

OBJECIONES

No importa la objeción qué sea, siempre debes decir lo mismo. Se contesta con mucho sentido común. Las objeciones son problemas sin solución y nosotros contestamos así:

Siempre hay personas que quieren saberlo todo, acerca de los ingredientes, de cómo se preparan los productos, de por qué no lo hicieron de esta forma o por qué no lo hicieron de este otro modo, etc. La mejor forma de contestar a este tipo de personas es: ***No se pero esto es lo que sí se ...con estos productos bajé de peso, se me quito la Artritis, etc. seguro que si tu los pruebas, te van a funcionar.*** Esta es la mejor forma de contestar a todas las objeciones, SEAN CUALES SEAN. Si todo esto no convence a la persona, olvídate de ella y busca a otro.

Cuando te hagan preguntas técnicas, la mejor respuesta es:
No se, pero esto es lo que si se...

a).- Cómo le funciona esto a los diabéticos? La verdad, no sé, Pero esto es lo que si se; yo tome estos productos, bajekg. en un mes, se me quito un problema de y si tu los pruebas, sé que también te van a funcionar y si por alguna razón no te funcionaran, te devolvemos el dinero, pero si tú los pruebas, sé que te van a encantar.

Qué diferencia hay entre este y otros productos? No sé, no conozco los otros productos, lo único que sé es; yo tome estos productos, baje.. kg. en un mes, se me quito un problema de y si tu los pruebas, sé que también te van a funcionar y si por alguna razón no te funcionaran te devuelvo tu dinero, pero si tú los pruebas, sé que te van a encantar.
Tomas 2 de estos y 3 de estos...

b).- Cómo hacen bajar de peso? Escucha, sinceramente todo lo que sé es esto; si tu tomas el batido dos vez al día y las tabletas 3 veces al día la todo el sobrepeso se te esfumara, cómo por arte de magia.

La persona dice si eso lo entiendo, pero qué hay con esta vitamina aquí? Dices, escucha todo lo que sé es esto; si tu tomas 2 de esta y 3 de estos vas a perder peso cómo loco!

Si hay otra pregunta dices; escucha no lo sé, pero lo que si sé es esto, para perder peso, sólo tomas 2 de esta y 3 de estos.

De los mejores...

c).- De qué hierbas esta hecho? Debe estar hecho de las mejores hierbas del mundo, porque yo he perdido peso cómo por arte de magia!

¿Químicamente cómo funciona? Químicamente debe funcionar de lo mejor, porque yo he perdido peso cómo por arte de magia!

Estas vitaminas de donde vienen? Deben venir de la mejor fuente del mundo, porque yo he tenido resultados increíbles!

Y la cantidad de este ingrediente? La cantidad de este ingrediente debe ser la justa, porque yo he tenido resultados increíbles!

Estos ingredientes funcionan exactamente igual a los ingredientes de

d).- Con los científicos cómo médicos, químicos, biólogos, etc.

¿Cómo funcionan químicamente estas proteínas? ¿Es Ud. medico? Perfecto, doctor ¿sabe Ud. cómo funcionan las proteínas de la comida? Bien, pues las proteínas de estos productos funcionan exactamente igual a las proteínas de la comida!

¿Este Magnesio cómo funciona? ¿Es Ud. químico? Perfecto, Sr.¿sabe Ud. cómo funciona el magnesio de la comida? Bien, pues este magnesio funciona exactamente igual a ese.

No se si mi medico autorizara que yo lo tome.

Dime una cosa, a tu medico le gustaría saber qué tomas, ¿la cantidad correcta de Proteínas, la cantidad correcta de grasa, de fibra, de vitaminas, de minerales, etc.? Si. Pues entonces lo que debes tomar es Herbalife.

¿Alguna vez tu medico te ha dicho de debes comer menos grasa, menos sal, menos azúcar, mas fibra, mas frutas, mas ensaladas y mas verduras? Si. Pues entonces estará muy contento de saber qué ya comes todo eso con Herbalife.

Yo tomo muchas medicinas y no puedo tomar nada sin qué mi medico lo vea. No hay problema, lleva los productos "sin abrir" a tu medico, para qué él vea lo qué contienen. Si tu médico esta de acuerdo, los abres y los empiezas a tomar. Si no esta de acuerdo búscate a otro medico!

PRECIO

En muchas ocasiones la plática va bien, la presentación del producto va bien, nuestro cliente se ve emocionado al oír todo lo que hace el producto, dice que lo quiere pero, cuando escucha el precio todo se nos viene abajo, así que hay que tener cuidado con la forma en que decimos el precio.

Si tú crees que es caro, por la forma de decirlo, tu cliente también pensará que es caro. Es decir, lo que pensamos y creemos usualmente se refleja en nuestra actitud, en nuestros actos y en nuestras palabras. Así que si quieres que tu cliente piense que es barato, más vale que vayas creyendo que es barato.

¿Por qué es barato?

- 1.- Compras por adelantado: 30 desayunos y 30 cenas de la comida más pura, nutritiva y saludable en la tierra. Este programa cuesta menos de 300 ptas. diarias, más barato que cualquier hamburguesa en la calle.
- 2.- Tu salud es lo más importante, sin salud no puedes ser feliz ni disfrutar de la vida. ¿Cuánto cuesta quitarte una diabetes o evitar un infarto o una migraña? ¿Cuánto vale tu salud? ¿Cuánto cuesta mantenerte sano?
- 3.- Es más caro enfermarte, cuanto cuestan las consultas médicas, los medicamentos, la hospitalización, las cirugías, las cicatrices, los días que no trabajas, etc.
- 4.- Si compraras todos los ingredientes que vienen en el programa por separado tendrías que comprar como 50 frascos diferentes, calcio en uno, fibra en otro, hierro en otro, etc. y eso te saldría mucho más caro, en Herbalife lo tienes todo eso en un solo programa.

Este programa no es caro, no hay otro programa en el mundo que siquiera anuncie lo que la Nutrición Celular hace.

Siempre menciono el precio a mitad de la presentación, antes de contar mi historia y trato a la gente creyendo que van a comprar, actúo como si diera por hecho que van a comprar. Siempre debes creer que van a comprar, así que digo: ¿Tienes aquí el dinero para que cerremos la operación en este momento? Si la respuesta es "NO", entonces digo, no hay problema, cerramos la operación mañana o al rato. La gente siempre tiene dinero guardado en algún lugar o siempre tiene la posibilidad de conseguirlo. Siempre pongo una fecha específica con una hora específica para que la persona reúna el dinero, eso es muy importante. Si me dicen después, yo digo; ¿Después? ¿Cuándo, ¿qué día y a qué hora?

Tu primera venta.

Lo más difícil en este negocio es lograr la primera venta, pero una vez que la logras, sólo tienes que repetir el mismo proceso una y otra vez. Es decir, cuando logras la primera ya sabes cómo lograr la segunda, cuando logras las primeras 5, ya sabes cómo lograr las siguientes 5, sólo tienes que empezar y si necesitas ayuda no dudes en hablarle a tu patrocinador. Tu patrocinador puede acudir contigo a ver algunos clientes o a alguna reunión en casa de tus amigos, etc.

ACTITUD

Tu actitud debe ser la de HACER UN FAVOR al compartir esta oportunidad de mejorar la salud de la gente. No adoptes una actitud de ruego, tú tienes algo valioso que la gente necesita si quiere mejorar su salud, verse mejor, sentirse mejor y vivir más tiempo.

La idea no es asumir el papel de vendedor y convencer a alguien a como dé lugar, es más bien, hablar con todo mundo de los productos y los resultados para ver quien los quiere y quien no. Tu misión es tratar de ayudar a todos! Hay personas que se van a convencer y otras que no, eso es normal en este negocio. Tú solamente cuenta lo mismo a todos y deja que ellos se convengan por sí mismos, NO TRATES DE CONVENCER a nadie, no esperes que a todo el mundo le guste lo que a ti te gusta, aún cuando todos ellos necesiten de estos productos.

QUIEN COMPRA ESTOS PRODUCTOS?

Sólo existe una respuesta: LOS QUE QUIEREN, de eso depende todo, muchos dicen: los compran los que necesitan, no es cierto, hay mucha gente que los necesita y, sin embargo, no los compra. Otros dicen: los compran los que tienen dinero, tampoco es cierto, hay muchos que tienen dinero suficiente para comprarlos y no lo hacen, sin embargo, hay muchos que no tienen dinero y sí los compran. Entonces, ¿Quiénes lo compran? Únicamente los que quieren, y no otros, y es muy simple: la gente que los compra, de alguna forma ya andaba buscando algo así, sólo estaban esperando que alguien se los presentara y con estas personas no hay que decir gran cosa, no cuesta nada de trabajo venderles, esos son a los que estamos buscando.

SI LA PERSONA NO QUIERE, ME OLVIDO DE ELLA.

Cuando la gente no quiere, cuesta bastante trabajo hacer que quiera, no es imposible, pero sí muy difícil, porque la única forma de lograr que los compre es que esta gente quiera. Cuando me encuentro una persona y hablo con ella le cuento exactamente lo mismo que a todas y si veo que no quiere, le cuento algunas historias más, y si eso no la convence, me voy y busco a otro que sí quiera, no pierdo el tiempo en discusiones tontas, porque gano dinero por hablar, no por discutir, así que si la persona trata de discutir o dice cosas negativas del producto o de la compañía simplemente le digo: "bueno esa es su opinión, gracias, adiós" y me olvido de ella. **No se enfraquen en discusiones, estos productos se venden por encontrar a las gentes que los quieren.** Ganen o pierdan la discusión de todos modos ya perdieron a un cliente, y un tiempo muy valioso en el que podrían haber encontrado a uno que sí quería.

La gente que compra estos productos tiene que pasar por un proceso psicológico y pensar así:

- ¡Creo que es un buen producto!
- ¡Creo que lo necesito!
- ¡Creo que me va a funcionar!
- ¡Creo que lo voy a probar!

LO MAS IMPORTANTE, SON LAS HISTORIAS.

Qué hacer para que la gente pase por este proceso y los quiera? La mejor forma es explicar las cosas de una manera simple, y la forma más simple de hablar de los productos es con historias o testimonios de resultados, historias identificables, historias dramáticas, de corazón a corazón, tu historia y la de otros, debes contar una historia sincera con la noble intención de ayudar. Es decir, la persona que compre estos productos tiene que creer que estos productos le van a funcionar y resolver su problema, en otras palabras, tiene que "ver posible" que estos productos le van a funcionar y la única forma de que esta persona crea que los productos le van a funcionar es viendo que a otros también le han funcionado, entonces lo que hay que hacer es hacerle saber de los resultados que han obtenido "otras" personas parecidas a ella o con problemas similares a los que ella tiene, de manera que esta persona se "identifique" con esa historia o testimonio.

HISTORIAS DE ACUERDO AL PROBLEMA DE LA PERSONA.

Si la persona no se identifica con la historia no creará en los productos, así que tenemos que contar una historia "INDIVIDUALIZADA" para esa persona. Si la persona no "cree" que los productos vayan a funcionar, sencillamente no los comprará, entonces la gente que no compra es gente que no cree. La solución es hacer que crean y la única forma de hacerlo es con testimonios con los que se identifique esa persona. Una persona que tiene Artritis se identificará con otra que tenga artritis, si una persona tiene 20 kilos de sobrepeso se identificará con otra que también tenga 20 kilos de sobrepeso, si una persona tiene 30 años se identificará con otra que tenga 30 años. Entonces, si alguien me dice, soy diabético y tengo 60 años, le digo, ah, se de alguien que era diabético y tiene 60 años igual que "TU", si alguien me dice, tengo gastritis y tomo este medicamento, yo le digo, ah, conozco a alguien que como tu, tenía gastritis y también tomaba ese mismo medicamento y con estos productos increíblemente resolvió su problema.

TODOS SABEMOS CONTAR HISTORIAS!

Y no importa quien seas, qué antecedentes tengas, si eres una persona educada o no, si sabes vender o no. Todos sabemos contar historias, todos podemos decir lo que nos pasó, por eso todos pueden vender estos productos, porque esto es muy simple, no tienes que tomar cursos especiales para saber decir qué fue lo que pasó contigo, es como el que ve una película, si viste la película sabes qué decir de ella, pero si no la viste, aunque le inventes no vas a saber qué decir.

Tienes que centrar tu plática sobre los resultados, muchos distribuidores creen que si explican más sobre el contenido y los ingredientes del producto y dan una presentación completa de los estudios y del procesamiento, etc., van a lograr convencer mejor a la gente, pero no es cierto, eso sin duda puede ser que ayude, pero después de oír todo eso, siempre la pregunta que queda es: Y ¿esos productos funcionan? Es decir, lo que más le importa a la gente es saber si estos productos funcionan, porque ellos no entienden gran cosa de los ingredientes, pero sí entienden muy bien cuándo algo funciona y cuándo no. Con una explicación técnica detallada pueden quedar muy impresionados pero no convencidos, lo que convence son los resultados. Así que a la gente le interesa más saber sobre los resultados y en eso es exactamente en lo que debemos centrar nuestra plática y la mejor forma de hablar sobre los resultados es con historias.

Cuando basas tu presentación en historias acortas el tiempo y ganas un cliente, porque después de todo, ¿de qué sirven todos los ingredientes del mundo si el producto no funciona? en cambio, ¿Para qué me preocupo de los ingredientes si el producto realmente funciona?

La clave no es vender, es RECOMENDAR estos productos con historias. ¿Cómo recomiendan ustedes algo? Por ejemplo, un televisor, si alguno de sus amigos piensa comprar un televisor del mismo modelo y marca que el de ustedes, y les pide una recomendación, no dicen: "compra este televisor porque tiene todos estos transistores y componentes" y los nombran todos, ¿verdad que no? No, lo que dicen es: "yo compré este televisor y me salió muy bueno, ha funcionado muy bien, ya tiene tantos años y nunca se ha descompuesto" y dicen eso porque ustedes lo saben perfectamente y si tu amigo pregunta ¿Dime qué sabes de todos sus componentes? tú dices, no sé, pero mi televisor me salió muy bueno, así que sólo recomiendas lo que conoces y sólo hablas de lo que sabes. Los únicos que conocen Herbalife son aquellos que lo toman y han tenido resultados, también son los únicos que lo recomiendan fácilmente y también son los que ganan más dinero.

Así que tienen dos partes: ingredientes e historias de resultados. Si se concentran en los ingredientes perderán más tiempo y nunca podrán dar toda la información necesaria, si se concentran en los resultados, ahorran tiempo y consiguen más clientes.

90% HISTORIAS 10 % INGREDIENTES

En tu presentación mantén esta proporción: habla 10% sobre sus ingredientes y el 90% sobre sus resultados. Es la mejor forma de ahorrar tiempo, así que utiliza la mayor parte de tu tiempo hablando de las cosas más importantes. La forma de evitar las preguntas sobre los ingredientes es: Si alguien me pregunta "Oye, ¿Cómo se procesan todos esos micronutrientes?", Yo digo: No sé, pero lo que sí sé es que estos productos a mí me funcionaron muy bien, y conozco a muchas personas a las que también les han funcionado.

Si alguien me pregunta "Oye, ¿Y cuál es la razón de que estos productos tengan más de esto o más de lo otro?" Digamos ¿Por qué tienen tanta vitamina A y tanta vitamina B? Yo digo: "La verdad no sé, sinceramente no sé cuál sea la razón, pero lo que sí sé es que así como están los productos yo me los tomé y me funcionaron muy bien, y sé de otras personas que también los tomaron igual con esas vitaminas y les funcionaron a la perfección".

La mayor parte de las personas, en general, no preguntan acerca de los ingredientes, así que, si no preguntan, no hay necesidad de que nosotros mismos provoquemos las preguntas.

En este negocio también nos encontramos con personas que fueron clientes de distribuidores malos y, por lo tanto, no les ayudaron a obtener los resultados deseados, quizá ellos no explicaron bien o el cliente no entendió las instrucciones, el caso es que en ocasiones me encuentro con ese tipo de personas negativas que atacan al producto o culpan a la compañía y dicen "Esos productos no sirven" y pregunto ¿Por qué? Qué, ¿Usted ya los tomó? y dicen "Sí, y no me funcionaron". Y digo: "Sí, hay casos en los que los productos se toman mal y si se toman de forma incorrecta nunca proporcionan los resultados deseados, lo siento de veras, pero yo los tomé en la forma correcta y a mí me funcionaron a la perfección. Si gusta le puedo explicar cómo debe tomarlos... " y hago el seguimiento de esa persona y, adivinen a quién le compra el siguiente paquete. ¡Por supuesto que a mí!

EMPIEZA SIN CONOCER TODOS LOS INGREDIENTES.

Muchos distribuidores no empiezan a vender inmediatamente estos productos porque primero se esperan hasta saber todo sobre los productos o que les llegue toda la información disponible, que usualmente no leen. Lo que ellos no saben es que para vender estos productos o, más bien para lograr que la gente nos los compre, sólo necesitan resultados y hablar de ellos.

Porque, con toda la literatura y toda la información del mundo, seguro que conocerás todos los ingredientes y todo el procesamiento, pero imagínate cuánto tiempo te tomará leer además de entender todo eso y después de todo todavía necesitarás obtener resultados para poder contar tu historia a la gente, de otra forma siempre tendrás la duda en la cabeza sobre si de veras funcionan los productos o no. Es decir, si tienes la literatura pero no tienes resultados no vas a hacer nada, en cambio si tienes resultados y no tienes literatura, simplemente hablas de tus resultados y con eso es más que suficiente para conseguir clientes.

Finalmente, tu trabajo es hablar con la gente, si cuentas a la gente tus resultados, vas a conseguir clientes, independientemente de que tengas literatura o no. Es decir, con literatura sobre los ingredientes o sin ella, tu trabajo sigue consistiendo en hablar con la gente, o sea, si tienes la literatura pero no hablas con la gente, no vas a conseguir ningún cliente. Así que, una vez que obtengas resultados, ya tienes todo lo que necesitas para empezar, el siguiente paso es ir y hablar con la gente, así que, no pierdas más tiempo.

La única diferencia es si efectivamente vas y hablas con la gente o no, porque hay algo que estos productos no pueden hacer, son unos productos excelentes, pero no pueden hablar, necesitan que alguien hable por ellos, y ese alguien eres tú.

Los objetivos que debes cumplir son tres: tienes que lograr que la gente

- **Compre los productos**
- **Use los productos**
- **Y Los Repita por siempre**

Todo eso se consigue con testimonios sobre los resultados. Herbalife es económico, es un producto de gran calidad y, lo que hace, es extraordinario, pero aún así su precio no es muy accesible a todas las personas, así que tenemos que dar una muy buena razón para que la gente lo quiera comprar.

¡La razón es que funciona! Es decir, que si hace lo que de él se dice, esa es la razón más fuerte que puede haber. ¡Damos resultados! La mejor forma de dar resultados es mostrándolos, y la mejor forma de hablar de ellos es a través de historias. Historias sentidas, conmovedoras de corazón, dramáticas, espectaculares, increíbles, pero sin exageraciones, SIEMPRE BASADAS EN LA VERDAD, exactas, con conocimiento de causa, serias, emocionantes, breves, impresionantes, con un ideal, sinceras, que reflejen seguridad y deseo de ayudar, sencillas, simples, interesantes, curiosas, que despierten la imaginación, que cautiven, que impacten, lógicas, tienen que mostrar los hechos de una forma creíble, de forma que la persona no tenga dudas al respecto. Así que, tienes que hacerte bueno en contar historias, si lo logras, habrás dado un paso gigantesco hacia el éxito en este, tu negocio.

NO TENEMOS COMPETENCIA

Herbalife no tiene competencia, los productos que se le parecen en el mercado son incapaces de anunciar en su propaganda algo que siquiera se acerque a lo que hace la Nutrición Celular, la causa es que no hay otro producto igual en el mundo, y esa es la mejor ventaja que podemos tener. Hay muchos productos que pueden tener etiquetas parecidas, pero si esos productos pudieran hacer algo tan parecido a lo que hace el programa de Nutrición Celular, seguro que no dudarían ni un minuto en anunciarlo. Entonces, si todos esos productos, todos juntos no anuncian algo así, significa que HERBALIFE ES ÚNICO. Así que, aprovecha la oportunidad de tener la mejor ventaja porque este tipo de oportunidades no se presentan muy a menudo en la vida.

ESTE PLAN NO TE FUNCIONARA, TU TIENES QUE HACER QUE TE FUNCIONE!

Ningún plan funciona por sí solo o por accidente, TU HACES QUE FUNCIONE o qué no funcione. Los productos Herbalife no se venden por accidente, se venden cuando hablas con más de 5 personas y este plan funciona estés donde estés, sólo tienes qué echarlo a andar, y no esperes tener todos los ingredientes ya reunidos para poder empezar. Cuando intentas que tu plan funcione, no siempre encuentras las mejores circunstancias, pero esto no depende de las circunstancias, depende de ti: Las circunstancias afectan a todo mundo por igual, ¿Cómo explicar que en las mismas circunstancias unos avanzan y llegan hasta la cima y otros se rezagan? Nunca pasan del primer peldaño y nunca saborean el éxito. Así que, olvídate de las circunstancias y empieza a hacer funcionar tu plan y comienza con lo que tengas, si no tienes tiempo pues empieza sin tiempo, si no tienes dinero, pues empieza sin dinero. Hay gente que dice: "Pero, no sé vender", otros dicen "Pero, no sé hablar con la gente", pues: empieza a hablar con la gente, prueba con cien, y si no es suficiente, pues prueba con otros cien, o con 500. Otros dicen: "No sé contestar el teléfono", la forma más rápida para solucionar esto es contestando el teléfono, si no lo haces, nunca aprenderás, y siempre puedes aprender. Si no sabes, empieza sin saber, en el camino aprenderás, si eres viejo, empieza viejo, si eres joven, empieza joven. Empezar con el peor plan hoy, es mucho mejor que esperar a empezar con el plan perfecto mañana: Los peores días que pasas trabajando para ti mismo, son mucho mejores que los mejores días que pasas trabajando para otro.