UNIVERSIDAD
RENA WARE

SEMINARIO

LA PRESENTACIÓN PERFECTA

RWU

La guía completa para presentar la Causa, la Diferencia y los productos

Presentación en PowerPoint disponible en RenaDrive

PARA ESTA SESIÓN NECESITA

EL SEMINARIO
(versión impresa o digital)

LA PRÁCTICA
(versión impresa o digital)

SU CÍRCULO DE INFLUENCIA
(RW120) llenado

SU KIT INICIAL
(versión impresa o digital)

ENFOQUE DEL SEMINARIO

RWU

PARTE	ACCIÓN
ACÉRQUESE Tablas 2 3	• Preséntese a sí mismo y a Rena Ware • Decida: empezar la presentación/concretar una cita/pedir referencias
PRESENTAR Tabla 4	1. Prepare el camino 2. Comparta la Causa e invite su prospecto a unirse a su equipo
Tabla 5	3. Comparta la Diferencia Rena Ware (reclute) 4. Inscriba a su prospecto
Tabla 6	5. Comparta los productos (venda) 6. Cierre la venta
Tabla 7	7. Pida referencias
	8. Comparta la Diferencia otra vez (si no tuvo éxito al principio)
DÉ SEGUIMIENTO Tabla 8	• Sea un buen líder de equipo • La venta después de la venta

DAR UNA PRESENTACIÓN:

- Inmediatamente después de acercarse a su prospecto
- Durante una cita

CONTENIDO DEL SEMINARIO

1 Comunicar de manera efectiva: conocimientos y habilidades

2 El proceso de la presentación en 8 pasos

3 Manejar objeciones

Esta sesión

4 Práctica

5 Autoevaluación

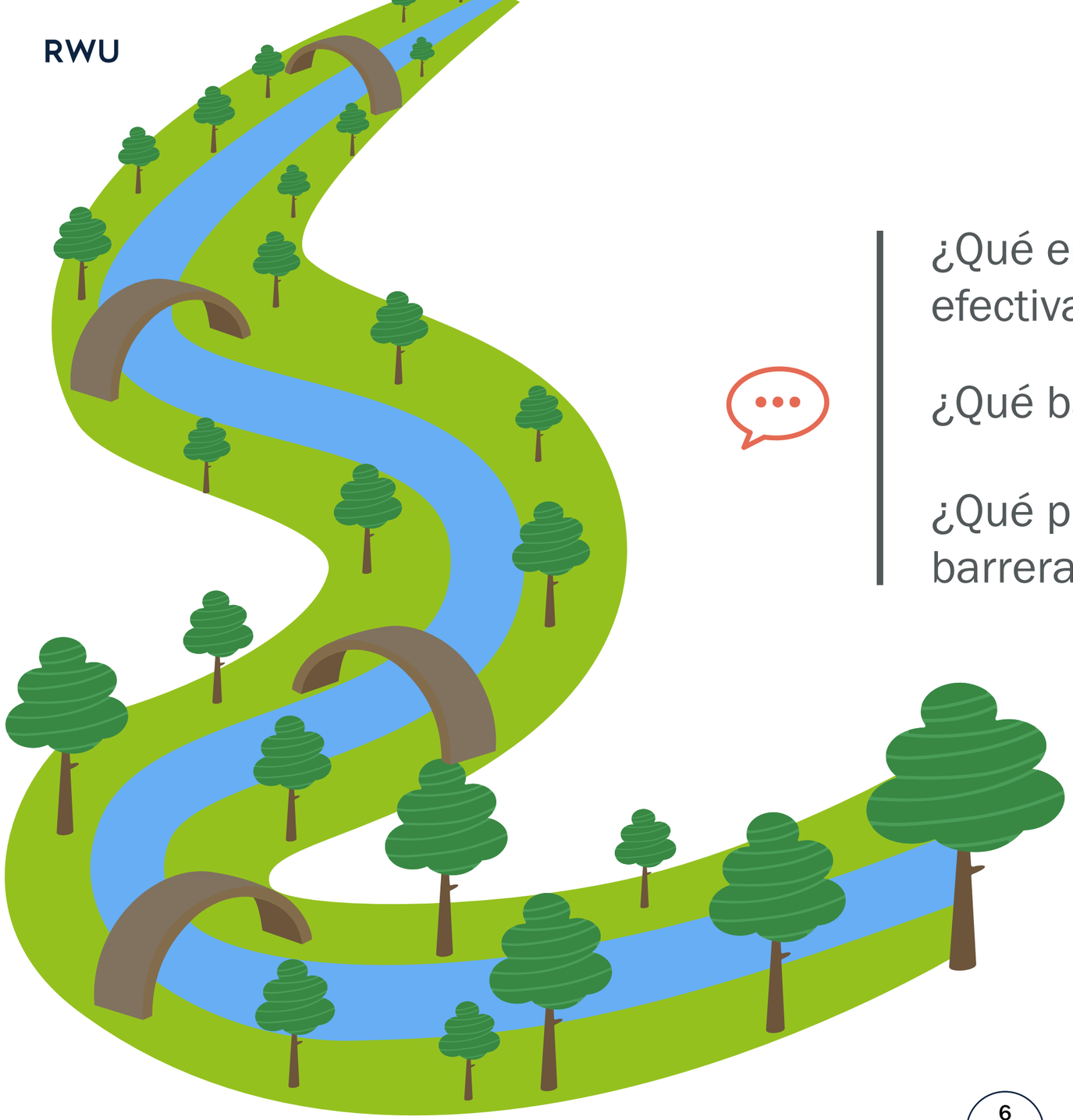
Por su cuenta

ÍCONOS DE ESTA SESIÓN

- preguntas para contestar
- juego de rol/simulación
- página(s) del seminario
- ejercicios opcionales

COMUNICAR
DE MANERA EFECTIVA

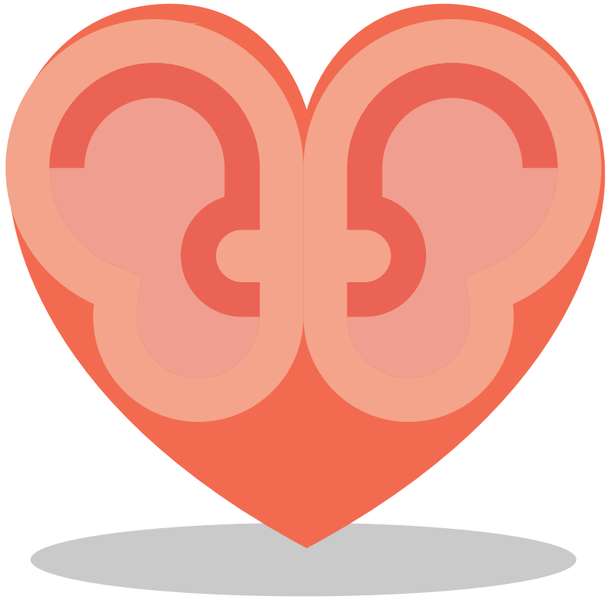
1



¿Qué entendemos por comunicar de manera efectiva?

¿Qué barreras pueden impedir escuchar?

¿Qué puede hacer usted para superar estas barreras?

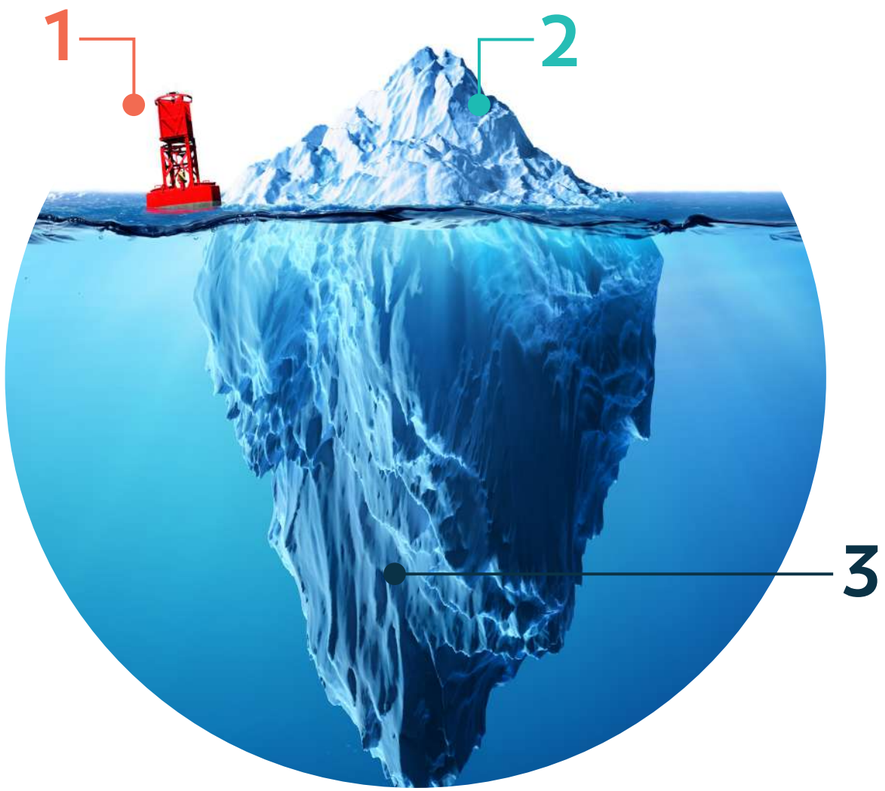


¿Qué quiere decir escuchar con el corazón?

Hagamos una prueba...

Ejercicio
Pág. 16

¿Qué hemos aprendido?



¿Qué son los problemas?

¿Qué son los sentimientos?

¿Qué son las necesidades?

Ejemplo

Prospecto: ***No tengo dinero.***

En este ejemplo, ¿cuáles son:

...los posibles sentimientos?
...las posibles necesidades?

Pág. 17

1 Identificar y averiguar sentimientos y necesidades

Representante: ***¿Está preocupado porque le gustaría estar seguro de que puede pagar el producto?***

¿Cuál es el sentimiento?
¿Cuál es la necesidad?

Pág. 18

2 Hacer propuestas

Representante: ***¿Le ayudaría saber que puede realizar pagos mensuales bajos?***

Ejs. 3-4

Pág. 19

Cubra la columna izquierda y encuentre un ejemplo de cada técnica siguiente en la columna derecha:

- Pausa
- Reconocer (la experiencia emocional de su prospecto)
- Preguntas cerradas
- Pedir más información
- Aclarar lo que su prospecto acaba de decir
- Preguntas abiertas

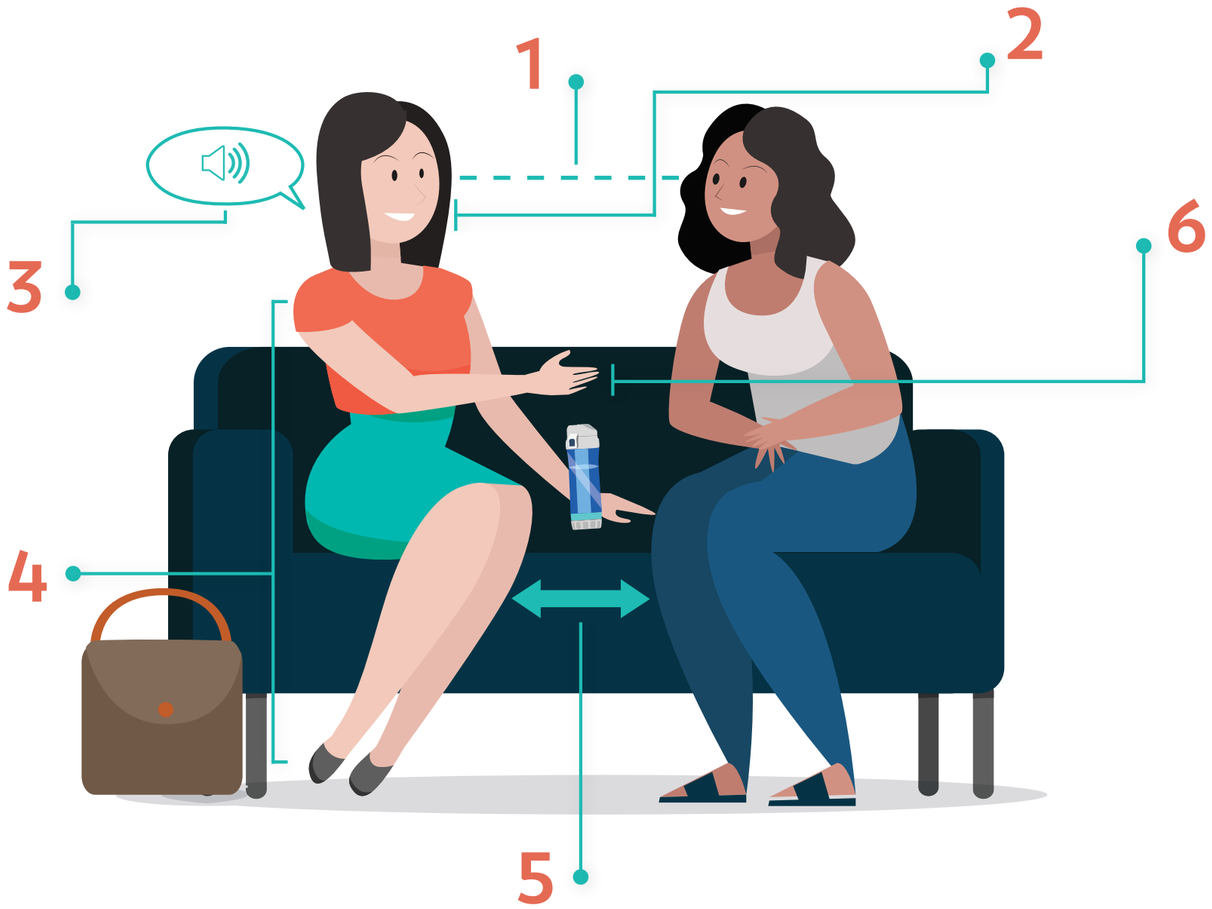
Opcional
Ejs. 6-8

¿Qué es? / ¿ A qué se refiere?

¿Si hay desacuerdo entre la comunicación verbal y la no verbal, las personas a cuál creen?

Págs. 20-21

¿Qué acciones no verbales reconoce en los puntos de 1 a 6?



¿Cómo se siente su prospecto cuando hace así (A-E)?

A

B

C

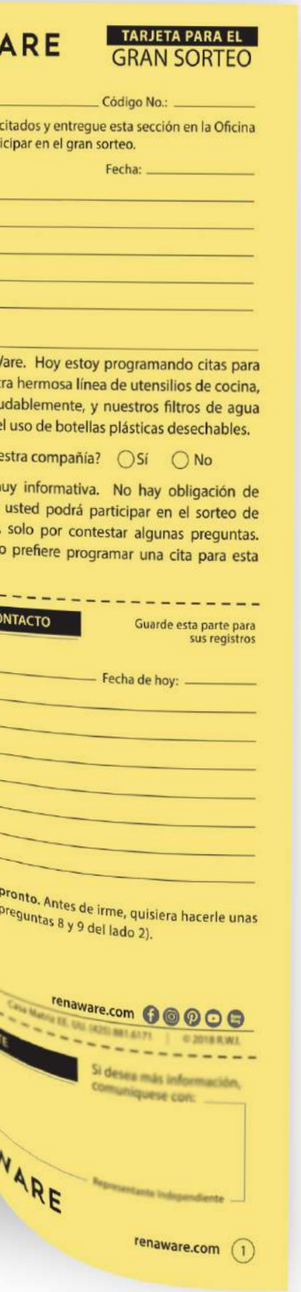
D

E

¿Qué puede hacer usted para mover la conversación adelante?

PRESENTAR
DE MANERA EFECTIVA

2



¿Qué más seminarios puede tomar para prepararse sobre los contenidos de la presentación?

Pág. 24

¿Qué puede hacer el día antes de una presentación programada?

Pág. 25

¿Para qué sirve cada lado de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)?

Págs. 26-27

LOS 8 PASOS *de* LA PRESENTACIÓN

1

PREPARE EL CAMINO

2

COMPARTA LA CAUSA

3

COMPARTA LA DIFERENCIA RENA WARE

4

INSCRIBA A SU PROSPECTO

Si la inscripción es exitosa, PARE ACÁ.

Si no, CONTINÚE

5

COMPARTA LOS PRODUCTOS

6

CIERRE LA VENTA

7

PIDA REFERENCIAS

8

COMPARTA LA DIFERENCIA RENA WARE OTRA VEZ

Para cada paso:

QUÉ HACER

QUÉ USAR

QUÉ DECIR

Detalles
Págs. 29-45

Resumen
Tablas 1-8

PASO 1 |
PREPARE EL CAMINO

¿Qué puede decir usted para romper el hielo?

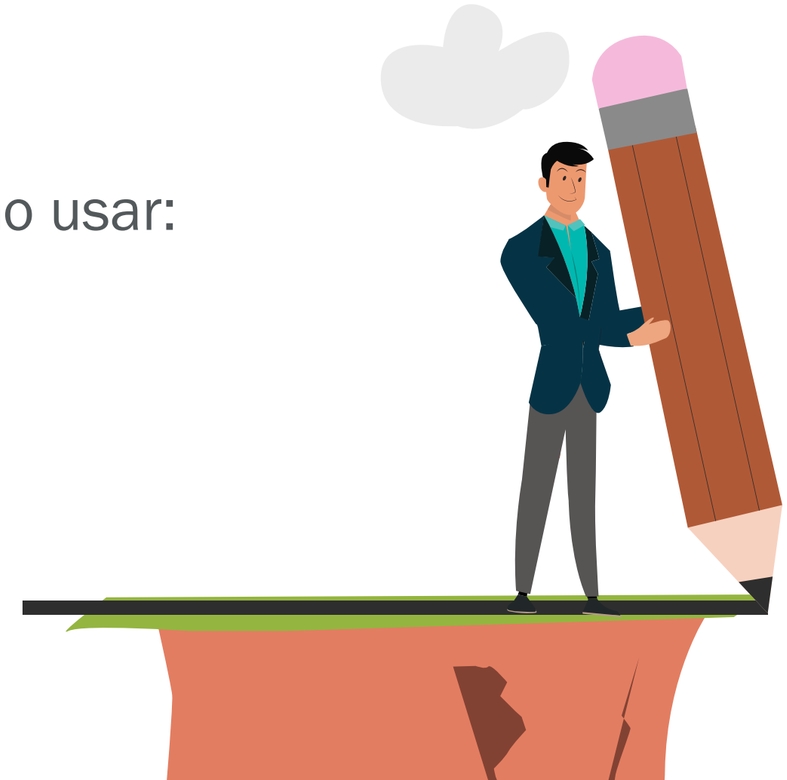
¿Qué puede decir para compartir su motivación?

Pág. 19

Haga algunas sugerencias sobre cómo usar:

- Los folletos impresos o digitales
- Los videos

Opcional
Ej. 7



PASO 2 |
COMPARTA LA CAUSA

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Pág. 32

¿Cuáles son las 2 posibles respuestas de su prospecto?

Practique este paso

PASO 3 |

COMPARTA LA DIFERENCIA RENA WARE

(su prospecto está interesado)

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Practique este paso

Pág. 33

Tabla 4

PASO 4 |

INSCRIBA A SU PROSPECTO

(su prospecto está interesado en unirse a su equipo)

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Pág. 34

Tabla 5

¿QUÉ PASA CON LA PRESENTACIÓN SI NUESTRO PROSPECTO SE HA UNIDO A NUESTRO EQUIPO?

RWU

PASO 5 |

COMPARTA LOS PRODUCTOS

(su prospecto está interesado en unirse a su equipo)

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Practique este paso.
¡PRUÉBELO! Pág. 68.

Págs. 35-37

Tabla 6

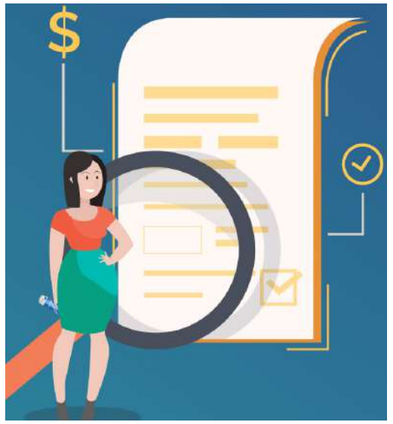
PASO 6 |

CIERRE LA VENTA

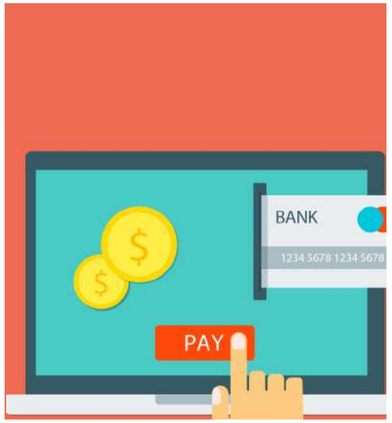
I. CIERRE EL TRATO.

II. LLENE LOS PAPELES

III. EXPLIQUE LOS DETALLES DEL CONTRATO



IV. SOLICITE EL DEPÓSITO INICIAL



Págs. 38-43

Tabla 6

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Practique este paso.
Págs. 70-71, ejercicio 23 B-E.

PASO 7 |

PIDA REFERENCIAS

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Pág. 43

Tabla 7

PASO 8 |

COMPARTA LA DIFERENCIA OTRA VEZ Y DESPÍDASE

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Pág. 44

Tabla 5

Dar seguimiento...

...A reclutamientos: sea un buen líder de equipo

...A ventas: la venta después de la venta

¿Qué hace usted?

¿Qué usa?

¿Qué dice?

Practique este punto y el paso 8.
Pág. 72, ejercicio 25 A o B.

Pág. 44

Tabla 8

MANEJAR OBJECIONES

RWU

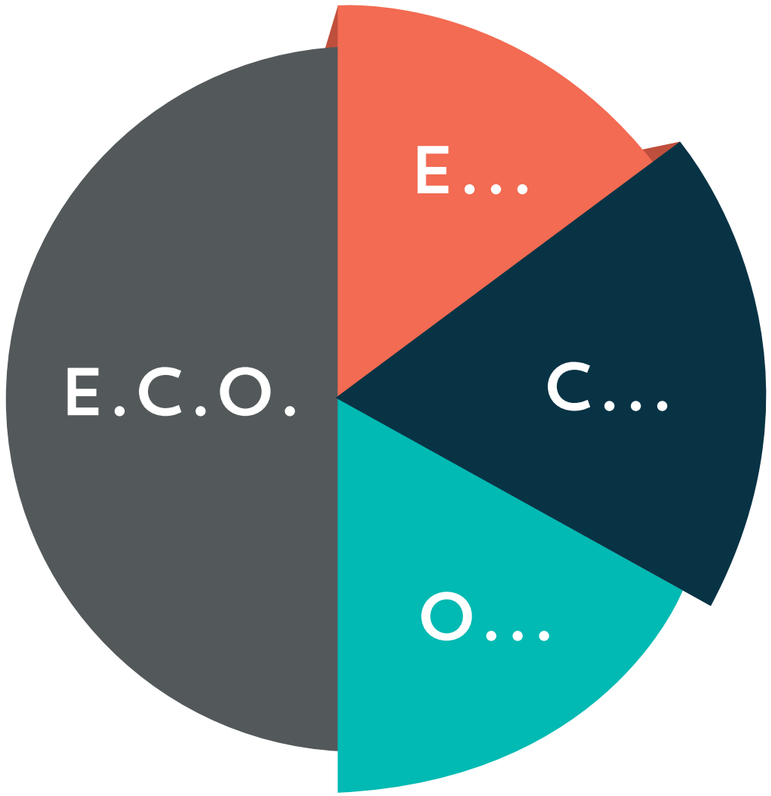
3

¿Qué es una objeción?

¿Qué quiere decir cada etapa del proceso E.C.O.?

¿Qué hace usted?

¿Qué dice?



Págs. 49-50

¿Cuáles son las objeciones más comunes?

Identifique las de acercamiento, de reclutamiento, de ventas.

Págs. 52-53

Ej. 29

PRACTICAR EL MANEJO DE OBJECIONES

Juego de mesa
o
Juego de cartas 1
o
Juego de cartas 2

Apéndice

RETROALIMENTACIÓN SOBRE ESTA SESIÓN

RWU

Pare:
¿Qué está haciendo que no sea efectivo o incluso contraproducente?

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?