

LA PRESENTACIÓN PERFECTA

SEMINARIO • APÉNDICE

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

06/2023

2 APRENDA EL PROCESO |
MÓDULO DE DESARROLLO



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



BIENVENIDO *al* SEMINARIO LA PRESENTACIÓN PERFECTA

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

¡Bienvenido al Seminario La Presentación Perfecta! Este seminario está diseñado para mejorar su capacidad de realizar presentaciones efectivas. Muestra el proceso de la presentación perfecta, que incluye compartir la Causa, la Diferencia y los productos y explica técnicas para comunicar con sus prospectos.

Al completar este seminario, usted habrá aprendido:

- técnicas para presentar la Causa, la Diferencia, y los productos de manera relevante para sus prospectos;
- técnicas para cerrar una venta;
- técnicas de comunicación para escuchar a sus prospectos y manejar sus objeciones.

Ésta es una gran oportunidad para que aprenda cómo convertirse en un presentador exitoso.

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

CONTENIDO

	SOBRE ESTE SEMINARIO	67	Dar seguimiento a reclutamientos y ventas
5	Características del seminario	70	A simple vista: El proceso de la Presentación Perfecta
6	Cómo usar este seminario para aprender y enseñar		
7	Qué necesita para este seminario	72	
9	Íconos y personajes		
10	Este seminario en contexto	75	
	PRESENTAR DE MANERA EFECTIVA	79	HABILIDADES DE PRESENTACIÓN
13	¿Qué significa presentar de manera efectiva?	90	Cinco técnicas para una comunicación verbal efectiva
14	Prepararse	95	El poder de la comunicación no verbal
17	La Tarjeta para el Gran Sorteo	96	Manejar objeciones
22	A simple vista: Presentar de manera efectiva	98	Las objeciones más comunes
	EL PROCESO DE LA PRESENTACIÓN PERFECTA	103	Ser un presentador exitoso de Rena Ware
24	Los 8 pasos de la Presentación Perfecta		A simple vista: Habilidades de presentación
66	Despedirse		GLOSARIO
			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



TARJETA PARA EL
GRAN SORTEO
(RW54)



FOLLETO FILTROS
DE AGUA (AQ700
/AQ701)



FOLLETO DE
PRESENTACION
DE UTENSILIOS
(RW720)



FOLLETO DE
RECLUTAMIENTO
LA DIFERENCIA
RENA WARE
(RW516)



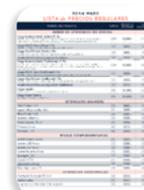
ACUERDO DE ASESOR
INDEPENDIENTE
(RW1)¹



CATÁLOGO DE
PRODUCTOS
(RW760)



LISTA DE PRECIOS
VIGENTE Y
ESPECIALES



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



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 pueden desviarse de ellos ni ser alterados o modificados de ninguna manera.

Recuerde que Rena Ware recomienda una dieta saludable y promueve los beneficios del método para cocinar con un “mínimo de agua”, pero los utensilios de cocina, filtros de agua y otros productos Rena Ware no curan ni tratan cáncer, diabetes ni otras enfermedades y usted no debe hacer esas afirmaciones.

Por favor, siga el orden de las páginas, leyendo solo la información incluida.

ÍCONOS *y* PERSONAJES



Requerimientos
legales para
cumplir.



Sugerencias
rápidas.



Cosas para
recordar.



Recursos
adicionales.



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 usted se haya acercado a su prospecto y haya programado una cita o decidido empezar la presentación de inmediato, con el consentimiento de su prospecto. El seminario se enfoca en los pasos de la presentación, como resaltado en la Tabla 1. Estos pasos se muestran con más detalle en las Tablas 2-8 a lo largo del seminario.

Otras partes del flujo de presentación perfecta están cubiertas en otros seminarios, como se muestra en el Apéndice 1.

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

- 13 ¿QUÉ SIGNIFICA PRESENTAR *de* MANERA EFECTIVA?
- 14 PREPARARSE
- 17 LA TARJETA *para* EL GRAN SORTEO (RW54)
- 22 A SIMPLE VISTA: PRESENTAR *de* MANERA EFECTIVA

PRESENTAR DE MANERA EFECTIVA



¿QUÉ SIGNIFICA PRESENTAR *de* MANERA EFECTIVA?

Presentar de manera efectiva significa presentar de una manera que lleve a su prospecto a unirse a Rena Ware, comprar productos, o ambos. Usted lo puede hacer al organizar lo que dice y lo que muestra, dándole estructura y siguiendo algunos pasos.

Al presentar de forma efectiva usted puede:

- ✓ Asegurarse de compartir toda la información relevante, sin dejar de lado partes importantes.
- ✓ Conseguir y mantener control de la interacción con su prospecto.
- ✓ Lograr que su prospecto lo vea como un experto y se sienta cómodo uniéndose a su equipo o comprando de usted.

PREPARARSE

No improvise su presentación, prepárela (con paciencia). Siga estas sugerencias:

- ✓ Conozca el contenido de los materiales de presentación, disponibles en renakit.com.
- ✓ Conozca los procesos y productos. Aprenda con los seminarios disponibles en la Universidad Rena Ware, en renakit.com. En particular, para la presentación:



Seminario
Utensilios de Cocina
(RW301)



Seminario
Filtros de Agua
(AQ302)



Seminario
Compartir la Causa
y la Diferencia
(RW204)



Guía de Formularios
y Contratos
(RW530)

- ✓ Consulte a su líder de equipo si tiene preguntas sobre el contenido de la presentación, el proceso, los materiales o los productos.

Practique por su cuenta

- ✓ Practique la presentación prestando atención a *lo que dice y cómo lo dice*.
- ✓ Observe su presentación: mientras esté presentando grabe un video y revíselo; practique con alguien de confianza y pídale retroalimentación.

Observe a otros

- ✓ Observe a su líder de equipo u otros representantes más experimentados dando presentaciones.

Pida que le observen

- ✓ Pida a su líder de equipo y/u otros representantes más experimentados que lo observen dando una presentación y den retroalimentación.

El día **antes** de una presentación programada

- ✓ Compruebe la dirección de la cita y decida cómo llegar antes de tiempo.
Para presentaciones *virtuales*: compruebe el enlace y envíe invitaciones o recordatorios a sus prospectos.
- ✓ Vea cuántos prospectos tiene en esa zona para aprovechar el viaje.
- ✓ Tenga todos los materiales de presentación (impresos y/o digitales) listos y organizados.
- ✓ Trate de descansar y hacer algo que le da alegría. Le ayudará a usar mejor todas sus habilidades durante la visita.

El mismo día de una presentación programada

- ✓ Plantee como objetivo conseguir la presentación perfecta.
- ✓ Aproveche la oportunidad para tocar puertas en el barrio o la calle de su prospecto. Para presentaciones virtuales, pida a sus prospectos que compartan enlaces a su sitio con sus contactos.



EJERCICIO 1

LA TARJETA *para* EL GRAN SORTEO (RW54)

Utilice la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)* como guía para hacer una presentación más efectiva y organizada:



Es una guía de bolsillo para completar los pasos de la presentación.



Le da a usted y a su prospecto la oportunidad de ganar el Gran Sorteo.



Le ayuda a mantener y expandir su Círculo de Influencia.





EJERCICIO 2

RENA WARE **TARJETA PARA EL GRAN SORTEO**

Su Nombre: _____ Cédula No.: _____

Suministre los datos solicitados y entregue esta solicitud en la Oficina Administrativa para participar en el gran sorteo.

Nombre del Contacto: _____ Fecha: _____

Teléfono: _____

Carrera electrónica: _____

Dirección: _____

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. ¿Tiene tiempo ahora o prefiere programar una cita para esta semana?

INFORMACIÓN DE CONTACTO Guarde esta parte para sus registros

Fecha/hora de la cita: _____ Fecha de hoy: _____

Nombre: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

Carrera electrónica: _____

Comentarios: _____

Gracias, nos veremos pronto. Antes de irme, quisiera hacerle unas preguntas... (Hege las preguntas 8 y 9 del lado Z).

renaware.com

RENARENA 9864226416 | Casa Matriz: B.L. UEL (427) 661.6171 | © 2014 B.NCL

RECIBO DEL CLIENTE Si desea más información, comuníquese con:

Representante Independiente

RENA WARE renaware.com

1

Parte de ARRIBA

Envíela a la oficina administrativa para que usted y el prospecto entren en el sorteo.

2

Parte del MEDIO

Guárdela como registro.

3

Parte de ABAJO

Entréguesela a su prospecto como recibo.

GUIÓN DE AUTOPRESENTACIÓN

La tarjeta también incluye un mini guión en el lado 1.

Úselo con **prospectos desconocidos** para:

- ✓ presentarse a sí mismo y a Rena Ware
- ✓ decidir si va a hacer la presentación de inmediato, programar una cita o pedir referencias.

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. ¿Tiene tiempo ahora o prefiere programar una cita para esta semana?

Con **prospectos conocidos**, puede adaptar el guión a la situación. Por ejemplo, a un amigo podría decir:

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

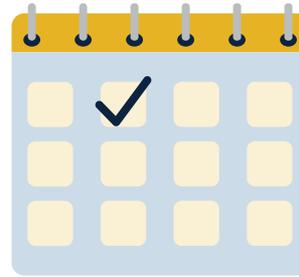


Antes de comunicarse con un prospecto por primera vez, debe:

- Dar su nombre e identificarse como Representante Rena Ware;
- Decir por qué se acercó a ellos y qué vende;
- Dar su información de contacto al igual que la información de contacto de Rena Ware.



Si su prospecto *está* interesado y *tiene* tiempo, **haga la presentación inmediatamente.**



Si su prospecto *está* interesado pero *no tiene* tiempo, **programe una cita.**



Si su prospecto *no está* interesado, **pida referencias.**

A SIMPLE VISTA: PRESENTAR *de* MANERA EFECTIVA

RWU

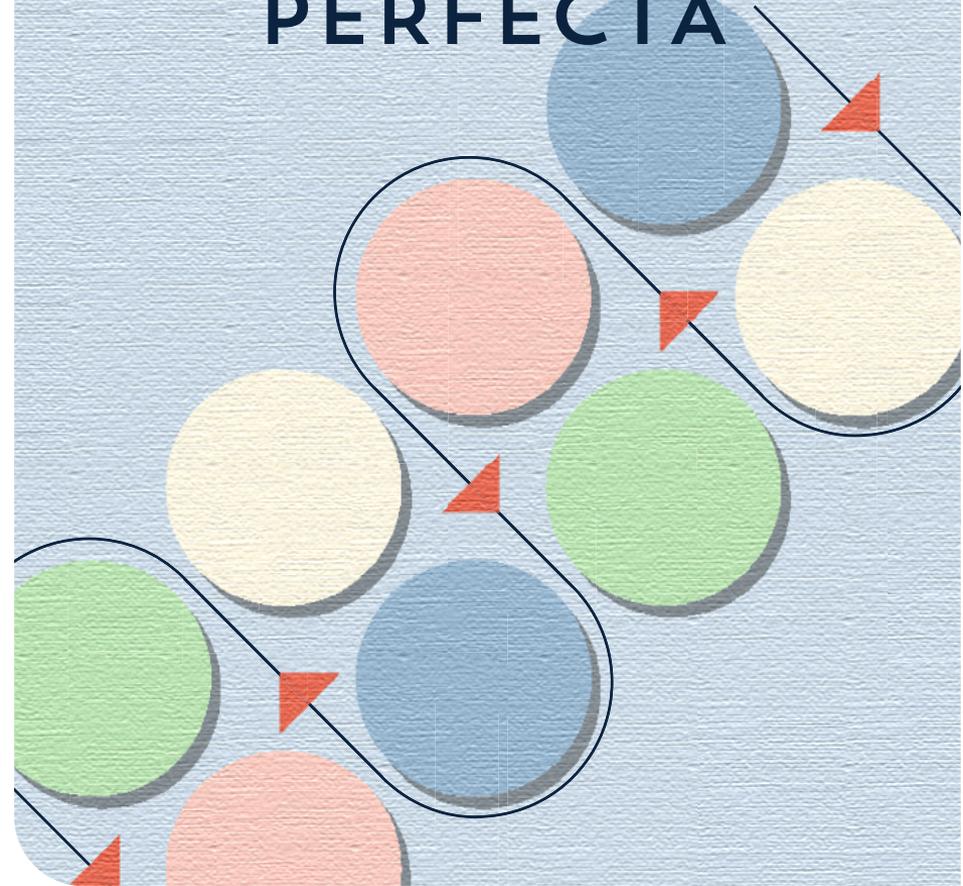
Prepárese: conozca los materiales de presentación (para reclutamiento y venta) y conozca los procesos y productos. Use renakit.com y la Universidad Rena Ware.



Use la Tarjeta para el Gran Sorteo para presentarse a sí mismo, a Rena Ware y decidir si hacer una presentación, programar una cita o pedir referencias. Ingrese a su prospecto y a sí mismo en el gran sorteo para ganar productos Rena Ware.

- 24 LOS 8 PASOS *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA
- 66 DESPEDIRSE
- 67 DAR SEGUIMIENTO *a* RECLUTAMIENTOS *y* VENTAS
- 70 A SIMPLE VISTA: EL PROCESO *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA

EL PROCESO DE LA PRESENTACIÓN PERFECTA



LOS 8 PASOS *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA

El proceso de la presentación se puede dividir en 8 pasos:

Si la inscripción es exitosa, **deténgase acá:**



PREPARE EL CAMINO



COMPARTA LA CAUSA



**COMPARTA LA DIFERENCIA
RENA WARE**



**INSCRIBA A SU
PROSPECTO**

Si no, **continúe:**



**COMPARTA
LOS PRODUCTOS**



CIERRE LA VENTA



PIDA REFERENCIAS



**COMPARTA LA DIFERENCIA
OTRA VEZ**

PASO 1 PREPARE EL CAMINO**HAGA**

Rompa el hielo

**USE**

Antes de lanzarse en el contenido de la presentación, prepare el camino basándose en el resultado de la primera comunicación con su prospecto.



Tenga a la mano su Botella Filtrante Rena Ware y colóquela en un lugar visible para llamar la atención de su prospecto y otras personas que pudieran estar presentes.



Sin cita

Después de usar el guión de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*, si su prospecto lo deja empezar la presentación, agradézcale y encuentre un sitio tranquilo y cómodo.

Recuerde que muchos reclutamientos y ventas se realizan en vivo y sin cita: a pesar de toda su preparación, es posible que se enfrente a personas renuentes. No se sienta frustrado; en cambio, utilice las técnicas de comunicación y las sugerencias de este seminario. Muchas personas que se resisten a escuchar se vuelven más receptivas cuando les prestan atención. Tenga en cuenta que usted está allí para mostrar y compartir los beneficios de la Causa, la Diferencia y los excelentes productos Rena Ware.

Con cita

En una cita, continúe con el punto en el que se quedó cuando acordó la cita. Familiarícese de nuevo con su prospecto, dé un saludo cordial y presente el regalo de “agradecimiento”, si lo prometió. Agradezca a su prospecto por permitirle hablar sobre Rena Ware, y encuentre un sitio tranquilo y cómodo para la presentación.

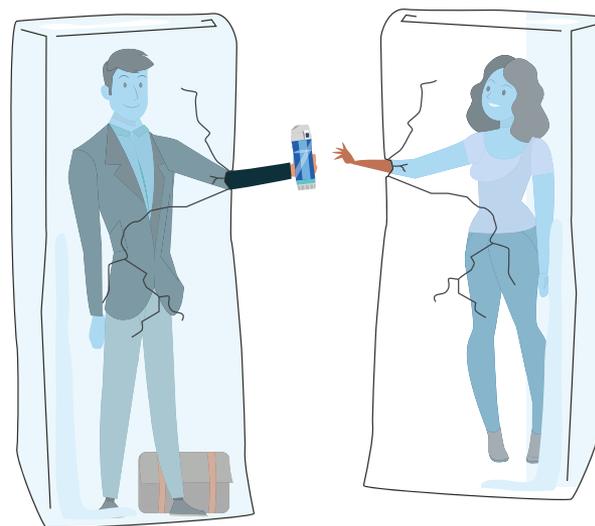


Si ha ofrecido un regalo, debe entregarlo. Ofrecer un regalo y no entregarlo constituye una falta al Código de Ética de Rena Ware. Debe entregar el regalo inmediatamente después de saludar al prospecto.

Rompa el hielo

Ya sea que esté dando una presentación de inmediato o con cita, puede seguir estas sugerencias:

- ✓ Intente sentarse al lado de su prospecto. En el lenguaje corporal, eso comunica que usted está allí para asesorar.
- ✓ Trate de evitar que su prospecto se distraiga. Por ejemplo, siéntese lejos de un televisor encendido.
- ✓ Converse un poco con su prospecto.
- ✓ Muestre interés sincero por su prospecto.



Debe concluir de inmediato una demostración o presentación a solicitud del prospecto.

 **DIGA**

Haga preguntas y/o comentarios sobre el día de su prospecto, el clima, el vecindario, los hijos, etc.

 *¿Qué tal su día hoy? ¿Ellos son sus hijos? ¿Cuántos años tienen?*

Haga cumplidos auténticos sobre algún objeto o persona que le llame la atención.

 *Me gusta mucho su bolso/ como ha arreglado esta habitación.*

Pregunte a su prospecto de dónde es y haga un comentario amable sobre ese lugar.

 *Siempre íbamos alla con mis padres los fines de semana.*

Pregunte por sus hábitos alimenticios, luego intente utilizar la información durante la presentación.

 *¿Con qué frecuencia cocina en casa?; ¿Cuál es su comida favorita?; ¿Cómo la prepara?*

Anuncie el plan

Antes de la presentación, diga brevemente lo que va a pasar. Por ejemplo:



Voy a hablarle de la Causa de Rena Ware y cómo ayuda al medio ambiente. Luego quisiera hablar de nuestra oportunidad de negocio y mostrarle nuestros increíbles productos. ¿Le parece?

Comparta su motivación

Durante la presentación, encuentre un momento y una manera de decir a su prospecto porque usted se ha unido a Rena Ware y ahora está promoviendo la Causa, la oportunidad de negocio y los productos. Podría hablar de lo que le gusta de Rena Ware, lo que le entusiasma o su experiencia con la compañía. Por ejemplo:

Hablando de la Causa



Sabe, yo me uní a Rena Ware por esto. Quería hacer algo concreto para mejorar el medio ambiente, y eso para mí es compartir la Causa. Es lo que estoy haciendo.

Hablando de los utensilios



Sabe, yo me uní a Rena Ware porque quería aprender a cocinar bien. Así que primero compré los utensilios, me enamoré de ellos y del método para cocinar con un “mínimo de agua”, y ahora quiero que más personas los tengan.

O podría mencionar otros casos reales que conoce. Por ejemplo:



Y ¿Sabía que algunos de nuestros representantes se unieron a Rena Ware porque están muy apasionados por mejorar el medio ambiente? Otros porque les encanta cocinar y se enamoraron de los utensilios de Rena Ware y del método para cocinar con un “mínimo de agua” y los quieren compartir con los demás.

Cuando explique la razón por la que decidió unirse a Rena Ware o la de otros, sea breve y vaya directo al punto. Esto sirve para crear conexión y darle mayor credibilidad. El enfoque siempre queda en su prospecto.

Comparta recursos manteniendo enfoque y control

Folletos impresos o digitales:

- ✓ Mantenga el folleto de frente para que ambos (usted y su prospecto) puedan verlo.
- ✓ Haga pausas de vez en cuando y pregunte a su prospecto si tiene preguntas.
- ✓ Si hay preguntas que usted no sabe contestar, diga a su prospecto que le informará cuanto antes (¡y luego hágalo! Si necesario pida ayuda a su líder), y continúe su presentación.
- ✓ Mantenga el control y guíe la presentación, ya sea con un lápiz, bolígrafo, puntero (o en última instancia el dedo).
- ✓ Procure que su prospecto no tome el folleto o el dispositivo mientras usted le está explicando. Esto podría distraerlos a ambos.

Videos:

- ✓ No hable mientras muestra los videos. Deje que el prospecto los disfrute.
- ✓ Vea los videos con su prospecto. No haga otras cosas que puedan distraer al prospecto.
- ✓ Al final, haga una pregunta para obtener un SÍ como respuesta.



EJERCICIO 3

PASO 2 COMPARTAR LA CAUSA

HAGA

Comparta la Causa y presente la Botella Filtrante Rena Ware como un ejemplo de prevención.

Describa las características de la botella.

Invite a su prospecto a unirse a su equipo.

Prospecto: **Sí** (interesado en unirse)

Usted: Comparta la Diferencia.

Prospecto: **No** (no interesado en unirse)

Usted: Comparta los productos.

USE

Folleto de Filtros de Agua (AQ700) págs. 1-14



Opcional:

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



Pregunta en la pág. 15 Folleto de Filtros de Agua (AQ700) + seguimiento



Vaya al **PASO 3**

Vaya al **PASO 5**



EJERCICIO 4

Hable de la importancia del agua. Diga como las botellas desechables dañan el medio ambiente. Conecte la información con su prospecto.

Por ejemplo:

(Si ha visto donde el prospecto toma agua)



¿Dónde toma su agua?



Ví que toma agua embotellada...

Destaque que prevenir es la solución, por ejemplo, usando la botella podría decir:



Una manera de prevenir el uso de botellas de plástico desechables es usar la Botella Filtrante Rena Ware...

Describa las características de la botella.

Después de la pregunta de la pág. 15, haga una transición hacia la Diferencia.



Estoy buscando a personas como usted que se unan a mi equipo y compartan nuestra Causa, oportunidad de negocio y productos con los demás. Usted tendría un impacto aún más grande en el medio ambiente y también ganaría ingresos extra. Podría mostrarle cómo funciona eso y nuestro programa para ganar la botella y otros productos.

PASO 3 COMPARTA LA DIFERENCIA

HAGA

Presente la Diferencia Rena Ware:

Muestre el programa ¡Empiece ya!

USE

Folleto La Diferencia Rena Ware (RW516):



(Opcional)

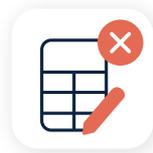
Video La Diferencia Rena Ware:

- 7 cortos
- 1 de duración completa

renakit.com

Comparta la Diferencia si su prospecto responde Sí a la pregunta anterior. Explique por qué unirse a Rena Ware:

1 Destaque lo que hace que Rena Ware sea diferente a las demás empresas de venta directa:



Ninguna compra de inventario.



Mínimo costo de inscripción.



Materiales de reclutamiento y ventas disponibles en línea 24/7 y posibilidad de ganarlos impresos.



Materiales de entrenamiento disponibles en línea 24/7.



Entrenamiento en vivo organizado por líderes locales.



Soporte administrativo de venta.



Comisiones pagadas de inmediato.



Reconocimientos y premios.

2 Destaque los beneficios de empezar un negocio Rena Ware, por ejemplo:



Convertirse en emprendedor.



Crear su propia organización.



Trabajar con su propio horario.



EJERCICIO 5

Conecte el mensaje con su prospecto. Por ejemplo:

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 más grande en el medio ambiente.

A un prospecto muy interesado en los utensilios



El compromiso de Rena Ware para la sostenibilidad aplica a todos los productos. Por ejemplo, los utensilios Rena Ware son extremadamente duraderos, promueven cocinar en casa y reducen los desperdicios generados por los empaques de la comida para llevar.

A todo prospecto



Estaría promoviendo la Causa al compartir cualquiera de los productos Rena Ware, ya que el compromiso de Rena Ware para la sostenibilidad aplica a todos los productos.

PASO 4 INSCRIBA A SU PROSPECTO**HAGA**

Llene el documento o siga el proceso en línea.

Envíe mensaje de WhatsApp con enlace a RenaRecursos.

Programe la primera sesión de entrenamiento.

USE

- *Acuerdo de Asesor Independiente (RW1)*



Su dispositivo móvil y el enlace a RenaRecursos.

Próximo entrenamiento programado por usted o el líder de su equipo.

Después de completar la inscripción, dependiendo de su situación, programe una sesión de inducción o de entrenamiento básico. En preparación para esa sesión:

- ✓ Muestre los RenaRecursos brevemente.
- ✓ Envíe al nuevo miembro de su equipo un mensaje con el enlace a RenaRecursos y sugiérale que los revise.
- ✓ Diga al nuevo miembro de su equipo que aprenderá a crear una lista de prospectos y cómo ganar productos o comprarlos con un descuento para asesores.



Si su prospecto decide unirse a Rena Ware, termine la presentación después de inscribir al prospecto. En cambio, si su prospecto decide no unirse todavía, continúe con los pasos siguientes.



EJERCICIO 6

PASO 5 COMPARTA LOS PRODUCTOS

HAGA

USE

Muestre los ahorros al comprar la Botella Filtrante Rena Ware.

Folleto *Filtros de Agua (AQ700)* pág. 13



Pase a mostrar los productos.

Identifique qué productos mostrar.

Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54):
Preguntas 1 y 2

1. ¿Es importante para usted y su familia la buena nutrición? Sí No
2. El arte del "Buen Comer" promueve una experiencia de cocina saludable y gourmet, así como prácticas de cocina sostenibles. Los filtros de agua Rena Ware ofrecen agua fresca de agradable sabor, económica y siempre a la mano, que ayudan a reducir el uso de botellas plásticas desechables. ¿Sabrá qué le gustaría recibir más información?
 El arte del "Buen Comer" con los filtros de cocina de Rena Ware
 Nuestro caso para reducir el uso de botellas plásticas desechables

Si su prospecto está indeciso, ayúdelo a decidir.

Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54):
Preguntas 3 y 4

3. ¿Cree que la forma en que prepare sus comidas y el agua que bebe podrían incidir en el bienestar de su familia? Sí No
4. ¿De cuáles de estas características de Rena Ware se beneficiaría?
 Comidas casacas y saludables Utensilios de cocina con garantía vitalicia
 Cocinar, hornear, servir y guardar en el sistema inteligente Certificación
 Disponibilidad de cocina gourmet Agua fresca de agradable sabor
 ¿Qué otros beneficios llamaría su atención? _____

HAGA

Dependiendo de las respuestas de su prospecto, presente:

- los utensilios de cocina y el “Buen Comer” y/o
- los filtros en casa

Muestre en más detalle los productos elegidos:

- los utensilios de cocina y/o
- los filtros en casa

(Opcional)
Muestre un resumen de los productos elegidos.

USE

- *Folleto de Presentación de los Utensilios de Cocina (RW720)*
- (Opcional) Video del “Buen Comer”



- *Folleto Filtros de Agua (AQ700) págs. 16-25*
- (Opcional) Video de venta de filtros de agua



- *Catálogo de Productos (RW760)*



- *Folleto Filtros de Agua (AQ700) págs. 26-31*
- Informes de laboratorio (a solicitud del cliente)



- (Opcional)
Desplegable (RW70)



Si después de que usted ha hablado de la Causa y de la Diferencia Rena Ware, el prospecto todavía no ha decidido unirse a su equipo, regresa a la botella. Por ejemplo, puede decir:

 *Entiendo. Y ¿siempre le interesa ayudar el medio ambiente comprando la botella? Ahorraría \$ __. __!*

Bueno, parece que le gusta mucho la botella. Podría empezar a ayudar la Causa comprando la botella. Ahorraría \$ __. __

Y luego:

Si su prospecto *quiere* comprar la botella

 *Permítame mostrarle cómo estos ahorros pueden ayudarlo a mejorar su estilo de vida.*

Si su prospecto *no quiere* comprar la botella

 *Bueno, y ¿otros productos para un estilo de vida saludable?*

Pase a presentar los productos.

Al usar el *Folleto de Presentación de Utensilios de Cocina (RW720)*:



- ✓ Explique el “Buen Comer”.
- ✓ Describa las características de los utensilios.
- ✓ Explique el método para cocinar con un “mínimo de agua” y sus beneficios.
- ✓ Explique que los utensilios Rena Ware no son utensilios separados sino que son un sistema ideal para cocinar de manera saludable.
- ✓ Destaque la versatilidad y sostenibilidad de los utensilios.

Después de usar el folleto o (opcional) el video del “Buen Comer”, continúe mostrando los utensilios en más detalle en el *Catálogo de Productos (RW760)*:



- ✓ Enfóquese en lo que le interesa a su prospecto.
- ✓ Muestre los juegos de utensilios en más detalle.
- ✓ Muestre las combinaciones y haga énfasis en que cada juego es un sistema para cocinar, donde los utensilios se pueden convertir en hornos Holandeses o baños María.
- ✓ Mencione otros productos disponibles como cubiertos y accesorios.

Para mostrar los beneficios del método de cocción y las características de los utensilios puede utilizar las demostraciones incluidas en el Apéndice:



Pérdida de nutrientes:
prueba de zanahoria.



Método para cocinar con un
“mínimo de agua”: vegetales
mixtos (si tiene el utensilio).



Horneado: volteado
de piña (si tiene el
utensilio).



Los utensilios de cocina Rena Ware se pueden vender en comparación con otros tipos de utensilios de cocina debido a su durabilidad, utilidad, garantía y otros beneficios descritos en la literatura de la compañía, pero no debe hacer afirmaciones de salud sobre aluminio o Teflon® (o cualquier otro tipo de utensilios de cocina). Hacer afirmaciones falsas sobre otros utensilios de cocina es ilegal.



Al usar el *Folleto Filtros de agua (AQ700/AQ701)*:

- ✓ Explique la tecnología: filtración extrema, alta capacidad, alto flujo.
- ✓ Resalte los ahorros en comparación con el agua embotellada.

Después de usar la primera parte del folleto, use la segunda parte para mostrar los modelos de filtros en más detalle:

- ✓ Introduzca cada modelo.
- ✓ Haga preguntas a su prospecto para ayudarlo a elegir el modelo más justo para su situación.
Por ejemplo:



¿Para qué usa agua filtrada?

¿Quiere reemplazar su grifo?



Los filtros de agua Rena Ware son eficaces para remover partículas del agua a nivel nanoscópico. Sin embargo usted no debe afirmar o dar a entender que esas partículas están presentes en el agua del grifo de su prospecto o que el agua del grifo de su prospecto no es apta para el consumo.



Opcional

Al usar el *Desplegable de Productos Rena Ware (RW70)*, puede acercarse al cierre resumiendo los productos elegidos por su prospecto. Por ejemplo:

 Aquí tiene todos los productos a simple vista: el ____, el ____ y el ____.



Los utensilios, filtros de agua y otros productos Rena Ware no curan ni tratan cáncer, diabetes u otras enfermedades y usted no debe hacer tales afirmaciones.



Tener uno o varios productos a la mano permite demostrar los beneficios de Rena Ware más claramente a su prospecto. Esto le ayudará en el proceso de cierre. Si no sabe cómo ganar productos Rena Ware pregunte al líder de su equipo.



EJERCICIO 7

PASO 6 CIERRE LA VENTA

HAGA

USE

Ayude a su prospecto a elegir un producto.

Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54): Pregunta 5

5 ¿Qué productos le gustaría tener en su hogar? _____

Diga el precio regular y los especiales.

Lista Vigente de Precios y Especiales (renakit.com)



Presente opciones de pago.

Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54): Pregunta 6

6 ¿Cómo preferiría pagar por su orden?
 Cheque Tarjeta de Crédito/Debito Efectivo Plan de pagos

El cierre lo trabaja a lo largo de toda la presentación. Con práctica, aprenderá a identificar el momento adecuado para proponerlo y cómo. A veces, puede requerir más trabajo y esfuerzo de su parte. Mucho dependerá del tipo de prospectos, su relación con ellos y cómo se percibe su presentación. La secuencia a continuación ilustra en más detalle las acciones de la tabla anterior. Es especialmente útil si es nuevo y no tiene mucha experiencia en ventas.

I



**CIERRE EL
TRATO**

II



**COMPLETE LOS
FORMULARIOS**

III



**EXPLIQUE LOS
DETALLES DEL
CONTRATO**

IV



**SOLICITE EL
DEPÓSITO INICIAL**

I Cierre el trato

Dígale a su prospecto el precio regular, presente las ofertas especiales, use una técnica de cierre.

1 Diga el precio regular

Para introducir el precio, puede usar la **Pregunta 5** de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*. Al hacer esto, estaría asumiendo el cierre (vea las técnicas de cierre A-C).

5 ¿Qué productos le gustaría tener en su hogar? _____

Dígale a su prospecto el precio regular de los productos elegidos y muestre el valor enumerando todo lo que está incluido. Por ejemplo:



Rena Ware quiere que todos disfruten de los beneficios de estos utensilios. El precio regular de este juego es \$ __. __ y eso incluye __ más __.

Luego haga una pausa, escuche y observe la reacción de su prospecto. Si parece preocupado o tiene dudas, haga preguntas para identificar su preocupación (vea las técnicas de comunicación efectiva en este seminario). Por ejemplo:



¿Cuál es su preocupación?

¿Le preocupa el precio?



¿Le preocupa pagar todo por adelantado?

Escuche la respuesta y haga más preguntas. Por ejemplo:

2 Presente las ofertas especiales

Las ofertas especiales son promociones de tiempo limitado creadas para facilitar el cierre. Ofrecen productos a un precio inferior al precio normal.

La forma en que presente las ofertas especiales dependerá de cómo reaccione su prospecto al precio regular. Por ejemplo, después de una reacción negativa, puede decir:

 *Pero/bueno, hay buenas noticias ...*

y después de una reacción positiva o neutral puede decir:

 *Y, hay más buenas noticias ...*

En ambos casos, agregue:

 *El ___ está incluido en uno de los especiales de este mes. Permítame mostrarle ...*

y continúe mostrando las ofertas especiales con los productos seleccionados.

Al mostrar las ofertas especiales, resalte los artículos adicionales incluidos en los paquetes, compare el precio especial actual con el precio regular y destaque los ahorros. El objetivo es ayudar al cliente a sentirse bien con su decisión de comprar.



Use las ofertas especiales que Rena Ware cree. Nunca exagere ni dé precios u ofertas especiales que no existan. No ofrezca un producto gratis o afirme que el precio es “solo por hoy” cuando no sea así.

3 Use una técnica de cierre

A continuación hay tres técnicas que puede utilizar para cerrar una venta:

A Cierre asumido

B Cierre directo

C Cierre de alternativas

La elección y el momento de una técnica dependerá de varios factores, como el flujo de la conversación y su relación con su prospecto. En términos generales, puede usar técnicas de cierre inmediatamente después de mostrar las ofertas especiales para aprovechar las buenas noticias.

A Cierre asumido

Asuma que su prospecto ya ha decidido realizar una compra y proporcionará la información necesaria para completar la orden de compra. La pregunta 5 de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)* es un ejemplo de cierre asumido. Además, especialmente si su prospecto ha elegido un producto, puede hacer la pregunta 6, y/o la pregunta siguiente:

¿A nombre de quién hago el contrato?

B Cierre directo

Haga preguntas muy simples a su prospecto para revelar pequeños detalles y confirmar la voluntad de comprar. Por ejemplo, podría preguntar:

¿Imagina lo hermoso que se verían estos utensilios en su cocina?

¿Le gustaría tener siempre a mano agua fresca y de agradable sabor?

Continúe con la **Pregunta 6** de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*. Alternativamente, comience por preguntar primero la Pregunta 6 para comprobar qué tan cerca está de cerrar la venta, y si su prospecto está indeciso, puede hacer otras preguntas sí/no como las anteriores.

C Cierre de alternativas

Aquí usted da dos alternativas al futuro cliente; y no importa cuál se escoja, la venta está cerrada. Por ejemplo:

Si el prospecto no eligió un producto

 *¿Le gustaría comenzar su colección con el Juego Chef I o con el Juego Chef II?*

Si el prospecto eligió un producto

 *¿Prefiere pagar en efectivo o aplicar a nuestro plan de financiamiento?*



Tenga confianza al cerrar la venta. No tema cerrarla por sentir que presiona a su prospecto. Los prospectos que le dedican tiempo, programan una cita y prestan atención a su demostración probablemente están interesados en comprar algo.

II Complete los formularios

Finalice el cierre completando los formularios impresos o en línea. Para evitar demoras en la tramitación de los formularios o demoras en el pago de sus comisiones y bonificaciones, asegúrese de que:

- ✓ Cada espacio/campo requerido sea llenado en presencia del cliente.
- ✓ La información sea correcta.

Si su prospecto solicita crédito, solicíte los documentos de respaldo requeridos en su país. Éstos pueden incluir, por ejemplo:

- ✓ Identificación con fotografía.
- ✓ Talones de pago u otra prueba de ingresos.
- ✓ Recibos por compras de crédito realizadas por el prospecto.
- ✓ Contrato de arrendamiento.
- ✓ Facturas de servicios públicos (agua, electricidad u otros).
- ✓ Referencias comerciales y personales.

- ✓ Contrato de arrendamiento.
- ✓ Facturas de servicios públicos (agua, electricidad u otros).
- ✓ Referencias comerciales y personales.



Guía de Formularios y Contratos (RW530)



Explique los detalles del contrato de venta

Después de completar el papeleo, y antes de firmar el contrato revise toda la información con su cliente. Cuando explique los detalles, asegúrese de que su cliente entienda los términos del contrato, incluyendo:

- ✓ El precio de los artículos que compró.
- ✓ Costos de envío y tramitación según corresponda.

- ✓ Impuestos aplicables.
- ✓ Tasa de interés (si aplica).
- ✓ El monto total del pedido.
- ✓ Condiciones de cancelación y otras leyes aplicables.
- ✓ Términos y condiciones de la venta.

IV Solicite el depósito inicial

Hay varias formas de solicitar el depósito inicial, según su relación con el prospecto y el flujo de la conversación. Por ejemplo, podría decir:



¿Cómo le gustaría asegurar su compra?

¿Cómo le gustaría hacer el pago inicial?

¿Le gustaría hacer el depósito inicial en efectivo, con cheque o con tarjeta de crédito?

Si su cliente desea pagar con una tarjeta de crédito o débito, escriba el número de la tarjeta y la fecha de vencimiento. Si paga con efectivo, cheque o giro bancario, recoja el dinero para enviarlo a la oficina administrativa.

Pida al cliente que lea el contrato y lo firme. Por ejemplo, podría decir:



¿Por favor puede autorizar la venta, aquí?

Al final, si está usando documentos impresos, proporcione a su cliente el número de copias como se indica en el contrato. También envíe una copia del contrato a la oficina administrativa para su procesamiento.



Puede mostrar su *Garantía del Asesor Independiente (RW533)*, si se usa en su país. Rena Ware reembolsa al cliente si el representante no envía el dinero del cliente a la empresa. Esto le ayudará a administrar las objeciones al pago inicial y dará más confianza a su cliente.



EJERCICIO 9

PASO 7 PIDA REFERENCIAS

HAGA

Pida referencias.

Informe a su prospecto/cliente que se comunicará con los referidos.

USE

Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54): Preguntas 8 y 9

8 ¿A quiénes conoce que quisieran ver nuestra presentación y se preocupen por la alimentación saludable y deliciosa, y por el medio ambiente?

9 ¿A quién conoce que pudiera estar interesado en saber más sobre la Diferencia Rena Ware y tener ingresos adicionales? ¿Le interesaría a usted?

Si su prospecto *ha* comprado pero no quiere unirse a Rena Ware, usted puede hacer la **pregunta 7** de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)* y dar seguimiento con las **preguntas 8 y 9**.

Si su prospecto *no ha* comprado y no quiere unirse a Rena Ware, usted aún puede hacer las preguntas 8 y 9.



Cuando solicite referencias debe informar que podría comunicarse con las personas referidas para ofrecerles productos o reclutarlas.

Para informar a su prospecto o cliente que podría contactar sus referencias para reclutar o vender, después de hacer las **preguntas 7-9**, podría decir:



Me encantaría hablar con ellos sobre los beneficios de unirse a Rena Ware y pedirles si me permiten darles una demostración de productos. Si me puede dar los números de teléfono, los llamaré mañana.

Luego si su prospecto o cliente le da algunos nombres, escriba la información en la tarjeta o en otro dispositivo. Cuando tenga tiempo, agregue la información a su *Círculo de Influencia (RW120)* o su lista de contactos si prefiere.



EJERCICIO 10

PASO 8 COMPARTA LA DIFERENCIA RENA WARE OTRA VEZ

HAGA

Si su prospecto aún no se ha unido a Rena Ware, mencione la Diferencia nuevamente.

Si su prospecto está interesado, inscríbalo.

USE

Vaya al **PASO 4**

Siga desde la **pregunta 9** de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*. Si el cliente ha realizado una compra y está convencido de los muchos beneficios de los productos Rena Ware, puede basarse en esa convicción para compartir la Diferencia Rena Ware. Aquí hay algunos ejemplos sobre qué decir. En general, podría decir:

 *¡Estos productos son fantásticos y van a transformar su vida! ¿Le gustaría transformar la vida de las personas a su alrededor compartiendo estos productos con ellos?*

Si el cliente ha comprado utensilios de cocina, usted podría decir:

 *Veo que realmente le gustan estos utensilios y parece muy apasionado por cocinar de manera saludable, creo que sería muy bueno compartiendo todo esto con otras personas. ¿Le gustaría unirse a mi equipo y transformar la vida de más personas?*

Si el cliente ha comprado filtros de agua, usted podría decir:

 *Veo que realmente le gusta este filtro de agua y parece muy apasionado por el medio ambiente y cómo usamos nuestros recursos naturales. ¿Le gustaría unirse a mi equipo y ayudar a nuestra Causa aún más al compartir estos productos con otros?*

Si su prospecto no ha comprado, usted aún puede compartir la Diferencia Rena Ware como una oportunidad para ellos de mejorar su vida y las vidas de las personas a su alrededor. Por ejemplo, podría decir:



No sé si usted necesita algo que no se puede permitir ahora o si le gustaría tener ingresos adicionales, pero los ingresos de mi negocio Rena Ware han hecho la diferencia para mí. De hecho toda mi experiencia con Rena Ware ha hecho la diferencia en mi vida. Deje que le muestre cómo...

Si su prospecto o cliente está interesado, comparta la Diferencia de Rena Ware. Vea el **PASO 3** de esta sección.

Si el prospecto o cliente todavía no está interesado, despídase.



EJERCICIO 11

DESPEDIRSE

Agradezca a su prospecto o cliente por su tiempo, por escuchar su presentación y por comprar (si aplica).

Dele la parte de abajo de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*.

Dele un folleto y su tarjeta de negocio (si todavía no lo ha hecho) e invítelo a comunicarse con usted si tiene preguntas o si decide unirse a Rena Ware.

A un nuevo cliente



Gracias por su tiempo, por escuchar mi presentación y comprar el/la ____. ¡Seguro que le va a gustar muchísimo! Le voy a mandar enlaces a materiales útiles para que pueda aprovechar sus productos incluso más. Aquí tiene mis datos. Por favor, contácteme si tiene alguna pregunta. Y también, considere unirse a mi equipo y hágamelo saber.

A un prospecto que no se ha unido a su equipo



Gracias por su tiempo, por escuchar mi presentación y darme la oportunidad de compartir algo que me tiene muy apasionado. Aquí tiene mis datos. Por favor, considere unirse a mi equipo y hágamelo saber.

DAR SEGUIMIENTO *a* RECLUTAMIENTOS *y* VENTAS

Un nuevo miembro de su equipo o un nuevo cliente satisfechos son la mejor publicidad que puede tener. Haga un hábito el dar seguimiento a una nueva inscripción o una venta: contacte por teléfono, mensaje o correo electrónico y ofrezca soporte.

SEGUIMIENTO A RECLUTAMIENTOS

Si tiene a un nuevo miembro en su equipo, llame, mande un mensaje o un correo electrónico y pregunte cómo van las cosas. Por ejemplo, podría preguntar sobre los enlaces que usted le compartió o la primera sesión de entrenamiento.



¿Utilizó los recursos que le mandé? ¿Qué tan útiles fueron?

¿Tuvo su primer entrenamiento? ¿Cómo fue?

Ofrezca compartir más recursos útiles, según el caso.



¿Qué más le puede hacer falta?

Si no ha inscrito a un prospecto durante una presentación, no borre su información de su lista de contactos. A lo mejor, asígnelo al grupo C en su *Círculo de Influencia (RW120)* y tome nota de volver a llamarlo más adelante. Cuando lo llame, trate de saber cómo van las cosas para él/ella ya que la situación puede haber cambiado. Por ejemplo:

 *Hola ____, soy ____, Representante Independiente de Rena Ware. Hablamos hace _____. Quería saber como van las cosas...*

haga una pausa, escuche la respuesta y continúe basado en ella



Comparta con sus clientes los contenidos que Rena Ware publica en redes sociales, incluyendo videos de Uso y mantenimiento y otros videos o mensajes oficiales sobre cómo usar los productos.



SEGUIMIENTO A VENTAS

Después de la entrega de los productos, contacte al cliente por teléfono, mensajes o correo electrónico para elogiar la compra. Hable sobre algunos beneficios, tal vez repita los comentarios positivos de otro cliente. Siempre ofrezca contestar cualquier pregunta o inquietud que su cliente pueda tener. Por ejemplo:



Estaba pensando que compró un excelente juego/utensilio/sistema de filtración. ¡Realmente lo va a disfrutar! ¿Tiene alguna pregunta sobre cómo usar los productos? ¿Conoce a alguien más que pueda estar interesado en tener estos productos?

También comparta la Diferencia Rena Ware de nuevo. Por ejemplo:



Ahora que tuvo la oportunidad de probar los productos, me pregunto qué piensa sobre unirse a mi equipo... Es que muchos representantes independientes de Rena Ware son clientes que se enamoraron de los productos y quieren compartirlos con los demás...



Seminario Prospectar para Prosperar (RW203).

A SIMPLE VISTA: EL PROCESO *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA



1 | Siga los 8 pasos de la Presentación: use los materiales indicados y diga las oraciones sugeridas.



2 | Al despedirse, dé a su contacto la parte de abajo de la *Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)*; un *Folleto de Productos (RW92/RW645)*, y/o su tarjeta de negocio, si la tiene.



3 | Dé seguimiento a nuevas inscripciones y ventas: ofrezca soporte y comparta recursos.

- 72 CINCO TÉCNICAS *para* UNA COMUNICACIÓN VERBAL EFECTIVA.
- 75 EL PODER *de la* COMUNICACIÓN NO VERBAL
- 79 MANEJAR OBJECIONES
- 90 LAS OBJECIONES *más* COMUNES
- 95 SER *un* PRESENTADOR EXITOSO *de* RENA WARE
- 96 A SIMPLE VISTA: HABILIDADES *de* PRESENTACIÓN

HABILIDADES DE PRESENTACIÓN



CINCO TÉCNICAS *para* UNA COMUNICACIÓN VERBAL EFECTIVA

1 Preguntas abiertas

Éstas preguntas precisan respuestas un poco elaboradas; incluyen “¿Por qué?” o “¿Cómo?”. Úselas para comenzar la conversación, romper el hielo y también para obtener más información de su prospecto.



¿Por qué compra agua embotellada?

¿Cómo acostumbra usted a preparar sus alimentos?

2 Preguntas cerradas

Estas preguntas precisan respuestas con un “sí” o “no” o respuestas cortas específicas. Úselas cuando quiere dar a su prospecto opciones limitadas y acercarse al cierre de la venta.



¿Cuántas personas hay en su familia?

¿Es importante para usted y su familia la buena nutrición?

¿Cuánto gasta semanalmente en agua embotellada?

¿Le gustaría ayudar a eliminar los desechos plásticos y ganar ingresos extra?

3 Solicitudes de más información

Invite a su prospecto a hablar un poco más sobre un tema específico. Esto le permitirá conocer mejor lo que su prospecto quiere o está pensando.



Continúe, por favor...

¿Puede darme más detalles?

¿Qué más puede decirme sobre (...)?

4 Pausas

Haga varias pausas durante la conversación y ponga atención en lo que dice su prospecto. Si usted habla sobre el beneficio de un producto y luego hace una pausa, su prospecto podría decir algo sobre él, ya sea para confirmar la importancia del beneficio o para hacer una pregunta.



Los filtros de agua Rena Ware ofrecen ahorros significativos en comparación con el agua embotellada.



¿Me puede dar un ejemplo de ahorros?

5 Replanteamiento:

Diga con sus propias palabras lo que su prospecto acaba de decir. Replantear puede servir para: aclarar algo o ponerlo en términos más positivos. Esto demuestra comprensión, reduce la posibilidad de tensión y mueve la conversación adelante, hacia el cierre.

No me gusta el sabor del agua de mi grifo, si no tomaría más agua.

Lo que le oigo decir es que tomaría más agua si tuviera un sabor mejor.

El agua de mi grifo es asquerosa.

Entiendo que no le gusta el agua de su grifo.



EJERCICIO 12-14

EL PODER *de la* COMUNICACIÓN NO VERBAL

Cuando comunicamos una parte de nuestro mensaje está en lo que decimos, en nuestras palabras (comunicación verbal), y otra parte está en cómo lo decimos - en las expresiones de la cara, los gestos, la posición del cuerpo y la voz (comunicación no verbal). La comunicación no verbal puede ayudar o quebrar un mensaje verbal: si hay desacuerdo entre lo verbal y lo no verbal, la persona que recibe el mensaje tenderá a creer a lo no verbal o por lo menos dudará del mensaje verbal.

Por lo tanto, tenga conciencia de su comunicación no verbal y asegúrese de que vaya con la comunicación verbal por lo general, transmita apertura y honestidad.



**Volumen.**

Hable a un volumen adecuado para la situación. Por lo general, no demasiado bajo porque se percibirá como carente de confianza, no demasiado alto porque se volvería molesto.

Tono.

No hable en un mono-tono. Cambie la entonación para que coincida con lo que está diciendo.

Velocidad.

Trate de mantener un ritmo cómodo para los participantes. Por lo general, esto sería lo suficientemente rápido como para mantener el interés, pero lo suficientemente lento para mayor claridad.

LEA A SU PROSPECTO

Observe el lenguaje corporal de sus prospectos para tener una idea de cómo se sienten acerca de usted y su presentación. Cada persona es diferente y así puede ser su comunicación no verbal. Sin embargo hay muchos rasgos en común. Aquí hay algunos ejemplos:



Interesado

Se queda parado quieto, concentrado, atento, se inclina hacia adelante, hace contacto visual, asienta con la cabeza.



Aburrido

Tamborilea los dedos, mueve los pies, mira alrededor, mira el reloj, bosteza.



Cerrado

Cruza los brazos/las piernas, mira lejos de usted.



Inseguro

Juguetea con su pelo, prendas, etc.; evita mirar a los ojos; aprieta/se sujeta a objetos.



Evaluando

Se toca el mentón u otras partes de la cara; frunce los labios.



EJERCICIO 15-16



Mucha comunicación no verbal depende de la cultura y de la relación entre los hablantes. Por ejemplo, el contacto visual puede variar mucho entre amigos, desconocidos y entre diferentes culturas.

MANEJAR OBJECIONES

El proceso de la Presentación Perfecta explicado anteriormente aumenta sus posibilidades de reclutar y cerrar una venta. Sin embargo, los prospectos a menudo tienen objeciones. Estas son una parte natural de la interacción humana y manejarlas empieza por aceptarlas con mente abierta. Vea las objeciones como una oportunidad para obtener más información sobre su prospecto y hacer una presentación más efectiva.

Eso le permite:



Avanzar con el proceso de reclutamiento y/o venta



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



Fortalecer la confianza de sus prospectos para que se sientan cómodos uniéndose a su equipo o comprando con usted.

¿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 y podría llevarlo lejos de su presentación. Escuche todas las objeciones, identifique la principal y maneje esa. Las objeciones menores tenderán a desaparecer.



¿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.

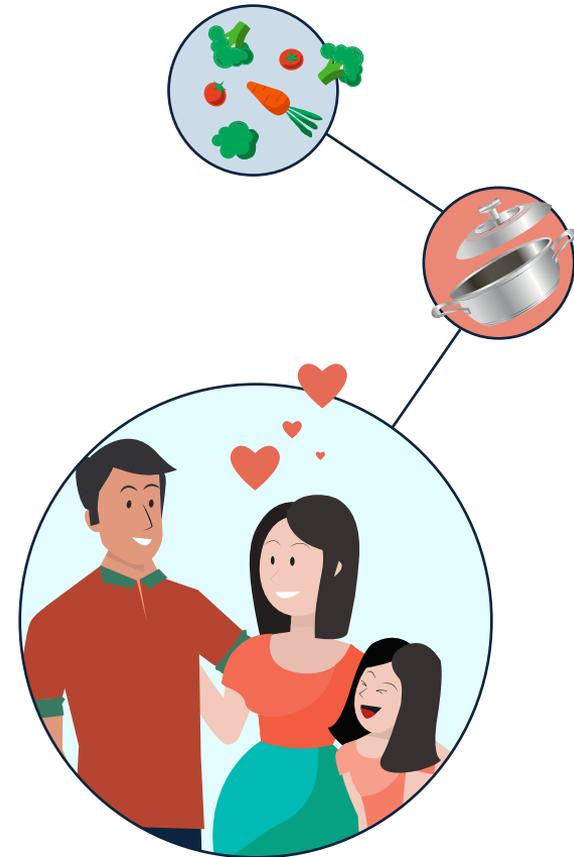


Aplicado al reclutamiento o a la venta, esto significa que las personas casi nunca se “unen a una empresa” o “compran productos”. Buscan maneras de satisfacer necesidades más profundas, por ejemplo, pertenecer a una organización y/o tener una comida saludable. Si usted conoce y comprende esas necesidades, será capaz de presentar la Causa, la Diferencia y los productos 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 17



El proceso E.C.O.

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



EJERCICIO 18-19

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.

En su mente, usted escucha:



¿Puede mostrarme cómo vender?

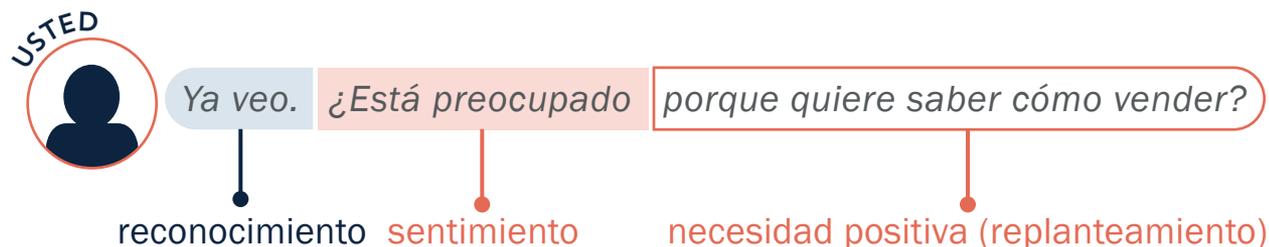


2 Confirme la necesidad.

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. Aún cuando la posición de su prospecto sea fija, no la contradiga, reconozcala. Eso ayudará a mitigarla.
- 2 Replanteéela como una necesidad, usando el formato **sentimiento** + **necesidad**

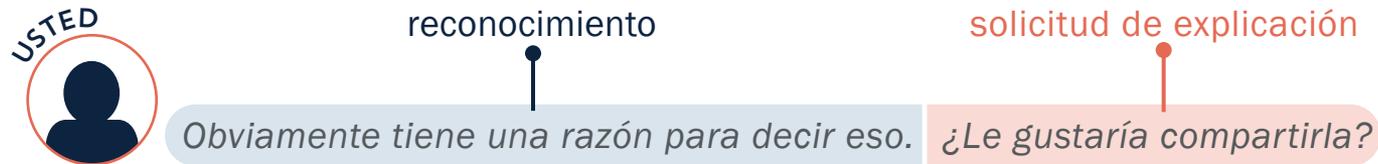
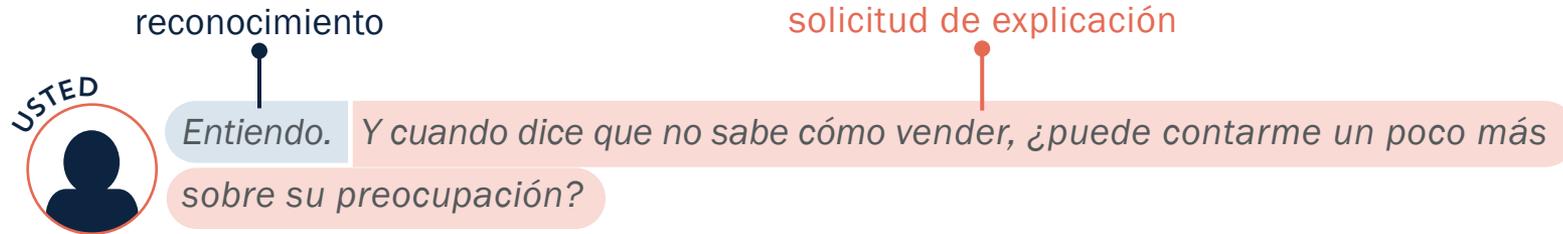
Por ejemplo:



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.

3 Ofrezca opciones.

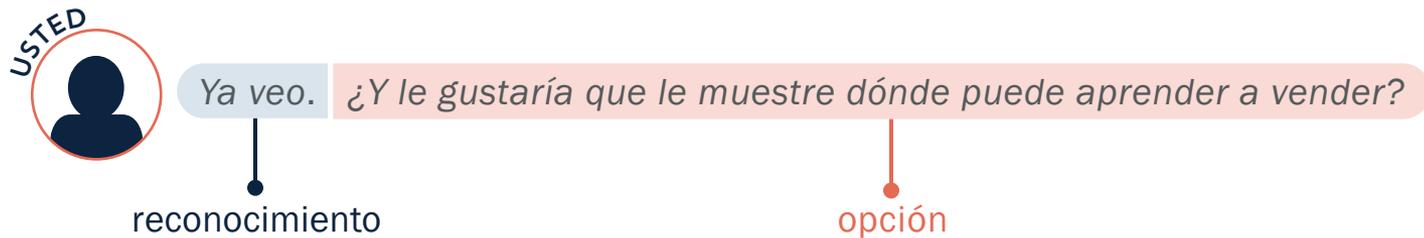
Después de escuchar y confirmar las necesidades de su prospecto, presente las opciones disponibles para satisfacer esas necesidades. Por ejemplo, podría decir:



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:



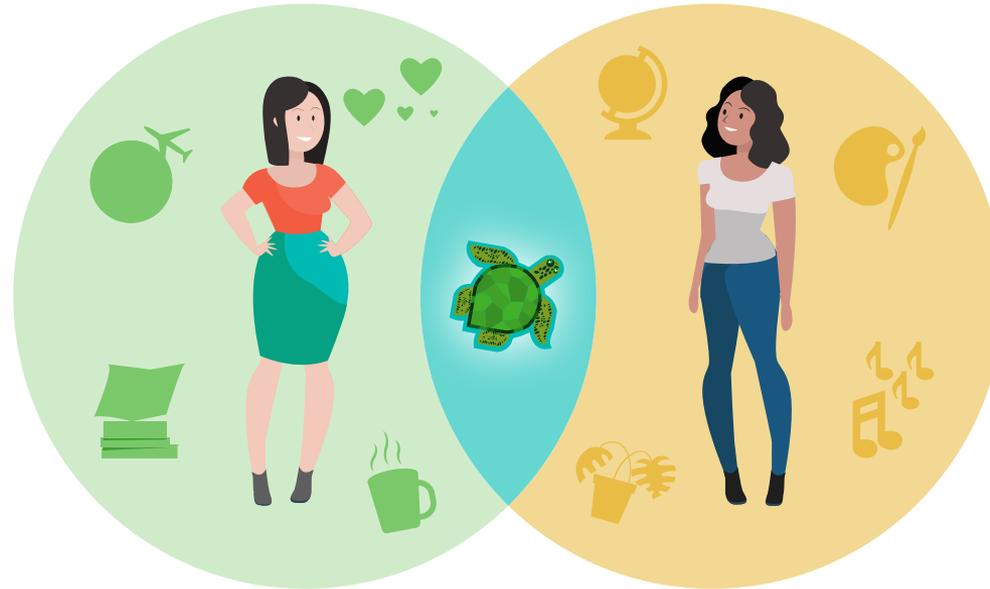
Sin embargo, siempre debe identificar sentimientos y necesidades en su mente porque le ayudan a ofrecer opciones más relevantes.

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 21

En general, al manejar objeciones intente encontrar puntos en común con su prospecto, y destáquelos. Esto ayudará a que su prospecto acepte una opción y que el proceso siga adelante.



Si no tiene la información para responder a una objeción importante, dígallo, asegure a su prospecto de que dará la información cuanto antes y siga con la presentación. Luego tome nota y dé seguimiento!

LAS OBJECIONES *más* COMUNES

Cada presentación es diferente y puede haber tantas objeciones como prospectos. Sin embargo, la mayoría de las objeciones se pueden clasificar en tres grandes grupos. A continuación se presentan algunas de las objeciones más comunes para cada grupo y sugerencias sobre cómo manejarlas.

Imagine las objeciones como los peldaños de una escalera y manejar objeciones como subir esos peldaños para acercarse a su prospecto y a su objetivo.



1 | CITAS

OBJECIONES

EJEMPLOS DE RESPUESTAS

No me interesa.

Podría ganar productos increíbles...

No tengo tiempo.

De acuerdo. Puedo llamarlo/regresar mañana por la mañana.

2 | RECLUTAMIENTO

OBJECIONES

No se como vender.

No conozco a nadie para venderle.

EJEMPLOS DE RESPUESTAS

¿Qué le parece si recibe entrenamiento para vender?

¿Le ayudaría saber que hay muchas personas a quienes les podría vender?

3 | VENTAS

OBJECIONES

EJEMPLOS DE RESPUESTAS

Tengo algo similar.

Está bien. Similar no es lo mismo. Los utensilios de cocina Rena Ware tienen...

No puedo comprarlo ahora.

¿Qué le haría cerrar el trato ahora?

No tengo dinero.

Entiendo. ¿Le ayudaría saber que no tiene que pagar en efectivo y que puede hacer pagos mensuales que se ajustan a su presupuesto?

Quiero pensarlo.

Obviamente tiene razones para decir eso. ¿Cuál es su mayor preocupación? ¿Es el producto, el precio o es algo más?

Quiero conversarlo con mi esposo/esposa.

¿Le ayudaría si hiciera la presentación a su cónyuge para que conozca los beneficios de los productos Rena Ware?

Comprendo y tiene sentido que tomen la decisión juntos. Sin embargo, ¿sabía que mis clientes que han comprado estos productos sin hablarlo con sus cónyuges me han dicho que a sus cónyuges les encantaron?



EJERCICIO 23



SER *un* PRESENTADOR EXITOSO *de* RENA WARE

ESTABLEZCA METAS CLARAS.

Busque lograr la *presentación perfecta* aplicando el proceso aquí explicado.

COMUNIQUE DE MANERA EFECTIVA.

Use su comunicación verbal y no verbal de manera efectiva para satisfacer las necesidades de su prospecto.

SIEMPRE ESTÉ PRESENTABLE.

Vístase apropiadamente, esté bien arreglado, sea amigable y accesible.



MUESTRE ENTUSIASMO.

Tenga e inspire pasión por la compañía, la Causa, la Diferencia Rena Ware y los productos.

ACTÚE DE ACUERDO AL INTERÉS DE SU PROSPECTO.

Enfóquese en mejorar la vida de su prospecto compartiendo la Causa, la Diferencia Rena Ware y los productos de la manera que mejor se adapte a las necesidades del prospecto.

SEA ORGANIZADO.

Tenga todo lo necesario para hacer una presentación.

A SIMPLE VISTA: HABILIDADES *de* PRESENTACIÓN



Use comunicación verbal efectiva: preguntas abiertas, preguntas cerradas, solicitudes de más información, pausas y replanteamientos.



Preste atención a su propia comunicación no verbal: haga contacto visual, sonría, gesticule intencionalmente, relaje la cara y el cuerpo, use la voz de manera efectiva. Observe la comunicación verbal de sus prospectos y responda adecuadamente.



Maneje las objeciones: aceptelas como parte del proceso, use el proceso E.C.O. (Escuchar, Confirmar, Ofrecer) para identificar la objeción principal, confirmar la necesidad bajo ella, y ofrecer opciones.



Practique cómo manejar las objeciones de citas, reclutamiento y venta más comunes y elija ser un presentador exitoso.

¡EMPIECE AHORA!

Organice las siguientes actividades con su grupo o pregunte al líder de su grupo sobre ellas.



Observaciones (1). Haga que los nuevos representantes lo observen a usted dando una presentación. Pídales completar el formulario de **Observación**.



Presentaciones de prueba. Organice sesiones donde un grupo de representantes independientes tomen turnos para interpretar a los prospectos y representantes. Obsérvelos cuando realicen la presentación y complete el formulario de **Retroalimentación**.



Observaciones (2). Observe a los representantes dando una presentación y complete el formulario de **Retroalimentación**.



Retroalimentación. Después de cada paso (1-3) realice sesiones informativas para repasar sus observaciones, responder y hacer preguntas.



Actualizaciones. Programe sesiones para revisar aspectos del seminario de nuevo. Esto se podría hacer de manera muy entretenida, por ejemplo utilizando los juegos que se encuentran en el Apéndice.

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.
- Buen Comer:** (el arte del “Buen Comer”) Para Rena Ware “Buen Comer” significa no sólo alimentarse saludablemente, sino también disfrutar de comida con gran sabor, textura y color con las personas que amamos. “Buen Comer” o el Arte del “Buen Comer” es parte de la filosofía de Rena Ware de “Celebrar la vida”. Esta filosofía también incluye compartir la Causa, la Diferencia y los productos.
- 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.”
- Comunicación no verbal:** comunicación sin palabras. Incluye comportamientos evidentes como expresiones de la cara, ademanes y voz (volumen, tono y velocidad) y también comportamientos menos evidentes como prendas/ropa, postura, distancia entre dos o más personas.

- Comunicación verbal:** comunicación con palabras; las palabras utilizadas para comunicar. Puede ser oral o escrita.
- 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.
- Empatía:** comprender lo que alguien más está sintiendo, y lo que usted está sintiendo (auto-empatía). (del Griego en=en y pathos=sentimiento). La empatía no requiere tener exactamente las mismas experiencias que la otra persona. Requiere conectarse con la emoción y más importante la necesidad que esa persona está experimentando, no el evento o circunstancia.

- 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 acercarse con el propósito de reclutarlas o venderles.
- Mercado caliente:** 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 las tiene; lo que puede cambiar es la prioridad. 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.
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.

- 1 | EL PROCESO *de* LA PRESENTACIÓN PERFECTA: SEMINARIOS ADICIONALES
- 2 | INVENTARIO *de* NECESIDADES *y* SENTIMIENTOS
- 3 | DEMOSTRACIONES
- 4 | JUEGOS
- 5 | FORMULARIOS *para* OBSERVACIONES
- 6 | LISTA DE VERIFICACIÓN *para* UNA PRESENTACIÓN PROGRAMADA

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 | INVENTARIO *de* NECESIDADES y SENTIMIENTOS²

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

2. Feelings inventory" [Inventario de Sentimientos] publicado en línea por www.cnvc.org. Traducción adaptada de www.asociacioncomunicacionnoviolenta.org. Consultado en mayo de 2019.

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

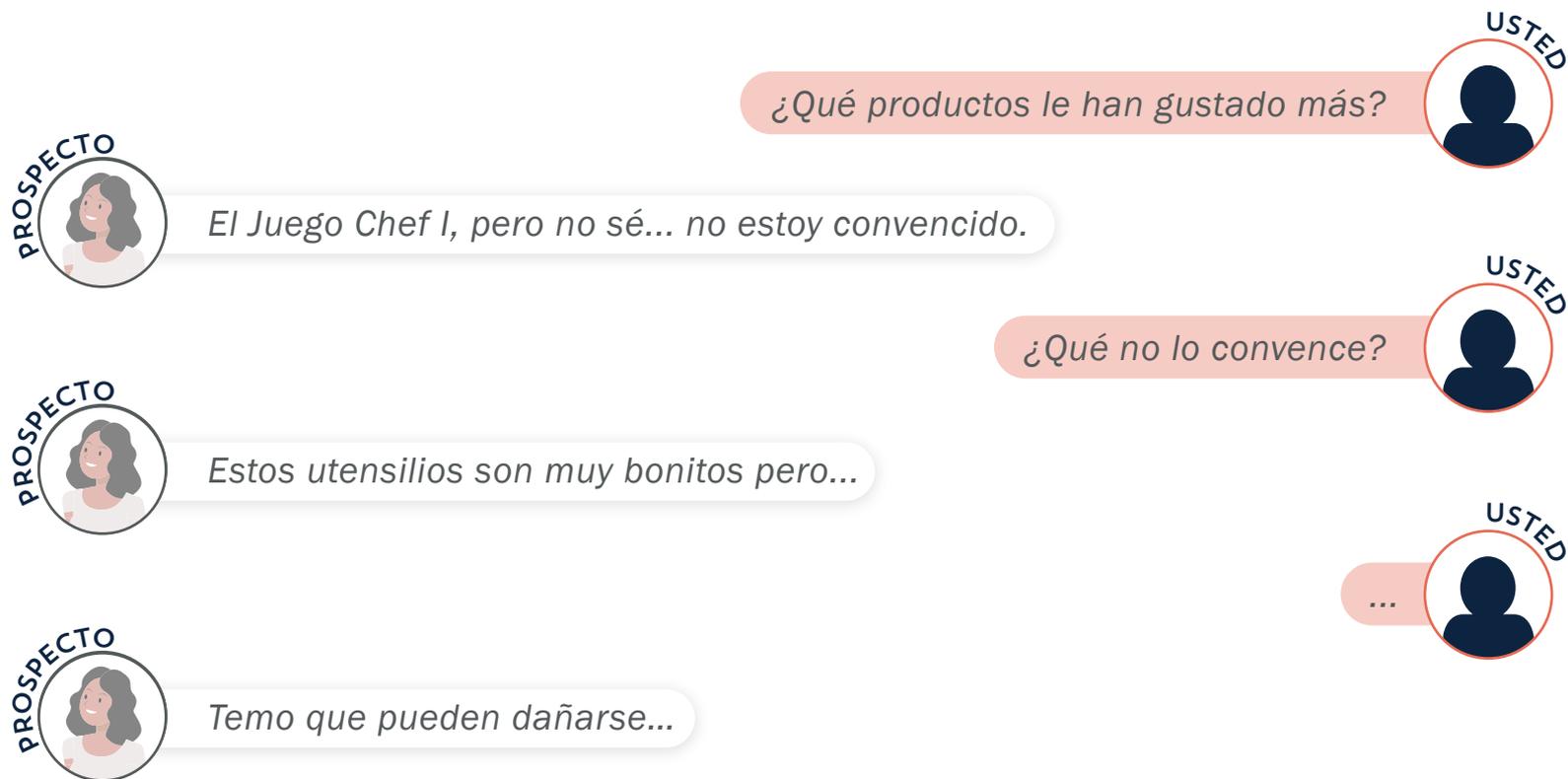
- ansioso/a
- conmocionado/a
- desbordado/a
- estresado/a
- irritable
- nervioso/a
- sobrecargado/a
- sobrepasado/a
- tenso/a

TRISTEZA

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

**EJERCICIO 20**

El siguiente ejemplo ilustra que al escuchar, hacer pausas y preguntas, es posible determinar la objeción real, identificar la necesidad y cerrar la venta.





Sí, pero me gustaría discutirlo con mi cónyuge primero.



Si le muestro lo fácil que es darles mantenimiento adecuado para que duren toda una vida, ¿Eso lo ayudará a decidir?



En realidad, el juego es muy costoso y no podemos pagarlo ahora.



Entiendo. ¿Le gustaría que hiciera una presentación para su cónyuge para que pueda conocer los beneficios del producto?



Sí



¿Es esa su mayor preocupación? ¿Está preocupado porque le gusta el producto y quiere estar seguro de poder pagarlo?



Me interesa el plan de de de financiamiento.

Entiendo. Y usted no tiene que pagar todo en efectivo. Con nuestro plan de financiamiento, puede hacer un pago inicial mínimo y pagar el saldo en plazos cómodos. Incluso se puede pagar con tarjeta de crédito.



Muy bien. Vamos a llenar los documentos así le puedo decir cuánto salen los pagos mensuales...



EJERCICIO 22

3 | DEMOSTRACIONES

PÉRDIDA DE NUTRIENTES

PRUEBA DE LA ZANAHORIA

1. Ralle una zanahoria en un vaso con agua y mezcle.
2. Señale cómo el agua se vuelve naranja. Estos son nutrientes y betacaroteno ³ (un antioxidante importante) que se han diluido en el agua.
3. Mencione que esto puede ocurrir cuando los vegetales se hierven, mientras que con el método para cocinar con un “mínimo de agua” de Rena Ware, quedan más nutrientes en los alimentos.



VIDEO



3. Betacaroteno (β -carotene) también conocido como provitamina A, porque es uno de los precursores más importantes de la vitamina A en la dieta humana.

Fuente: Facultad de Química de la Universidad de Bristol, Reino Unido. http://www.chm.bris.ac.uk/motm/carotene/beta-carotene_vita.html. Consultado en línea en mayo 2019.

MÉTODO PARA COCINAR CON UN “MÍNIMO DE AGUA”

VEGETALES MIXTOS

Utensilio

1.5 L con tapa

Ingredientes

- 1/2 zanahoria mediana cortada en rodajas
- 1/2 taza de cabezuelas de brócoli
- 1/2 calabacín mediano cortado en cubos
- 1/2 cebolla roja mediana cortada en rodajas
- 1/2 pimiento rojo mediano, en rodajas
- Sal y pimienta



Preparación

1. Coloque los vegetales picados en el Utensilio 1.5 L y agregue 1 o 2 cucharadas de agua.
2. Cocine a fuego medio con la válvula abierta hasta que suene el silbato.
3. Reduzca el fuego al mínimo, cierre la válvula y cocine por 4 minutos aproximadamente o hasta que las zanahorias estén suaves.

Opcional: Sazone con sal y pimienta recién molida al gusto.

4. Sirva y disfrute con los asistentes a la demostración.
5. Destaque las ventajas de cocinar con Rena Ware y cómo le permite dominar el arte del “*Buen Comer*”.



HORNEAR EN LA ESTUFA

VOLTEADO DE PIÑA

Utensilio

Sartén Grande (28 cm)

Ingredientes

- 1 lata de 20 oz. (570 g) de rodajas de piña (guarde el almíbar)
- 1 caja de mezcla de pastel de vainilla
- 1/3 taza de mantequilla
- 3/4 taza de azúcar morena
- cerezas marrasquino

Opcional:

Crema batida



Preparación

1. Escurra el jugo de piña en una taza para medir.
2. Prepare la torta de acuerdo con las instrucciones del paquete utilizando el jugo de piña reservado para el líquido.
3. Derrita la mantequilla en la Sartén Grande a fuego medio-bajo; agregue el azúcar y esparza uniformemente en el fondo del utensilio.
4. Coloque las rodajas de piña en la sartén con una cereza dentro de cada rodaja y vierta la mezcla de pastel sobre las piñas hasta que el utensilio esté dos tercios lleno.
5. Cubra con la válvula abierta y cocine a fuego medio durante 13 minutos.
6. Apague el fuego y deje reposar cubierto durante 5 minutos con la válvula cerrada.
7. Retire la tapa rápidamente para que la humedad condensada no gotee sobre la torta y verifique si está lista.
8. Retire el pastel del utensilio girándolo rápidamente sobre un plato grande.
9. Levante cuidadosamente el utensilio para separarlo de la torta.
10. Sirva caliente o frío con o sin crema batida a los asistentes.



Encuentre más recetas en el Seminario Utensilios de Cocina (RW301) y nuestro blog en renaware.com.

EXPLICAR LA CAUSA CON LA BOTELLA FILTRANTE

- Lleve la botella a donde quiera que vaya.
- Conecte con la situación y el prospecto.
- Cuando se reúna con un prospecto durante una cita para vender y reclutar, pregunte dónde puede llenar su botella. Observe el agua que usan (¿Agua del grifo? ¿Agua embotellada?) y use esa información en su conversación.



He notado que toma agua embotellada. ¿Le gustaría tener su propio filtro de agua donde quiera que vaya? Así podría tener agua fresca siempre, ahorraría en agua embotellada y ayudaría a una excelente Causa! ¿Ha oído hablar de la Causa de Rena Ware?

He notado que toma agua embotellada. Debe ser un poco caro. ¿Le gustaría tener agua fresca de agradable sabor que sea mucho más barata?

¿Le gustaría tener agua potable fresca sin comprar agua embotellada?

Presente las características y beneficios de la Botella Filtrante Rena Ware. Un ejemplo a continuación.

TAPA PROTECTORA

Previene derrames y protege la boquilla donde quiera que vaya.

BOTÓN DE ABIERTO/ CERRADO

Operación sencilla con una sola mano. Tápela y llévala en su bolso.

TECNOLOGÍA AQUAVHD™

Brinda filtración extrema, de gran capacidad y alto flujo.²

FÁCIL LLENADO

Llénela y límpiela desde la parte superior o inferior.



AGARRADERA

Segura y conveniente al llevarla.

Botella de Tritan™

Fabricada con Tritan™ libre de BPA, de calidad alimentaria resistente a impactos. Volumen: 500 ml.

BANDA DE COLOR

Personalice su botella. Incluye banda de color aqua. 4 colores adicionales disponibles por separado.



EJERCICIO 8

Los beneficios y características pueden presentarse en cualquier orden, dependiendo del flujo de la conversación. Observe y escuche a sus prospectos e introduzca las características y beneficios de la forma que sea más relevante para ellos.

4 | JUEGOS

 JUEGO DE ROL


MANEJAR OBJECIONES

Objetivo:
Practicar escuchar y responder a objeciones.

Mínimo de participantes:
Desde 3 si el entrenador puede participar hasta 20 (por el número total de cartas).

Duración:
aproximadamente: 45 minutos, pero depende del número de participantes y de rondas.

Lo que necesita:
Un conjunto de cartas o una colección de cartas (Caja/Trinca, Tarjetas, Blocker/materiales), dependiendo del número de participantes y la opción de juego (4 o 7).

 Explique el objetivo y el proceso del juego ANTES de distribuir cartas.

Proceso

Opción 1. | Juego: grandes (10-20 participantes)

- Dice a los participantes el objetivo del juego.
- Dice a los participantes que les va a dar una carta con una objeción y una respuesta y pide a los participantes que lean la carta silenciosamente y la presenten a alguien si no entienden lo que dice la carta.
- Da una carta a cada participante.
- Dice a los participantes que van a moverse en el salón y formar parejas.
- Antes de que empiecen, explica que cuando se forma un turno para leer la objeción y responder. Antes de leer que su pareja intente algunas respuestas, y si no consigue leer la respuesta pregunta, suelta la carta en la mesa.

Ejemplo:
A. Después de la CEBERÓN con su carta. No me interesa.
B. Pero estas puestas son muy interesantes. (la respuesta no se pone a la de la carta)
C. Otra vez.
D. ¿No le interesa la oportunidad de ganar productos livianos con?
E. Claro.

- Si necesario, puede usar este ejemplo para demostrar el juego con un participante (y luego rotar con otros).
- Toma el tiempo. Pierda de 2 minutos para cada ronda. 1 minuto para cada carta. 2 minutos para toda pareja.
- Cuando el tiempo ha pasado, los participantes dicen una persona, no unen a otro y vuelven a empezar.

RW205-WR-1205.02.0623 | One World U.S.A. 1470 861.6211 | © 2002 RWU

 JUEGO


MANEJAR OBJECIONES

Lo que necesita:

- Una versión impresa del juego de la página siguiente para cada pareja o grupo.
- Una moneda para cada pareja o grupo.
- Un objeto pequeño para cada participante (p.ej. un sujetapapeles, un borrador, una bolita de papel, etc.).

Reglas:

- Ponga los objetos en la casilla de comienzo. Lance la moneda para desplazar su objeto en el tablero.
- Cara** = avance 1 casilla
- Cruz** = avance 2 casillas
- Casillas rojas** = objeciones falsas
- Casillas verdes** = objeciones reales

 Cuando llegue a una casilla, otro participante le leerá la objeción. Use una técnica de comunicación para manejar la objeción.

 Lea la objeción en voz alta y responda.

- Si no puede manejar la objeción regrese 2 casillas (1 casilla si está a 1 casilla del inicio) y revise el manejo de objeciones en el seminario.

RW205-WR-1205.02.0623 | One World U.S.A. 1470 861.6211 | © 2002 RWU

 JUEGO


EMPAREJAR OBJECIONES Y RESPUESTAS

Objetivo:
Practicar escuchar y responder a objeciones.

Número de participantes:
Min. 1, máx. 40 (debido al número de cartas) pero funciona mejor con 20 participantes.

Duración:
Depende mucho del número de participantes.

Lo que necesita:
Un conjunto de cartas impresas en color y cortadas para que las objeciones estén separadas de las respuestas.

 Explique el objetivo y el proceso del juego ANTES de distribuir cartas.

Proceso

- Mezclar las cartas muy bien.
- Dar una carta a cada participante. Si hay más cartas que participantes (menos de 40 participantes), asegúrese de distribuir cartas que formen parejas. (Ej. Objeciones 1-10 y Respuestas A-J).
- Pedir a los participantes que se desplacen en el salón y encuentren a la persona con la carta que forme una pareja de objeción + respuesta.
- Para asegurarlo, tendrán que leer su carta en voz alta a cada persona hasta que encuentren su pareja.
- Cuando se formen las parejas, verifique que la unión es correcta con las soluciones sugeridas:

1 A	5 E	9 I	13 M
2 B	6 F	10 J	14 N
3 C	7 G	11 K	15 O
4 D	8 H	12 L	16 P

- Los participantes que se hayan emparejado correctamente pueden escribir más respuestas a las objeciones en su carta.

 Invite a los participantes a escribir toda respuesta que le parezca buena y no está entre las sugerencias. Al final, haga una sesión de retroalimentación para compartir las respuestas que hayan recordado. Si todo el grupo piensa que una respuesta es buena, se puede añadir a la lista de sugerencias.

RW205-WR-1205.02.0623 | One World U.S.A. 1470 861.6211 | © 2002 RWU



Estas son imágenes de referencia. Use los materiales disponibles en [RenaDrive](#) > [Universidad Rena Ware Materiales Suplementarios](#) > [La Presentación Perfecta](#) > [Juegos de rol.](#)

5 | FORMULARIOS *para* OBSERVACIONES

FORMULARIO **RWU**

OBSERVACIÓN DE PRESENTACIÓN

Este formulario se puede utilizar al observar a un representante experto durante una presentación.

Nombre del presentador: _____ Fecha: _____
 Nombre del observador: _____

GENERAL

Logros:

¿Qué fue realmente efectivo? ¿Qué hizo bien el presentador?
 Mencione logros concretos en esta parte. Puede guiarse con las secciones principales que aparecen en el formulario.

Errores:

- ✗ Preparar el terreno ("¿Qué pasó el terreno muy bien?")
- ✓ Poner referencias ("Me acordé como pasó referencias")
- ✓ Técnicas de comunicación ("¿Qué usó una variedad de técnicas de comunicación?")

FORMULARIO PARA OBSERVACIÓN DE PRESENTACIÓN | UNIVERSIDAD RENA WARE MATERIALES SUPLEMENTARIOS | © 2021 RWU

FORMULARIO **RWU**

RETROALIMENTACIÓN DE PRESENTACIÓN

Este formulario se puede usar al observar a un nuevo orador durante una presentación de prueba o su primera presentación real. También se puede usar para auto-observación.

Nombre del presentador: _____
 Nombre del observador: _____

GENERAL

Logros:

¿Qué fue realmente efectivo? ¿Qué hizo bien el presentador?
 Mencione logros concretos en esta parte. Puede guiarse con las secciones principales que aparecen en el formulario.

Errores:

- ✓ Preparar el terreno ("¿Qué pasó el terreno muy bien?")
- ✓ Poner referencias ("Me acordé como pasó referencias")
- ✓ Técnicas de comunicación ("¿Qué usó una variedad de técnicas de comunicación?")

Sugerencias para mejorar:

¿Qué aspectos podría mejorar?
 Si hay varias sugerencias, ordene las más importantes. Asígneles de:

- No escribir más sugerencias que logros.
- Escribir sugerencias "alternativas". Por ejemplo, "sea más gráfico" no es alternativo porque no indica qué hacer para ser gráfico; acciones alternativas para ser gráfico son pedir un ejemplo gráfico, hacer un gráfico, hacer un gráfico visual (con más frecuencia), escribirlo junto al presentador, entre otros.

FORMULARIO PARA OBSERVACIÓN DE PRESENTACIÓN | UNIVERSIDAD RENA WARE MATERIALES SUPLEMENTARIOS | © 2021 RWU



Estas son imágenes de referencia. Use los materiales disponibles en *RenaDrive > Universidad Rena Ware Materiales Suplementarios > La Presentación Perfecta > Formularios.*

6 | LISTA DE VERIFICACIÓN *para UNA PRESENTACIÓN PROGRAMADA*

LISTAS DE VERIFICACIÓN 

PREPARARSE PARA UNA PRESENTACIÓN PROGRAMADA

Use esta lista para organizarse antes de la presentación.

Organización Fecha: / /

Tengo:

- La dirección/el enlace de la reunión correcto.
- Indicaciones para llegar/cómo conectarme.
- Hora de salida/hora para conectarme.

- Veré a otros prospectos/les he recordado a los asistentes que invité a otros.
- Tengo todos los materiales en forma digital o impresa.
- Los materiales están organizados en el orden en que los voy a usar.
- Tengo productos para demostraciones (si aplica).
- Los productos para demostraciones están limpios (si aplica).
- Tengo ingredientes para las recetas de demostración (si aplica).

P planteamiento de objetivos

Con esta presentación mis objetivos principales son:

- Agregar un nuevo miembro a mi equipo.
- Cerrar la venta.
- Conseguir nuevas citas y referencias.
- Enseñar a otros.

RW205.1205.02.0623 | Crea Memo U.S.A. (425) 881.6171 | © 2023 R.W.I. renaware.com



Estas son imágenes de referencia. Use los materiales disponibles en *RenaDrive > Universidad Rena Ware Materiales Suplementarios > La Presentación Perfecta > Listas de Verificación.*

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

RW205 1205.02.0623 | Casa Matriz U.S.A. (425) 881.6171 | © 2023 R.W.I.



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