctica que quiere incluir, etc.
- Su responsabilidad como desarrollador o líder va más allá de una simple “transferencia de información” a otros Representantes Independientes. Usted es responsable de ayudarles a crecer. Esto supone crear una serie de oportunidades para practicar y apoyarlos mientras realizan la práctica. Basado en nuestra experiencia, el apoyo de los desarrolladores y líderes es fundamental para que los representantes permanezcan y prosperen en Rena Ware.



Si está en la versión digital de este seminario, use un lápiz o un lapicero y una página de papel para escribir sus respuestas. Si es posible, imprima las páginas que tienen ejercicios ilustrados.

ÍCONOS CON ENLACES INTERNOS



Respuestas.



Ejercicios.

RETROALIMENTACIÓN RÁPIDA



Pare

¿Qué está haciendo que no sea efectivo o incluso contraproducente y tendría que parar?



Siga

¿Qué está haciendo que es efectivo y debería hacer más?



Empiece

¿Qué no está haciendo que podría ser efectivo y debería empezar a hacer?

ÍNDICE

4
22

PRÁCTICA

Ejercicios

Respuestas

26
38

EVALUACIÓN

Ejercicios

Respuestas

PREGUNTAS

1 | Imagine que las siguientes personas son parte de su vida. Identifíquelas como mercado frío (F) o caliente (C).

- 1 Su tía. _____
- 2 Su mejor amigo. _____
- 3 La persona que está sentada a su lado en el autobús. _____
- 4 Otro miembro de su iglesia. _____
- 5 La persona cerca de usted en la fila del supermercado. _____
- 6 Su vecino. _____
- 7 Su peluquero/a. _____
- 8 Otro cliente que está en la tienda al mismo tiempo que usted. _____
- 9 El peluquero de su tía, que usted no conoce. _____
- 10 La sobrina de un compañero del fútbol. _____

2 | Conviértase en un experto de Rena Ware apasionado: haga una lista de las cosas que más quiere aprender. Use este seminario como punto de partida y agregue sus propias ideas.

- _____
- _____



3 | Conviértase en un experto en prospectos: haga una lista de las cosas que puede hacer para acercarse a sus prospectos de manera que muestre que usted sabe que ellos están cansados, mejor informados, y muy ocupados.

Prospectos cansados

Acciones que voy a tomar para personalizar mi trato y destacar mi mensaje:

Prospectos mejor informados e instruidos

Acciones que voy a tomar para actualizar mis conocimientos:

Prospectos ocupados

Cómo voy a comunicar con mis prospectos:

Acciones que voy a tomar para construir relaciones duraderas:



4 | Según este seminario, ¿cuáles son las tres cosas que usted puede ofrecer a sus prospectos a la hora de asesorarles?

1

2

3

5 | Complete el texto con una palabra en cada espacio.

Las personas que conocen a muchas personas de contextos diferentes se llaman **1** _____ . Su **2** _____ social es cuatro o cinco veces mayor que el de los demás. Estas personas son importantes porque unen a contextos diferentes y pueden darle **3** _____ a ellos.



6 | De las personas siguientes, ¿quiénes podrían ser conocidos poderosos o conectores?

- A Su mejor amigo a quien usted conoce desde la escuela primaria y vive en la misma ciudad que usted, va a la misma iglesia y al mismo gimnasio.
- B Su peluquero que tiene muchos clientes, habla con ellos sobre cómo se encuentran, toma cursillos sobre cabello y maquillaje y va a ferias del sector.
- C La sobrina de un compañero de fútbol: recién graduada, acaba de empezar a trabajar y tiene amigos y conocidos en la universidad y también en el mundo del trabajo.
- D Otro miembro de su iglesia quien está en su grupo de estudio de la biblia y juega al tenis con usted.



7 | ¿A cuál estrategia para prospectar pertenece cada actividad? Escriba C (cazar), P (pescar), A (cultivar).

- 1 Contactar a los prospectos de su Círculo de Influencia (RW120) por teléfono, mensaje, correo electrónico, redes sociales.
- 2 Publicar contenido en su sitio web Rena Ware.
- 3 Dejar folletos o tarjetas en su gimnasio o iglesia.
- 4 Ir a zonas llenas de gente en presencia o virtualmente (como centros comerciales y, mercados, o redes sociales y foros) y hablar con la gente.
- 5 Organizar una cena para sus amigos y amigos de amigos.
- 6 Acercarse a un prospecto que le ha hecho preguntas durante su presentación sobre cómo empezar un negocio.



8 | Decida si las oraciones siguientes son verdaderas (V) o falsas (F). Corrija las falsas.

- 1 Espere a terminar todo su mercado caliente antes de acercarse a su mercado frío. **V | F**
- 2 Busque prospectos donde quiera que vaya. **V | F**
- 3 Traiga su Botella Filtrante Rena Ware solo cuando va al gimnasio. **V | F**
- 4 Intente prever quienes pueden ser buenos representantes Rena Ware. **V | F**
- 5 Alimente la relación con sus reclutas y clientes existentes. **V | F**

9 | Acérquese al mercado. Una el comienzo de cada oración con el final correcto.

- 1 Si su prospecto dice que tiene tiempo ahora... **A** pida referencias.
- 2 Si su prospecto está interesado en una presentación pero no ahora... **B** haga una presentación.
- 3 Si su prospecto no está interesado... **C** concrete una cita.



10 | Conteste estas dos preguntas.

1 La clave para obtener una cita es:

- a. Compartir la Causa
- b. Compartir los productos
- c. Compartir los beneficios de asistir a una presentación

2 Se puede pedir referencias:

- a. Después de las presentaciones
- b. Durante llamadas de soporte a los clientes
- c. Ambas



11 | Complete la conversación de seguimiento. Utilice los puntos en la sección correspondiente del seminario.

Hola, soy _____, Representante Independiente Rena Ware. Llamo a propósito de _____ que usted compró _____.

12 | Escriba mensajes de agradecimiento.

A Ponga las oraciones de cada mensaje (1-4) en el orden correcto.

1.

¡Quedo a la espera de compartir todo eso con Usted!

Hablaremos de la oportunidad de negocio Rena Ware, de la Causa y de los fantásticos productos.

Gracias para concretar su cita el lunes... de Octubre...



2. Me dará la oportunidad de compartir cosas que me apasionan mucho, incluso...
 ¡Estoy seguro de que va a disfrutarlo!
3. Estoy disponible para contestar preguntas sobre su uso y mantenimiento.
 Gracias por comprar...
 Si quiere concretar una cita, por favor contácteme...
4. Fue un placer poder compartir con usted lo que me apasiona.
 Gracias por escuchar mi presentación.

A Una cada mensaje del ejercicio A (1-4) con una de las siguientes situaciones (A-D).

1. Su prospecto ha comprado productos.
2. Su prospecto ha concretado una cita con usted.
3. Acaba de hacer una presentación a su prospecto.
4. Su prospecto le ha dado referencias.



13 | Experto en conversación. Elija una persona A y una persona C de su Círculo de Influencia (RW120). Escriba ejemplos de lo que puede decir a cada persona para personalizar su comunicación.

HAGA	Persona A: <input type="text" value="(nombre)"/>	Persona C: <input type="text" value="(nombre)"/>
Comparta alguna información sobre usted		
Haga una pregunta abierta		
Haga una pregunta cerrada		
Escriba una cosa que ustedes tienen en común		



14 | Para cada objeción (A-C) complete los pasos del 1 a 3 y los dos pasos extras (donde aplica).

A *No tengo tiempo.*

1. Convierta la objeción en una pregunta en su mente:

2. Reconozca y confirme:

3. Haga una propuesta:



B *No necesito nada.*

1. Convierta la objeción en una pregunta en su mente:

2. Reconozca y confirme:

3. Haga una propuesta:

Pasos extra

4. Empatice primero:

5. Pida clarificación:

C **Quiero pensarlo.**

1. Convierta la objeción en una pregunta en su mente:

2. Reconozca y confirme:

3. Haga una propuesta:

Pasos extra

4. Empatice primero:

5. Pida clarificación:

15 | Lea el lenguaje corporal de sus prospectos. Acaba de entrar en un salón lleno de gente que no conoce a un evento. ¿A qué grupo (A-E) puede acercarse para hablar?¹



1. Adaptado de Misner, Alexander, and Hilliard (2009), *Networking like a Pro: Turning Connections into Contacts*.



16 | Lenguaje corporal. Haga los ejercicios A y B a continuación.**A Escriba las palabras que faltan.**

- a. Mantenga los **1** _____ sin cruzar, gire la cara hacia su prospecto.
- b. Haga contacto **2** _____.
- c. Hable a una velocidad cómoda: bastante **3** _____ para mantener el interés, pero bastante **4** _____ para claridad.



B Una cada respuesta en el ejercicio A (A-C) con el comportamiento de un prospecto a continuación (1-3).

	Prospecto	Usted
	1. Trata de hacer contacto visual.	<input type="radio"/>
	2. Frunce el ceño, hace muecas.	<input type="radio"/>
	3. Se mantiene a la distancia, tiene piernas y brazos cruzados.	<input type="radio"/>

17 | Lea la sección de habilidades y conteste las siguientes preguntas (1-6).

1 ¿Cuál es su mayor fortaleza?

2 ¿Cuál es su mayor debilidad?

3 ¿Qué puede hacer para mejorar?

4 En la práctica, ¿qué quiere decir consistencia/persistencia para usted? Escriba hasta 3 acciones que puede tomar para ser persistente:

5 En la práctica, ¿qué quiere decir resiliencia para usted? Escriba hasta 3 acciones que puede tomar para ser resiliente:

6 Haga su plan para prospectar:



RESPUESTAS DE LA PRÁCTICA

- 1|** 1. C | 2. C | 3. F | 4. C | 5. F | 6. C | 7. C | 8. F | 9. C (referencia) | 10. C (referencia)
- 2|** Sus propias respuestas. Manténgalas breves y específicas, por ejemplo: (Quiero aprender más sobre) los filtros de agua. Etc.
- 3|** Sus propias respuestas. Manténgalas breves y específicas, por ejemplo: (Acciones que voy a tomar para personalizar mi trato y destacar mi mensaje) Leer los perfiles de mis prospectos en redes sociales, llamar a mis prospectos y tener conversaciones para conocerlos mejor, etc.
- 4|** 1. La Diferencia Rena Ware y/o los productos.
2. Servicio/atención: apoyo administrativo/logístico y de ventas, su asistencia como líder de equipo.
3. Valor añadido: transformar la vida de las personas; ayudar al medio ambiente.
- 5|** 1. conectores | 2. círculo/red | 3. acceso
- 6|** Es más probable que B y C estén fuera de su círculo social directo, lo cual le ayudaría a expandirlo.
- 7|** 1. C | 2. P | 3. P | 4. C | 5. C | 6. A
- 8|** 1. F. No espere. Acérquese a ambos mercados al mismo tiempo y con regularidad.
2. V.
3. F. Traiga su Botella Filtrante Rena Ware donde quiera que vaya. En la mayoría de los lugares atraerá atención y preguntas, lo cual le dará la oportunidad de compartir la Causa y la Diferencia y/o obtener citas y referencias.
4. F. Nunca determine de antemano quienes serán buenos representantes Rena Ware.
5. V.



9| 1 b | 2 c | 3 a

- 10|** 1. dar presentaciones.
2. a sus clientes.
3. llamadas de seguimiento.

11| Las respuestas pueden variar. Este es un ejemplo.
RI= Representante Independiente
C= Cliente

RI: <i>Hola, soy Antonia López, RI de Rena Ware. Llamo a propósito del juego Chef I que usted compró la semana pasada. ¿Lo ha probado ya?</i>		
C: <i>Sí.</i>		C: <i>Todavía no.</i>
RI: <i>¿No es fantástico?</i> C: <i>Sí...</i>	RI: <i>¿Qué cocinó?</i> C: <i>[nombre de la comida]</i> RI: <i>Suena muy rico.</i>	RI: <i>Estoy seguro/a de que va a disfrutarlo.</i>
RI: <i>Y ¿tiene algunas preguntas sobre los utensilios?</i>		
C: <i>Sí.</i>		C: <i>No.</i>
RI: <i>[conteste las preguntas]</i>		RI: <i>Bueno. Si tiene preguntas sobre los utensilios puede contactarme, tiene mis contactos.</i>



- 12| A.** 1. Gracias por concretar su cita el lunes... de Octubre...
Hablaemos de la oportunidad de negocio Rena Ware, de la Causa y de los fantásticos productos.
¡Quedo a la espera de compartir todo eso con usted!
2. Gracias por referir a estas personas.
Me dará la oportunidad de compartir cosas que me apasionan mucho, incluso...
3. Gracias por comprar...
¡Estoy seguro de que va a disfrutarlo!
Estoy disponible para contestar preguntas sobre su uso y mantenimiento.
Si quiere concretar una cita, por favor contácteme...
4. Gracias por escuchar mi presentación.
Fue un placer poder compartir con usted lo que me apasiona.

B. A 3 | B 1 | C 4 | D 2



13| Sus propias respuestas.

14| Las respuestas pueden variar. Estos son algunos ejemplos:

- A.** 1. ¿Puede darme una razón para invertir tiempo en esto?
2. Está bien. ¿Quiere decir que no tiene tiempo ahora?
3. Programemos una cita.
- B.** 1. ¿Qué me ofrece que pueda necesitar?
2. Entiendo. ¿Está diciendo que no consideraría nuestros increíbles utensilios y filtros de agua o nuestra oportunidad de negocio?
3. ¿Le puedo dar solo la información principal?
4. Entiendo. ¿Está preocupado porque quiere ver cómo estos productos pueden satisfacer sus necesidades?
5. Entiendo que tiene razones por decir eso. ¿Podría compartir una?

- C.** 1. ¿Puede ayudarme a ver cómo esto es bueno para mí?
2. Entiendo. Está diciendo que querría más tiempo, más información por mi parte o quizás quiere hablarlo con otra persona?
3. Puedo hacer una presentación para usted y alguien más.
O Lo puedo ingresar a un sorteo para ganar productos.
4. Entiendo. ¿Está preocupado porque quiere estar seguro de que esto es algo que necesita?
5. Entiendo que tiene razones por decir eso. ¿Podría compartir una?

- 15|** B es el mejor grupo. Su lenguaje corporal sugiere que están abiertos a que otra persona se una.
A aparecen involucrados en una conversación muy cerrada.

En C la persona abajo a la izquierda puede estar abierta pero las otras dos parecen muy cerradas.

La persona E parece que está caminando hacia la persona D, pero no está claro si están abiertos, puede que estén a punto de empezar una conversación.

- 16| A.** 1. brazos y piernas
2. visual
3. rápida
4. lenta

B. 1. B | 2. C | 3. A

- 17|** Sus propias respuestas.

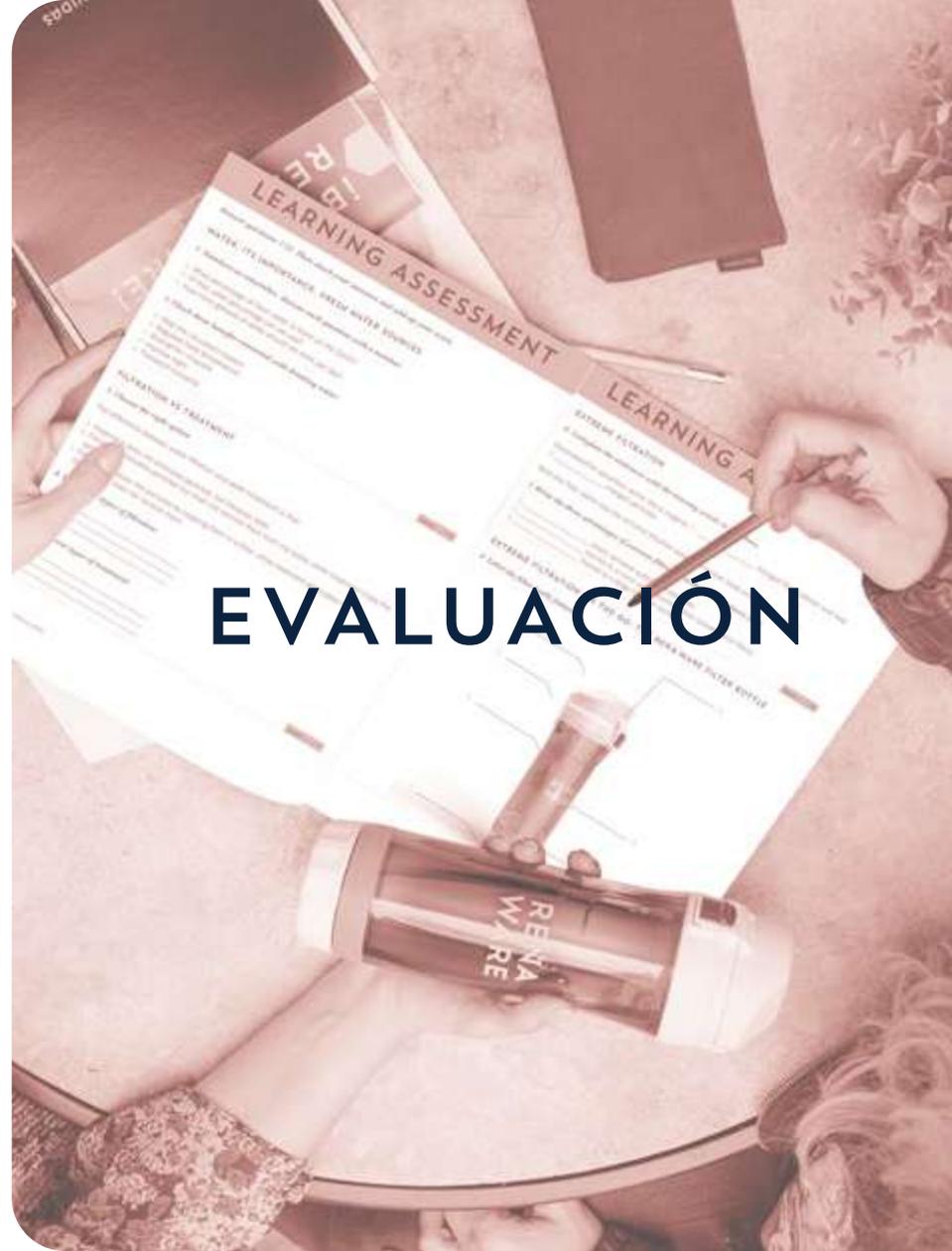


27 PREGUNTAS

38 RESPUESTAS



Si está en la versión digital de este seminario, use un lápiz o un bolígrafo y una hoja de papel para escribir sus respuestas.



PREGUNTAS

El propósito de esta evaluación es revisar información clave del *Seminario Prospectar para prosperar (RW203)*. Sin embargo, la evaluación real será como usted pone en práctica el aprendizaje de este seminario.

Conteste las preguntas 1-20 a continuación. Luego averigüe sus respuestas, sume su puntaje y lea las recomendaciones.

1 | Su mercado caliente es...

- A Su círculo de influencia directo.
- B Las referencias.
- C Los conocidos.
- D Todo lo anterior.

2 | Los conocidos...

- A** Ocupan los mismos mundos que usted.
- B** Ocupan mundos diferentes al suyo.
- C** No pueden ser una fuente de prospectos.
- D** Ninguna de las anteriores.

3 | Los referidos...

- A** Son su círculo de influencia extendido.
- B** Tienen conocidos en común con usted.
- C** Hablarán con usted muy fácilmente.
- D** Todo lo anterior.

4 | Para convertirse en experto de Rena Ware...

- A** Hágase experto en el negocio Rena Ware, los productos y procesos.
- B** Enfóquese en aprender la Causa.
- C** Enfóquese en aprender la Diferencia.
- D** Ninguna de las anteriores.

5 | Para convertirse en un experto en prospectos...

- A** Personalice su comunicación y destaque su mensaje.
- B** Siga actualizando sus conocimientos.
- C** Enfóquese en los beneficios para prospectos y aspire a crear relaciones duraderas.
- D** Todo lo anterior.

6 | Los conectores son...

- A** Personas que ocupan los mismos contextos, ambientes y subculturas que usted.
- B** Personas que pueden impedir la expansión de su círculo de influencia.
- C** Personas cuyo círculo de influencia es 4 o 5 veces más grande que el de los demás.
- D** Personas sin poder social.

7 | ¿Qué oración NO es una estrategia para prospectar según este seminario?

- A** Combinar la difusión de información sobre su negocio con la focalización en prospectos interesados.
- B** Llamar o mandar mensajes a sus prospectos sin parar.
- C** Identificar a sus prospectos, apuntar y acercarse.
- D** Hacerse conocido y visible.

8 | Use una mezcla de estrategias para prospectar.

Verdadero Falso

9 | La charla poderosa (los 5 puntos) se puede usar solo para el mercado caliente.

Verdadero Falso

10 | Al programar una cita ofrezca opciones de días y horas específicas.

Verdadero Falso

11 | Al pedir referencias no mencione los beneficios de escuchar una presentación.

Verdadero Falso

12 | Pida referencias después de hacer una presentación y durante llamadas de seguimiento.

Verdadero Falso

13 | ¿Cuál oración NO es una manera para darle seguimiento a un prospecto o cliente?

- A** Llamarlo y elogiar su compra.
- B** Ofrecer mostrarle cómo usar los productos.
- C** Ignorar las preguntas que usted no sabe cómo contestar.
- D** Hacerle saber de nuevos productos.
- E** Pregúntarle cómo está.
- F** Enviarle mensajes de agradecimiento.

14 | ¿Cuál oración NO es una manera efectiva para comunicarse con sus prospectos o clientes?

- A Escuche para entender quiénes son sus prospectos y qué necesidades tienen.
- B Comparta bastante información sobre sí mismo para que sus prospectos se sientan cómodos hablando con usted.
- C Haga conversaciones con sus prospectos e intente conectarse con ellos.
- D Hable de algo que es importante solamente para usted.
- E Haga preguntas para obtener información sobre sus prospectos.
- F Hable de algo en que usted y sus prospectos estén interesados.

15 | ¿Cuál oración NO es uno de los pasos para manejar objeciones?

- A Convierta la objeción en una pregunta en su mente.
- B Confirme la objeción.
- C Dele seguimiento a su prospecto.
- D Ofrezca opciones.
- E Empatice.
- F Pida clarificación.

16 | Si su prospecto intenta hacer contacto visual, usted:

- A** Hable a una velocidad bastante rápida para mantener el interés y bastante lenta para claridad.
- B** Mire a los ojos de su prospecto.
- C** Mantenga una postura abierta y relajada.

17 | Si su prospecto frunce el ceño, usted:

- A** Hable a una velocidad bastante rápida para mantener el interés y bastante lenta para claridad.
- B** Sonría con la boca y los ojos.
- C** Póngase donde pueden verlo a usted y su rostro.

18 | La habilidad de recuperarse rápidamente de las dificultades es...

- A** Organización.
- B** Resiliencia.
- C** Persistencia.

19 | Proporcionar estructura y disciplina es...

- A** Resiliencia.
- B** Persistencia.
- C** Organización.

20 | La determinación para hacer algo aunque sea difícil u otras personas se opongan es...

- A** Organización.
- B** Persistencia.
- C** Resiliencia.

Puntaje total: /20

RESPUESTAS

- 1| D.
- 2| B.
- 3| D.
- 4| A.
- 5| D.
- 6| C.
- 7| B.
- 8| V.
- 9| F. Si no tiene la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) puede usar los 5 puntos para acordarse qué decir.
- 10| V.
- 11| F. Destaque los beneficios de escuchar una presentación.
- 12| V.
- 13| C.
- 14| D.
- 15| C.
- 16| B.
- 17| A.
- 18| B.
- 19| C.
- 20| B.

REGRESAR



¿CÓMO LO HIZO?

Su puntaje total	Recomendaciones
0 - 10	<p>Gran parte de este seminario todavía es un poco difícil para usted. Revise las páginas de contenido y realice la práctica de nuevo. Dedíquele tiempo. Puede pedir ayuda o clarificaciones a su líder. Al final haga la autoevaluación de nuevo.</p>
11 - 15	<p>¡Buen trabajo! Usted ha aprendido la mayoría de este seminario. De las respuestas que tuvo incorrectas: ¿comprende por qué son incorrectas? Regrese a las páginas de contenido y revise esas partes.</p>
16 - 20	<p>¡Excelente! Usted comprendió todo o casi todo este seminario. De las respuestas que tuvo incorrectas: ¿comprende por qué son incorrectas? Regrese a las páginas de contenido y revise las respuestas.</p>

UNIVERSIDAD
RENA WARE

¿Qué tan útil fue esta práctica?
¿Qué haría diferente?
¿Cómo podemos mejorar?

Envíe sus comentarios a:

 rwu@renaware.com

Escriba el nombre del seminario
en el asunto del correo

RENA WARE

RW203 1203.02.0122 | Casa Matriz U.S.A. (425) 881.6171 | © 2022 R.W.I.



renaware.com