

SEMINARIO
LA PRESENTACIÓN PERFECTA

PRÁCTICA



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



VERSIÓN
DIGITAL

ENSEÑAR EL SEMINARIO DE *la* PRESENTACIÓN PERFECTA

Al entrenar con este seminario considere los siguientes puntos:

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

Después de completar el seminario, incluyendo Práctica y Evaluación, puede hacer los siguientes arreglos.

- 1. Observaciones (1).** Lleve a los representantes con usted a una cita donde puedan ver cómo realiza una presentación. Pídale completar el formulario de [Observación](#).
- 2. 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 completen el formulario de [Retroalimentación](#).
- 3. Observaciones (2).** Acompañe a los representantes a una cita de ventas. Obsérvelos cuando realicen la presentación y completen el formulario de [Retroalimentación](#).
- 4. Retroalimentación.** Después de cada paso (1-3) realice sesiones informativas para repasar sus observaciones, responder y hacer preguntas.
- 5. 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](#).

PRESTE ATENCIÓN A LOS SIGUIENTES ÍCONOS



EN CLASE: Únase a otro representante/participante en el entrenamiento, tomen turnos para ser el asesor y el prospecto en juegos de rol.



EN CASA: Practique con un familiar o un amigo. Pídale interpretar al prospecto y pida retroalimentación.



POR SU CUENTA: Si es posible, practique frente a un espejo y/o grabe su voz o saque un video. Verse o escucharse a sí mismo le dará retroalimentación útil.



ENLACE A RESPUESTAS.



ENLACE A PREGUNTAS.



COSAS QUE RECORDAR.

Preguntas rápidas para guiar la retroalimentación durante la práctica.



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?

COMUNICAR DE MANERA EFECTIVA

1 | Responda las siguientes preguntas:

a. ¿Qué se requiere para comunicarse de manera efectiva?

b. ¿Qué barreras pueden impedirle escuchar?

c. ¿Qué puede hacer para superar esas barreras?

2 | Haga el ejercicio en la página 16, luego conteste las siguientes preguntas:

• ¿Qué tan fácil/difícil fue para usted contestar esas preguntas?

• ¿Qué es lo que fue fácil/difícil?

• ¿Qué aprendió de ese ejercicio?

3 | Escriba el problema (P), el sentimiento (S) y la necesidad (N) en el diálogo siguiente.

Rep. Ind. = Representante Independiente

PROSPECTO: No soy capaz de vender... (¹ ___)

REP. IND.: Está preocupado (² ___) porque le gustaría hacer un buen trabajo como Representante Independiente (³ ___)?

4 | Complete las palabras del representante con un posible sentimiento y necesidad (1-2). Luego, agregue una propuesta (3).

Rep. Ind. = Representante Independiente

PROSPECTO: No lo conozco. No le voy a dar el número de mi tarjeta de crédito.

REP. IND.: ¿Está ¹ _____ porque quiere /necesita ² _____?

¿Le ayudaría si ³ _____ ?



5 | Entréñese para escuchar mejor. Pruebe las actividades a-c.¹

- a. Siéntese solo en un lugar público, por ejemplo, un parque, un aeropuerto, una cafetería o un restaurante. Use sus oídos como micrófonos direccionales para captar sonidos y conversaciones. Enfóquese en lo que está escuchando. No juzgue lo que está escuchando (por ejemplo, “sonido malo/bueno”, “esa persona está totalmente equivocada/correcta”), simplemente nótelos.
- b. Durante las conversaciones, concéntrese deliberadamente en escuchar. Observe cuándo se desconecta o si piensa en lo que quiere decir. No se juzgue a sí mismo. Solo note si suceden estas cosas y vuelva a concentrarse en escuchar.
- c. Convenza a un amigo o familiar para que le permita hacer cinco preguntas. Prepare sólo la primera pregunta (¡no las otras cuatro!). Después de preguntar, escuche atentamente la respuesta, haga una pausa y luego haga una segunda pregunta basándose en esa respuesta. Continúe hasta que haya hecho cinco preguntas en total. Podría practicar la identificación de sentimientos y necesidades, o hacer preguntas cerradas y abiertas.

6 | Una cada ejemplo a continuación (a-h) con una técnica de comunicación adecuada (1-6).

Técnicas de comunicación		Ejemplos
1. Pedir más información	<input type="checkbox"/>	a. ¿Está diciendo que le gustaría ahorrar dinero?
2. Hacer una pausa	<input type="checkbox"/>	b. ¿Disfruta comer con su familia?
3. Hacer preguntas abiertas	<input type="checkbox"/>	c. ¿Qué tan a menudo cocina?
4. Hacer preguntas cerradas	<input type="checkbox"/> b	d. Parece que tener agua fresca es importante para usted. ¿Cierto?
5. Aclarar	<input type="checkbox"/>	e. ¡Solo piénselo! Una sola Botella Filtrante Rena Ware puede reemplazar miles de botellas de plástico desechables...
6. Reconocer	<input type="checkbox"/>	f. Cuénteme más sobre eso.
		g. ¿Cuál es su comida preferida para cocinar?
		h. Parece que tiene mucha pasión por la comida saludable y sabrosa.

7 | Una los ejemplos de comunicación de arriba (a-h) con las afirmaciones del prospecto abajo (1-7). Hay un ejemplo extra que no necesita unir.

Afirmación del prospecto	Ejemplo de respuesta
1. Cocino muchas comidas diferentes.	<input type="checkbox"/> g
2. A menudo cocino para mis amigos.	<input type="checkbox"/>
3. Quiero que mi comida sea sabrosa y nutritiva.	<input type="checkbox"/>
4. No estoy seguro del agua que tomamos.	<input type="checkbox"/>
5. Las comidas son tiempo para disfrutar con mi familia.	<input type="checkbox"/>
6. El agua aquí no tiene buen sabor.	<input type="checkbox"/>
7. Gastamos mucho dinero en botellas de agua.	<input type="checkbox"/>

¹ Adaptación de S. Harrison (2010), *Ideas Selling*.



8 | Imagine que su prospecto hace las siguientes afirmaciones (1-3). Responda a cada afirmación usando la técnica de comunicación sugerida.

1. “La comida es importante para mí y mi familia.”

a. Pida más información:

Dígame más sobre eso

b. Haga una pregunta abierta:

c. Haga una pregunta cerrada:

2. “Siempre he querido tener mejores utensilios.”

a. Aclare:

b. Haga una pregunta abierta:

3. “Estoy cansado de comprar muchas botellas de agua.”

a. Reconozca:

b. Haga una pregunta cerrada:



9 | “Lea” a su prospecto. Escriba cada sentimiento en el espacio correcto (a-f)

aburrido (x2) • cerrado • evaluando • interesado • inseguro



a. _____



b. _____



c. _____



d. _____



e. _____



f. _____

10 | Entréñese en la comunicación no verbal. Pruebe las actividades a-c.

- a. Siéntese solo en un lugar público, por ejemplo, un parque, un aeropuerto, una cafetería o un restaurante. Sin mirar intensamente, observe casualmente a las personas que le rodean. Céntrese en su comunicación no verbal. No juzgue (por ejemplo, “sonrisa bonita/fea). En cambio, trate de identificar los posibles sentimientos.
- b. Dé una presentación de prueba y grabe un video. Luego revise el video y observe su lenguaje no verbal: ¿Lo que ve coincide con lo que sintió mientras estaba presentando? Si la persona en el video fuera otra persona, ¿Cómo se sentiría con respecto a él/ella y su presentación? ¿Qué aprendió sobre su comunicación no verbal? ¿Qué puede hacer al respecto?
- c. Haga el ejercicio 5C y grabe un video durante el ejercicio. Revise el video y observe su lenguaje no verbal mientras habla y mientras escucha. ¿Qué aprendió sobre su comunicación no verbal? ¿Qué puede hacer al respecto?



11 | Escuche a sus prospectos e identifique su necesidad principal. Lea las palabras del prospecto e identifique la necesidad principal detrás de ellas. Puede usar el Apéndice 2 para obtener ayuda.

Palabras del prospecto

Necesidad

Estoy confundido.

claridad, entendimiento _____

1. Es demasiado caro.

2. Ya tengo un trabajo.

3. Quiero hablarlo con mi esposo/a.

4. Soy un miembro de la asociación de vecinos.

5. ¡Estos utensilios de cocina se ven muy bien!

6. ¡No quiero más utensilios en mi cocina!

12 | Hable para su prospecto. Presente los productos y sus beneficios de una manera fácil de entender. Exprese los siguientes beneficios en una forma más fácil. Imagínese que los está explicando a un niño.

Dificultad

Más fácil

1. Reducir las propiedades beneficiosas de los alimentos saludables.

Eliminar los nutrientes de la comida

2. Eficiencia de calor.

3. Empaque biodegradable.

4. El Aqua ✓ Nano usa atracción electropositiva en vez de una barrera física para filtrar el agua.

5. El Aqua ✓ Nano proporciona tanto alto flujo como filtración a escala nanoscópica.

6. La Botella Filtrante Rena Ware está fabricada con Tritan libre de BPA.

7. La Botella Filtrante Rena Ware cuenta con un elemento de doble acción electropositivo del filtro con carbón activado en polvo.



13 | Hable con su prospecto. Escúchelos y use algunas de sus palabras.

A. Lea las palabras de un prospecto y subraye las que usted podría reutilizar al hablar con él/ella.

Prospecto: Mis ollas son bastante viejas, pero siguen funcionando. Sé cómo usarlas. La comida no se pega, incluso cuando cocino carnes o arroz, y son fáciles de limpiar. También caben en mi cocina.

B. Revise sus respuestas y luego escriba las palabras subrayadas en los siguientes espacios en blanco (1-3) para describir los beneficios de los productos Rena Ware.

Rep. Ind. = Representante Independiente

Rep. Ind.: Con los utensilios Rena Ware usted puede ¹ _____ y la ² _____. Además todos los utensilios son muy ³ _____.

14 | Cuando hable con un cliente que haya sido referido por un amigo o algún conocido, mencione la conexión.

A. Practique con estos nombres y conexiones. Para cada uno, escriba una frase como en los ejemplos.

Amiga / Alicia / usted / comida saludable.

Hablé con su amiga Alicia y me dijo que a usted le importa la comida saludable.

Primo / Javier / usted / explorar nuevas oportunidades de negocios.

Su primo Javier dijo que a usted le podría interesar explorar nuevas oportunidades de negocios.

1. compañera de trabajo / Celia / usted / utensilios de alta calidad
2. amigo / Néstor / usted / trabajar por su cuenta
3. Carla / vecina / usted / importar el medio ambiente
4. primo / Pablo / usted / buscar filtros de agua

B. No mencione a la persona que le ha dado las referencias si ésta así lo ha pedido. Si considera que es necesario explicarle al prospecto cómo obtuvo su nombre, aquí hay un ejemplo de cómo hacerlo. Complete el ejemplo con las palabras de la lista.

adecuada • en común • hablar • nombre

Un amigo ¹ _____ me ha dado su ² _____. Dijo que usted sería la persona ³ _____ con quien ⁴ _____ porque...



Asegúrese de dar una razón como en el ejercicio anterior. Esto es importante porque enfocará la conversación en el propósito de su visita.



15 | Utilice testimonios. Una cada testimonio (1-5) a una situación adecuada (a-e).

Testimonio

Situación

- | | | |
|---|--------------------------|--|
| <p>1. Un nuevo cliente comentó en mi página de Facebook que había hecho su primer pastel sobre la estufa y a sus hijos les gustó muchísimo!</p> | <input type="checkbox"/> | <p>a. Virgita, 36, viaja mucho por trabajo.</p> |
| <p>2. Una cliente que tengo desde hace mucho tiempo acaba de comprar la nueva Serie Zylstra y compartió fotos en su Instagram de lo bonita que es para servir comida.</p> | <input type="checkbox"/> | <p>b. Noelia, 42, le importa mucho cómo se presentan las cosas.</p> |
| <p>3. Un cliente acaba de comprar el Set Gourmet como regalo de aniversario para su esposa.</p> | <input type="checkbox"/> | <p>c. Maria, 51, le encanta hacer pasteles.</p> |
| <p>4. Un cliente instaló el filtro CTU en casa de su madre. Ahora ella se siente bien con el agua que ella y su familia toman.</p> | <input type="checkbox"/> | <p>d. Héctor, 38, está preocupado con la calidad del agua de su grifo.</p> |
| <p>5. Mi sobrino me cuenta que se lleva la botella filtrante a donde quiera que vaya y que ya ha ahorrado mucho en botellas de agua.</p> | <input type="checkbox"/> | <p>e. César, 60, está buscando un regalo de boda para su sobrina.</p> |

PRESENTAR DE MANERA EFECTIVA

16 | Preparación. Hágalo realidad para usted. Escriba lo más importante para usted entre las cosas mencionadas en esta sección de seminario, y en general:

Lo más importante	de esta sección	para mi en general
a. ...prepararse para la presentación:	revisar los materiales	
b. ...el día antes de la presentación programada:		revisar si hay gasolina en el auto
c. ...el día de la presentación:		



17 | Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54).

A. ¿Qué beneficio de la tarjeta es una ventaja para ambos, usted y su prospecto?

B. Escriba a quién va dirigida cada parte de la tarjeta (a-c).



a. Arriba: _____

b. En medio: _____

c. Abajo: _____



18 | Paso 1: Prepare el terreno.

A. Acercamiento frío. Escriba lo que recuerda del mini gui3n de la primera cara de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54).


B. Acercamiento c3lido. Seleccione a una persona conocida de su C3rculo de influencia (RW120) y ajuste el mini gui3n siguiendo el ejemplo en esta secci3n del seminario.

C. Romper el hielo. Siga las sugerencias de la p3gina 30 y escriba posibles l3neas que podr3a usar.

Para el mercado fr3o.

Para el mercado c3lido. Seleccione a tres personas de su C3rculo de Influencia (RW120) y escriba una l3nea para cada uno de ellos.

¡PRUÉBELO! Use las l3neas que escribi3 en el ejercicio anterior.



19 | Paso 2: Comparta la Causa y la Diferencia.

A. Comparta la Causa. Tome el Folleto de Filtros de Agua (AQ700) y escriba el número de las páginas que usa para:

- explicar la Causa: págs. _____
- invitar a su prospecto a unirse a su equipo: págs. _____

B. Comparta la Diferencia. Tome el Folleto de reclutamiento (RW516) y escriba el número de páginas que usa para:

- explicar qué diferencia a Rena Ware de otras compañías de venta directa: págs. _____
- mostrar el programa de ganancias de Rena Ware: págs. _____
- dar ejemplos de recompensas y reconocimientos: págs. _____
- cómo la Diferencia está unida con la Causa: págs. _____

PRUÉBELO!



Usted podría interpretar diferentes tipos de prospectos con situaciones diferentes. Practique compartir la Diferencia para que sea relevante para cada uno de ellos.



Use su Círculo de Influencia (RW120) o lista de contactos. Seleccione a tres personas con situaciones diferentes. Practique compartir la Diferencia para que sea relevante para cada uno de ellos.

20 | Paso 4: Inscríba al prospecto.

Escriba las tres cosas que puede hacer para ayudar a su nuevo miembro del equipo a prepararse para su primera sesión de entrenamiento.

1. _____
2. _____
3. _____



21 | Paso 5: Comparta los productos.

A. Tome el Folleto de Filtros de agua (AQ700). Si su prospecto no ha decidido unirse todavía, ¿Qué página o páginas utiliza para hacer la transición a los productos?

B. ¿Qué parte de Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) utiliza para identificar qué línea de productos introducir?

C. ¿Qué parte de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) utiliza si el prospecto no está seguro?

D. Qué materiales y páginas usa para hablar sobre:

- “Buen Comer” _____
- Filtración de agua en casa _____

E. ¿Qué pregunta de transición hace para decidir qué línea de productos mostrar en detalle?

F. Qué materiales y páginas usa para mostrar en detalle:

- Los utensilios de cocina _____
- Los modelos de filtros de agua _____

¡PRUÉBELO!



Cada uno seleccione una línea de productos y tome turnos para presentarlos.



Presente la(s) línea(s) de productos de acuerdo con las respuestas que su amigo/familiar le dé a las preguntas 1-4 de la Tarjeta del Gran Sorteo.



Seleccione un producto o línea de productos para presentar.



22 | Demostraciones. Pratique las demostraciones, incluso si está en clase sin recursos o ingredientes. Pratique las interacciones.

A. Utensilios de cocina.

Si tiene los utensilios y va a dar una demostración de cocina, pida ayuda a unos participantes. Esto ayudará a mantenerlos entretenidos, porque involucra más sentidos. Y así su presentación tendrá un impacto más fuerte.

Prueba de la zanahoria.

Pida que un voluntario ralle la zanahoria en el vaso. Si nadie se ofrece, amablemente pídaselo a alguien, por ejemplo: “*María, ¿me puede ayudar con esto?*”

Receta de verduras mixtas y Volteado de piña.

Pida ayuda a los voluntarios: dependiendo del tamaño del grupo y de los recursos disponibles, podría bastar una persona para toda la receta, o bien se podría haber una persona para cada uno de los pasos principales.

B. Botella filtrante Rena Ware.

Ilustre las características de la botella y sus beneficios. Una cada característica (1-7) con el beneficio correspondiente (a-g).

Características

- 1. Agarradera
- 2. Tapa protectora
- 3. Botón de abierto/cerrado
- 4. Tecnología de filtración Rena Ware
- 5. Botella de Tritan™
- 6. Llenado desde la parte superior o inferior
- 7. Banda de color

Beneficios

- a. El agua se mantiene limpia, libre de polvo y otras partículas.
- b. Filtración de gran capacidad y de alto flujo, permite tomar más agua en menos tiempo.
- c. Puedes reconocer tu botella entre otras.
- d. Puedes meter la botella en tu bolso y sin preocuparte de derrames.
- e. Es segura, libre de químicos dañinos, extremadamente duradera.
- f. Es práctica: se puede agarrar y llevar.
- g. Es fácil de llenar y limpiar.



23 | Paso 6: Cierre la venta.

A. ¿Qué partes de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) usa durante el cierre de la venta?



Practique con los productos elegidos en las respuestas a las preguntas de 1 a 4 de la Tarjeta para el Gran Sorteo.

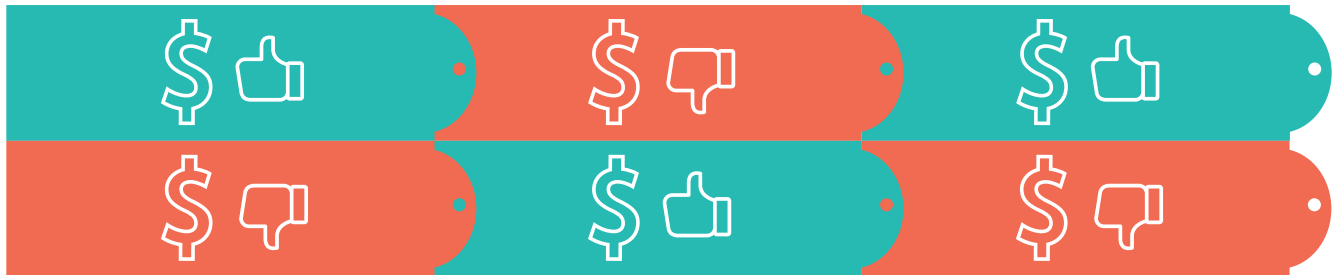
Seleccione un producto del catálogo.

¡PRUÉBELO!

B. Siga el parte I del cierre y diga el valor total, haga una pausa e introduzca los especiales. Practique responder a una reacción positiva y negativa al precio. Cierre los ojos y toque una casilla en la tabla siguiente, responda en base al tipo de reacción que aparece en la casilla.

\$ 👍 = el precio está bien. \$ 👎 = el precio no está bien.

Si está trabajando con un compañero en clase cuando usted toque la casilla, su compañero responde y viceversa.



C. Continúe con una técnica de cierre. Practique cada técnica:

- Cierre asumido:** haga una de las preguntas en los ejemplos.
- Cierre directo:** haga una de las preguntas cortas en los ejemplos, basándose en los productos elegidos.
- Cierre de alternativas:** haga una pregunta de los ejemplos.



D. Siga con las partes II y III del cierre. Practique llenar contratos con diferentes formas de pago: uno en efectivo, uno con tarjeta de crédito y uno financiado. Si está practicando en clase con una compañero, Seleccionen una forma de pago cada uno y túrnense.

E. Siga con la parte IV del cierre. Si está practicando en clase con una compañero, dividan el contrato en la mitad y túrnense para explicar los detalles.

24 | Paso 7: Pida referencias.

A. ¿Qué parte de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) utiliza para solicitar referencias?

B. ¿Qué puede decir para informar a sus clientes que va a ponerse en contacto con sus referencias?

¡PRUÉBELO!



Si aplica, use los mismos prospectos que usó antes.



Pídale a un amigo o miembro de la familia que “se interpreten a sí mismos”, mientras usted será usted mismo (el representante).




Continúe usando las mismas personas de su Círculo de Influencia (RW120) o la lista de contactos que usó para los ejercicios anteriores.




25 | Paso 8: Comparta la Diferencia Rena Ware de nuevo. Despídase. Dele seguimiento.

A. Use la siguiente tabla para practicar lo que puede decir.

¡PRUÉBELO!


 | Cierre sus ojos y toque una casilla de la tabla.


 | Uno de ustedes toca la tabla y el otro responde.

HAGA UNA LLAMADA DE SEGUIMIENTO A UN NUEVO MIEMBRO DEL EQUIPO.	COMPARTA LA DIFERENCIA CON EL CLIENTE QUE HA COMPRADO UTENSILIOS DE COCINA.	HAGA UNA LLAMADA DE SEGUIMIENTO A UN NUEVO CLIENTE QUE HAYA COMPRADO FILTROS DE AGUA.
DESPÍDASE DE UN NUEVO CLIENTE.	HAGA UNA LLAMADA DE SEGUIMIENTO A UN NUEVO CLIENTE QUE HA COMPRADO UTENSILIOS DE COCINA.	COMPARTA LA DIFERENCIA CON EL PROSPECTO QUE NO HA COMPRADO PRODUCTOS.
HAGA UNA LLAMADA DE SEGUIMIENTO A UN CLIENTE POTENCIAL QUE NO HAYA COMPRADO PRODUCTOS O NI SE HAYA UNIDO A SU EQUIPO.	COMPARTA LA DIFERENCIA CON EL CLIENTE QUE HA COMPRADO FILTROS DE AGUA.	DESPÍDASE DE UN PROSPECTO.

B. Seleccione un escenario (a-c) y practique qué decir en cada paso (1-3).

¡PRUÉBELO!

 | Seleccione un escenario para cada persona en parejas/grupo pequeño.

 | Seleccione dos escenarios o practique los tres.

a. EL CLIENTE COMPRÓ UTENSILIOS DE COCINA

b. EL CLIENTE COMPRÓ FILTROS DE AGUA

c. EL PROSPECTO NO COMPRÓ PRODUCTOS O NI SE UNIÓ A SU EQUIPO

1

Comparta la Diferencia de nuevo

2

Despídase

3

Dele seguimiento



26 | A. El presentador exitoso de Rena Ware tiene todo lo necesario para hacer una presentación. Para ayudarlo a organizarse, puede utilizar la siguiente lista de verificación.

Es una buena idea revisar la lista con uno o dos días de anticipación a la presentación programada.

Lista de verificación

Organización	Fecha:	/	/	/	/
<p>Conozco:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la dirección correcta. • indicaciones para llegar. • hora de salida. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> • Veré a otros prospectos. • Tengo todos los materiales en forma digital o impresa. • Los materiales están organizados en el orden en que los voy a usar. • (Si aplica) Tengo productos para demostraciones. • Los productos para demostraciones están limpios. • (Si aplica) Tengo ingredientes para las recetas de demostración. • La ropa y zapatos que usaré están limpios y listos. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Planteamiento de objetivos</p> <p>Con esta presentación mis objetivos principales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agregar un nuevo miembro a mi equipo. • Cerrar la venta. • Conseguir nuevas citas y referencias. • Enseñar a otros. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



B. Muéstrase entusiasmado. Su entusiasmo no se le notará a menos que sea real. Para inspirar pasión por la compañía, la Causa, la Diferencia de Rena Ware y los productos, primero tiene que sentir esa pasión usted mismo. Aquí hay algunas sugerencias para conectarse con sí mismo y con sus presentaciones de ventas, y así aumentar su entusiasmo.

¿Qué es lo primero que hace cuando algo le encanta y le hace sentir fenomenal?
(Piense en la primera que hizo una videollamada, o la última vez que cocinó algo delicioso que le gustó a todos y le trajo cumplidos por sus habilidades.)



¡Lo cuenta a la gente! Y muy a menudo quiere que tengan la misma experiencia. Quiere COMPARTIR la experiencia con los demás. Ese deseo es muy poderoso. Lo “mueve” a usted, y con él, usted mueve a los demás a su alrededor. Encuentre algo de Rena Ware que le entusiasma. ¡Hay muchas cosas! Por ejemplo:

- Utensilios de alta calidad (¿Cuál es su utensilio preferido? ¿O su característica preferida?).
- Filtración extrema.
- Nuestra Causa: eliminar residuos de plástico desechables de nuestro medio ambiente.
- “*Buen Comer*” – el arte de comer bien.
- Celebrar la vida y estar juntos.
- Poder desarrollar su propio negocio.
- La oportunidad de alcanzar sus sueños.
- Ayudar a otros a alcanzar sus sueños.

En Rena Ware me siento bien respecto a _____

Tómese un momento para conectar con esa sensación. Piense en compartirla. Si cree en ella y está entusiasmado, ¡los demás notarán y sentirán su entusiasmo! Antes de hacer una presentación, tómese un momento para conectarse con esa sensación. Luego use ese sentimiento como un trampolín para lanzarse en su presentación.



MANEJAR OBJECIONES

27 | Conteste las siguientes preguntas:

a. ¿Qué es una objeción?

b. ¿Cuáles son dos razones de las objeciones?

c. ¿Qué es el proceso ECO? ¿Qué significa ECO?

d. ¿Quién resuelve las objeciones?

e. ¿Qué hace el representante?

28 | A continuación encontrará el ejemplo de conversación del seminario. Identifique las técnicas usadas por el representante. Escriba las técnicas de comunicación en los espacios (1-8).

Pregunta abierta • Objeción falsa • Objeción real/verdadera • Confirmar la objeción real
Ofrecer opciones • Hacer una pausa • Pregunta cerrada (x3)

USTED: ¿Qué productos le gustaron más?

PROSPECTO: El Juego Chef I, pero no sé... no estoy convencido.

USTED: ¿Qué no le convence? ⁰ (Pregunta abierta)

PROSPECTO: Estos utensilios son muy bonitos pero...

USTED: ... ¹ _____

PROSPECTO: Temo que pueden dañarse... ² _____

USTED: Si le muestro lo fácil que es darles mantenimiento adecuado para que duren toda una vida, ¿Eso lo ayudará a decidir? ³ _____

PROSPECTO: Sí, pero me gustaría discutirlo con mi cónyuge primero.

USTED: Entiendo. ¿Le gustaría que hiciera una presentación para su cónyuge para que pueda conocer los beneficios del producto? ⁴ _____

PROSPECTO: En realidad, el juego es muy costoso y no podemos costearlo ahora. ⁵ _____

USTED: ¿Es esa su mayor preocupación? ¿Está preocupado porque le gusta el producto y quiere estar seguro de poder pagarlo? ⁶ _____



PROSPECTO: Sí. ⁷ _____

USTED: Entiendo. 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 ⁸ _____

PROSPECTO: Me interesa el plan de financiamiento.

USTED: Muy bien. Vamos a llenar los documentos así le puedo decir cuanto salen los pagos mensuales...

29 | Una cada objeción en cada grupo con su posible respuesta.

A. Citas/visitas sin cita

Objeciones

- 1. Ahora no es un buen momento./No tengo tiempo.
- 2. No me interesa.
- 3. Llámeme más tarde.
- 4. Deje el folleto en el buzón.

Respuestas

- a. ¿No quiere ver los productos que tengo para usted?
- b. ¿Cuándo es mejor para usted: mañana por la mañana o por la tarde?
- c. ¿No tiene tiempo para algo que le beneficiará?
- d. ¿No le interesa la oportunidad de ganar productos fantásticos?

B. Reclutamiento

Objeciones

- 1. No puedo unirme ahora.
- 2. Ya tengo un trabajo y no quiero dejarlo.
- 3. No soy capaz de hablar con desconocidos.
- 4. No conozco a quienes podría venderles.
- 5. Las personas que conozco no tienen dinero para comprar esto.
- 6. No tengo quien me cuide los niños.
- 7. Mi esposo no me deja trabajar.
- 8. No sé vender.

Respuestas

- a. ¿Y si pudiera hacerlo durante el día mientras sus hijos estén en el colegio?
- b. ¿Y si pudiera capacitarse sobre cómo hablar a la gente de manera efectiva?
- c. Entiendo. Y además de eso, ¿hay otra razón? ¿Qué más está pensando?
- d. ¿Y si pudiera vender a gente que tiene dinero para comprar los productos?
- e. ¿Le ayudaría saber que puede empezar a tiempo parcial?
- f. ¿Le ayudaría si hiciera una presentación para que su esposa/a vea cómo Rena Ware puede transformar sus vidas?
- g. Entiendo. ¿Qué es lo que más le preocupa más acerca de vender?
- h. ¿Le ayudaría si le mostrara que hay muchísimas personas a las que puede vender?



C. Ventas

Objeciones

1. No puedo pagarlo.
2. Estos utensilios son muy caros.
3. No puedo comprar ahora.
4. Quiero hablar con mi esposo/a.
5. No la conozco. ¿Cómo le voy a dar mis cheques o mi tarjeta de crédito?
6. Temo que los utensilios se dañen.
7. Ya tengo algo parecido.
8. Quiero pensarlo un momento.

Respuestas

- a. ¿Le ayudaría si le mostrara qué tan fácil son de limpiar?
- b. ¿Se sentiría más seguro si le diera más información sobre Rena Ware y mi trabajo?
- c. Parecido no es lo mismo. Si se fuera a México, ¿sería lo mismo ir en autobús o en avión? Ambos le llevarían a su destino pero ¿con cuál se sentiría mejor? Con el método de Rena Ware para cocinar con un “mínimo de agua”, su comida retiene más nutrientes, y tiene un sabor y aspecto mejor.
- d. Entiendo. Y además de eso, ¿hay otra razón? ¿Hay algo más en su mente?
- e. ¿Y si le muestro cómo hacer pagos mensuales que puede pagar?
- f. ¿Tiene algo más que pensar antes de tomar una decisión?
- g. Entiendo. ¿Le ayudaría si hiciera una presentación para que su esposa/a vea los beneficios de los productos Rena Ware?
- h. ¿Qué le haría cerrar el trato hoy?

30 | Decida si las oraciones siguientes son verdaderas (V) o falsas (F) según este seminario.

1. Aceptar las objeciones, acójalas con mente abierta. V | F
2. Escuche todas las objeciones para identificar la en que enfocarse. V | F
3. Si su prospecto se opone con firmeza, contradígalo/a. V | F
4. Destaque los puntos en los que usted y su prospecto están de acuerdo. V | F
5. Evite las objeciones si no tiene información para responder. V | F



RESPUESTAS

- 1 | a. Escuchar cuidadosamente, escuchar con el corazón.
b. Presión de tiempo, creer que ya sabe lo que el prospecto dirá, hacer otra cosa mientras el prospecto habla, juzgar.
c. Prepararse, escuchar, centrarse en el prospecto y encontrar intereses en común.



- 3 | 1. P (Problema) | 2. S (Sentimiento) | 3. N (Necesidad)



- 4 | Las respuestas pueden variar. Éstos son unos ejemplos:

1. Preocupado
2. Saber que puede confiar en mí
3. ¿Le doy más información sobre Rena Ware y mi rol?



En la vida real, si su suposición es incorrecta, muy probablemente la otra persona la corregirá. O bien usted puede hacer otra suposición. Eso demuestra que usted está escuchando con el corazón.

- 6 | 1f | 2e | 3g | 4b,c | 5a,d | 6h



- 7 | 1g | 2c | 3h | 4f | 5b | 6d | 7a | Extra: e



- 8 | Las respuestas pueden variar. Éstos son algunos ejemplos:

1. b) ¿Cómo prepara su comida?
c) ¿Quiere que su comida sea sabrosa y nutritiva?
2. a) Le gustará tener utensilios de alta calidad y duraderos. O: No está feliz con sus utensilios actuales.
b) ¿Qué características son importantes para usted / busca a la hora de comprar utensilios?
3. a) Está frustrado por comprar mucha agua embotellada.
b) ¿Le gustaría tener agua fresca en su casa sin comprar agua embotellada? O: ¿Cuántas botellas de agua compra cada semana?



- 9 | a. aburrido | b. cerrado | c. evaluando | d. aburrido | e. interesado | f. inseguro



11 | Éstos son algunos ejemplos de respuestas. Recuerde, si no está seguro, siempre puede hacerle preguntas a su prospecto para ayudarle a identificar mejor sus necesidades.

1. estabilidad, seguridad
2. estabilidad, apoyo, seguridad
3. espacio, apoyo
4. pertenencia, comunidad
5. belleza
6. orden, espacio



En la vida real, si su suposición es incorrecta, muy probablemente la otra persona lo corregirá. O bien usted puede hacer otra suposición. Eso demuestra que usted está escuchando con el corazón.



12 | Las respuestas pueden variar. Aquí están algunos ejemplos.

2. No gasta calor/Utiliza bien el calor.
3. Empaque que se deshace y no contamina el medio ambiente.
4. El Aqua ✓ Nano usa un proceso natural para filtrar el agua.
5. El Aqua ✓ Nano ofrece un flujo normal de agua y filtra hasta las partículas más pequeñas.
6. La Botella Filtrante Rena Ware está fabricada con plástico libre de químicos que pueden ser dañinos.
7. La Botella Filtrante Rena Ware tiene una malla filtrante que contiene carbono que actúa como un potente imán que atrae y atrapa las partículas.



13 | A. Las respuestas pueden variar. Aquí hay algunas sugerencias.

Prospecto: Mis ollas son bastante viejas, pero siguen funcionando. Sé cómo usarlas. La comida no se pega, incluso cuando cocino carnes o arroz, y son fáciles de limpiar. También caben en mi cocina.

En general, utilice las palabras del prospecto que se refieran a conceptos familiares para el o ella. Eso ayuda la comprensión y a mantener una conexión.

B. 1. cocinar carnes y arroz | 2. comida no se pega | 3. fáciles de limpiar



14 | A. Las respuestas pueden variar. Aquí hay algunos ejemplos.

1. Celia, su compañera del trabajo, dijo que a usted le gustan los utensilios de alta calidad.
2. Su amigo Néstor dijo que usted está considerando trabajar por su cuenta.
3. Su vecina Carla me dijo que a usted le importa el medio ambiente.
4. Su primo Pablo dijo que usted está buscando filtros de agua.

B. 1. en común | 2. nombre | 3. adecuada | 4. hablar



15 | 1c | 2b | 3e | 4d | 5a



17 | B. a. Arriba: oficina administrativa | b. Medio: usted | c. Abajo: cliente



18 | A-B. Sus propias respuestas. Revise las sugerencias en esta sección del seminario.

C-D. Sus propias respuestas. Revise los siguientes ejemplos.

- ¡Qué día más hermoso!
- Es un día frío.
- ¿Qué le gusta hacer en un día como este?
- Que hermoso vecindario. ¿Cuánto tiempo ha vivido aquí? ¿Le gusta eso?
- Me gusta cómo usó el espacio en esta habitación. ¿Pensó mucho en eso?
- ¿Ellos son sus hijos? Se ven tan bien ¿Cuáles son sus nombres? ¿Qué edad tienen?
- ¿Es de por aquí?
- ¿De dónde es? Conozco [nombre del lugar]. Solía vivir allí /visitar a mi familia allí.../ Nunca he estado allí. Oigo que es lindo.



19 | a. AQ700 págs. 1-14; pág. 15
b. RW516 págs. 2-5; 8-10; 11; 12-13



20 | • Mostrar brevemente RenaRecursos.
• Enviar un mensaje de Whatsapp a su nuevo miembro del equipo con un enlace a RenaRecursos y animelo a explorar los recursos.
• Decir que aprenderán cómo crear una lista de prospectos y cómo ganar productos o comprarlos con un descuento representativo.



21 | A. p. 13.
B. Preguntas 1-2.
C. Preguntas 3-4.
D. Folleto de presentación de utensilios de cocina (RW720), todas las páginas; Folleto de filtros de agua (AQ700) págs. 16-25.
E. ¿Qué le llamó la atención? / ¿Qué características le gustaron?
F. Catálogo de productos (RW760); Folleto de filtros de agua (AQ700) págs. 26-29.



22 | A. Sus propias respuestas.








B. 1f | 2a | 3d | 4b | 5e | 6g | 7e



23 | A. Las preguntas 5-6.

B-E. Sus propias respuestas basadas en este seminario.



- 24 |** A. Las preguntas 7-9.
- B. Me encantaría hablar con ellos sobre los beneficios de unirse a mi equipo y sobre hacer una demostración de productos. Si tiene sus números a la mano, los llamaré mañana. 
- 25 |** A-B. Su propia respuesta basada en esta sección del seminario. 
- 26 |** A-B. Sus propias respuestas. 
- 27 |** a. Una inquietud o un problema que tiene su prospecto y que le impide cerrar la venta o reclutarlos.
b. El prospecto necesita aclaración; el prospecto necesita más información.
c. Una manera de manejar objeciones. Escuchar, confirmar, ofrecer.
d. El prospecto.
e. Ofrece opciones disponibles. 
- 28 |** 1. hacer una pausa | 2. objeción falsa | 3. pregunta cerrada | 4. pregunta cerrada |
5. objeción real | 6. pregunta cerrada | 7. confirmar la objeción real |
8. ofrecer opciones 
- 29 |** A. 1c | 2d | 3b | 4a
B. 1c | 2e | 3b | 4h | 5d | 6a | 7f | 8g
C. 1e | 2d | 3h | 4g | 5b | 6a | 7c | 8f 
- 30 |** 2. V.
3. F. Reconozca las objeciones y mitíguelas.
4. V.
5. F. Siempre acepte las objeciones y si no tiene la información para responder, ofrezca darla lo antes posible. 

AUTOEVALUACIÓN



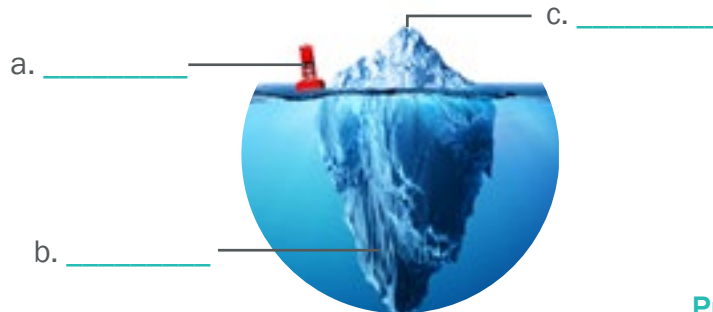
Si está en la versión móvil de este seminario, use un lápiz o un lapicero y una página de papel para escribir sus respuestas. Si es posible, imprima las páginas que tienen ejercicios ilustrados.

Conteste las preguntas de la 1 a la 17. Luego revise sus respuestas y sume su puntaje.

COMUNICAR DE MANERA EFECTIVA

1 | Escriba las siguientes palabras en los espacios correctos (a-c).

- problemas
- sentimientos
- necesidades



Puntaje: __/3

2 | Complete cada oración con una palabra del seminario.

- Para algunas personas el reto más grande para una comunicación efectiva es _____ .
- Escuchar atentamente requiere nuestra completa _____ .
- Para conectarnos con las personas, deberíamos escuchar sus _____ .
- Después de identificar problemas y necesidades, puede continuar con una _____ .

Puntaje: __/4

3 | En el proceso de comunicación, “hacer pausas” ayuda a hacer que su prospecto:

- Dé más información.
- Se sienta intimidado por usted.
- Diga lo que usted quiere oír.
- Decida unirse a su equipo o comprar productos.

Puntaje: __/1

4 | Las preguntas cerradas se utilizan cuando necesitamos:

- Respuestas que proporcionan información adicional.
- Respuestas específicas o respuestas sí/no.
- Respuestas que llevan a confirmar la compra.
- Respuestas no relacionadas con la presentación.

Puntaje: __/1

5 | Cuando la comunicación verbal y no verbal no coinciden ¿Cuál creen más las personas?

- La verbal
- La no verbal

Puntaje: __/1

6 | Complete el diagrama con una palabra de este seminario en cada espacio.

Haga ¹ _____ ² _____ ³ _____.

Verifique el ⁴ _____, tono y velocidad de su voz.

Relaje su ⁶ _____.

⁵ Use _____ con intención.

Preste atención al ⁷ _____ interpersonal.

Puntaje: __/7

7 | Escriba un sentimiento en cada espacio (a-e), de acuerdo con este seminario.

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

e. _____

Puntaje: __/5

PRESENTAR DE MANERA EFECTIVA

8 | ¿Cuál es un beneficio de la Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54)?

- Ayuda a aclarar preguntas y preocupaciones relacionadas con el proceso ECO.
- Es una herramienta para redes sociales.
- Ayuda a entender el Código de Ética de Rena Ware.
- Usarla como una guía de bolsillo durante la presentación.

Puntaje: __/1

9 | Identifique los materiales correctos para usar durante la presentación. Elija a, b, o c.

Nota: Esta tabla solamente muestra los materiales principales, más materiales se introducen en el seminario.

	A	B	C
1. Preparar el terreno	Catálogo de productos (RW760)	Conversación para conocer al prospecto (día, hijos, vecindario, casa, etc.)	Folleto de reclutamiento La diferencia Rena Ware (RW516)
2. Compartir la Causa e invitar a unirse a Rena Ware	Folleto de reclutamiento La diferencia Rena Ware (RW516)	Video de Reclutamiento	Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 1-15
3. Compartir la Diferencia Rena Ware	Folleto informativo de Filtros de Agua pág. 15	Video de la Causa	Folleto de reclutamiento La diferencia Rena Ware (RW516)
4. Inscribir a su prospecto	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo de Asesor Independiente (RW1) Contrato de venta/Pedido del cliente (RW620) Guía sobre mejores prácticas en venta directa (RW33) 	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo de Asesor Independiente (RW1) Autoevaluación sobre mejores prácticas en venta directa (RW32) Guía sobre mejores prácticas en venta directa (RW33) 	<ul style="list-style-type: none"> Contrato de venta/Pedido del cliente (RW620) Autoevaluación sobre mejores prácticas en venta directa (RW32) Guía de formularios y contratos (RW530)

	A	B	C
5a. Compartir los productos	<ul style="list-style-type: none"> Folleto de presentación de utensilios de cocina (RW720) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 16-25 	<ul style="list-style-type: none"> Folleto de presentación de utensilios de cocina (RW720) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 1-15 	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo de productos (RW760) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 16-25
5b. Compartir los productos en detalle	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo de productos (RW760) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 25-29 	<ul style="list-style-type: none"> Folleto de presentación de utensilios de cocina (RW720) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 25-29 	<ul style="list-style-type: none"> Catálogo de productos (RW760) Folleto de Filtros de agua (AQ700) págs. 1-15
6. Cerrar la venta	<ul style="list-style-type: none"> Folleto informativo de productos/ reclutamiento (RW92) Contrato de venta/Pedido del cliente (RW620) 	<ul style="list-style-type: none"> Lista de precios (RW59) y especiales Desplegable de Rena Ware (RW70) 	<ul style="list-style-type: none"> Lista de precios (RW59) y especiales Contrato de venta/Pedido del cliente (RW620)
7. Pedir referencias	Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) Preguntas 5-6	Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) preguntas 1-2	Tarjeta para el Gran Sorteo (RW54) preguntas 7-9
8. Compartir la Diferencia Rena Ware de nuevo			

Puntaje: __/7

10 | Decida si las siguientes afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F), de acuerdo con este seminario.

1. Empiece la presentación directamente, sin anunciar lo que va a suceder. V | F
2. Al compartir la Causa, puede usar la Botella Filtrante Rena Ware como ejemplo de la solución. V | F
3. Al compartir la Diferencia, comparta ejemplos de por qué usted u otras personas se unieron a Rena Ware. V | F
4. Al inscribir al prospecto, no mencione los recursos disponibles para ellos en Rena Ware. V | F
5. Al hablar sobre los utensilios de cocina, preséntelos como un sistema de cocción ideal para una cocina saludable. V | F
6. Cuando se habla de los sistemas de filtración en casa, no debe mencionar la tecnología V | F
7. Al cerrar una venta, no debe mencionar el precio regular. V | F
8. Cuando pide referencias informe a su prospecto que las contactara para hacer presentaciones. V | F

Puntaje: __/8

11 | ¿Cómo puede dar seguimiento a la inscripción de un nuevo miembro de su equipo?

- a. Pida referencias y ofrezca compartir los RenaRecursos con ellos.
- b. Pida que compre algunos productos y les muestre el descuento para representantes independientes.
- c. Pregunte cómo van las cosas y ofrezca compartir los RenaRecursos con ellos.

Puntaje: __/1

12 | ¿Qué es “la venta después de la venta”?

- a. Una presentación de seguimiento para mostrar productos adicionales y compartir la Diferencia Rena Ware de nuevo.
- b. Una llamada de seguimiento para elogiar la compra del cliente, contestar preguntas y mencionar la Diferencia Rena Ware de nuevo.
- c. Un informe de seguimiento para remitir a Rena Ware.
- d. Un mensaje de seguimiento para mandar el enlace a renakit.com.

Puntaje: __/1

MANEJAR OBJECIONES

13 | Según este seminario, ¿qué son las objeciones?

- a. Problemas del prospecto que usted tiene que resolver.
- b. Preocupaciones y necesidades del prospecto que usted debería explorar.
- c. Inconvenientes que no se pueden resolver e impiden el reclutamiento.
- d. Problemas de compra del prospecto que usted debería contradecir.

Puntaje: __/1

14 | ¿Qué quiere decir ECO?

- a. Escuchar, Corregir, Ofrecer.
- b. Enseñar, Confirmar, Organizar.
- c. Escuchar, Confirmar, Ofrecer.
- c. Enseñar, Corregir, Organizar.

Puntaje: __/1

15 | Complete cada línea con la palabra correcta del proceso ECO (las líneas no están en el orden habitual).

¹ _____: haga preguntas cerradas y haga una pausa para obtener un “sí” de respuesta y entenderá la objeción claramente.

² _____: presente las opciones disponibles para que su prospecto puede elegir y resolver la objeción.

³ _____: preste atención a lo que su prospecto está diciendo verbalmente y no verbalmente.

Puntaje: __/3

16 | Según este seminario, el manejo de objeciones es un buen momento para:

- a. Adivinar los sentimientos y las necesidades de su prospecto en voz alta.
- b. Hacer que su prospecto esté de acuerdo con usted.
- c. Convencer a su prospecto que tiene que comprar.
- d. Mostrar a su prospecto lo que no ha entendido.

Puntaje: __/1

17 | A simple vista. De acuerdo con este seminario, ¿los siguientes consejos sobre comunicación, presentación y objeciones son verdaderos (V) o falsos (F)?

- a. Presente los productos y sus beneficios con una gran cantidad de detalles técnicos complejos. V | F
- b. Haga diferentes tipos de preguntas para identificar las necesidades y preocupaciones de su prospecto. V | F
- c. Cuando haga la presentación, muestre entusiasmo. V | F
- d. Si no sabe cómo responder a una objeción, simplemente ignórela. V | F

Puntaje: __/4

PUNTAJE TOTAL: ____/50

RESPUESTAS DE AUTOEVALUACIÓN

- 1 | a. sentimientos | b. necesidad
c. problema
- 2 | a. escuchar | b. atención | c. necesidades
d. propuesta
- 3 | a
- 4 | b
- 5 | b
- 6 | 1. contacto | 2. visual | 3. sonrisa
4. volumen | 5. gestos | 6. cuerpo
7. espacio
- 7 | a. interesado | b. evaluando
c. inseguro | d. aburrido | e. cerrado
- 8 | d
- 9 | 1. B | 2. C | 3. C | 4. B | 5a. A | 5b. A
6. C | 7. C
- 10 | 1. F. Anuncie brevemente que va a hablar sobre la Causa, la Diferencia Rena Ware y los productos.
2. V
3. V
4. F. Muestre y comparta RenaRecursos y otros materiales de apoyo, como las redes sociales.
5. V
6. F. Explique la tecnología: filtración extrema, alto flujo, alta capacidad.
7. F. Mencione el precio regular y enfatice los ahorros cuando presente las ofertas especiales.
8. V
- 11 | c
- 12 | b
- 13 | b
- 14 | c
- 15 | a. confirmar | b. ofrecer | c. escuchar
- 16 | a
- 17 | a. F. Haga la presentación de una manera fácil de entender.
b. V
c. V
d. F. Si después de escuchar y aclarar una objeción, no sabe cómo responderla, diga que volverá a hablar con la persona más tarde y luego ¡hágalo!

¿CÓMO LO HIZO?

Puntaje total	Recomendaciones
0 - 30	Gran parte de este seminario todavía es un poco difícil para usted. Revise las páginas de contenido y realice la práctica de nuevo. Dedíquele tiempo. Puede pedir ayuda o clarificaciones a su líder. Al final haga la autoevaluación de nuevo.
31 - 45	¡Buen trabajo! Usted ha aprendido la mayoría de este seminario. De las respuestas que tuvo incorrectas: ¿comprende por qué son incorrectas? Regrese a las páginas de contenido y revise esas partes.
45 - 50	¡Excelente! Usted comprendió todo o casi todo este seminario. De las respuestas que tuvo incorrectas: ¿comprende por qué son incorrectas? Regrese a las páginas de contenido y revise esas respuestas.

REGRESAR <

UNIVERSIDAD RENA WARE

COMENTARIOS

¿Qué tan útil fue este seminario?

¿Qué haría diferente? ¿Cómo podemos mejorar?

Por favor envíe sus comentarios a rwu@renaware.com

Escriba el nombre del seminario en el asunto del correo.