

Maximiza tus prospectos

El potencial de expansión de tu negocio es infinito. Al construir tu negocio hasta ahora, lo más probable es que se hayan inscrito personas principalmente de las relaciones a tu alcance. Esto se conoce como tu *mercado conocido*. Continúa agregando nombres a tu lista para garantizar un flujo constante de nuevos prospectos en tu canalización. Cada vez que conectes con alguien en tu lista, también puedes solicitarle referencias y encontrar a quienes buscan también vivir en bienestar. A medida que amplías tu influencia, más personas quieren unirse a esta familia y cambiar sus vidas. Usa las indicaciones a continuación para considerar nuevas posibilidades al compartir los productos y la oportunidad dōTERRA®.

¿CON QUIÉN PUEDO CONECTAR FÁCILMENTE?

- ¿Quién me admira?
- ¿Quiénes son mis amigos cercanos?
- ¿A quién admiro (influencers)?

¿CUÁL ES MI MERCADO CONOCIDO?

- | | |
|-----------------------|--|
| Amigos actuales | Grupos de redes sociales |
| Amigos de la escuela | Lista de tarjetas de navidad |
| Club/Asociaciones | Personas que comparten mis pasatiempos |
| Colegas | Tarjetas de presentación |
| Contactos de agenda | Vecinos |
| Contactos de teléfono | |
| Grupos de encuentro | |

¿CON QUIÉN ESTOY RELACIONAD@?

- | | |
|----------|-------------|
| Abuelos | Papás |
| Cuñadas | Primos (as) |
| Cuñados | Tías |
| Hermanas | Tíos |
| Hermanos | |
| Niños | |

A QUIÉN CONOCES DE:

- | | |
|----------------------|------------------------|
| Acampar | Lavado de autos |
| Biblioteca | Museo |
| Bolos | Oficina postal |
| Campo de golf | Pista de tenis |
| Centro de reciclaje | Restaurante |
| Centro del jardín | Spa |
| Clínica | Supermercado |
| Club de salud | Teatro |
| Desayuno | Tienda de segunda mano |
| Escuela secundaria | Trabajo |
| Farmacia | Trabajos anteriores |
| Gobierno | Universidad |
| Grupo de voluntarios | Vacaciones |
| Hospital | Viajes |
| Hotel | |
| Iglesia | |

QUIÉN TIENE INTERÉS EN:

- | | |
|-----------------|--------------------|
| Bienestar/salud | Natural/orgánico |
| Emprendimiento | Naturaleza |
| Internacional | Valores familiares |
| Libertad | |

QUIÉN TE VENDIÓ TU:

- | | |
|---------------------|------------------------|
| Auto | Lentes |
| Bicicleta | Llantas |
| Cama | Mascotas |
| Cámara | Muebles |
| Camper | Persianas |
| Casa | Productos para la piel |
| Computadora | Ropa |
| Copiadora | Ropa formal |
| Cosméticos | Secadora |
| Equipo de ejercicio | Seguro |
| Equipo telefónico | Valla |
| Flores | Zapatos |
| Joyería | |

QUIÉN ES:

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Abastecedor | Masajista |
| Abogado | Médico |
| Agente de bienes raíces | Niñera |
| Amigo de Facebook | Nutriólogo |
| Arquitecto | Oficial de policía |
| Auxiliar de vuelo | Oftalmólogo |
| Banquero | Personal de limpieza |
| Barbero | Pintor |
| Carnicero | Planificador financiero |
| Carpintero | Psicólogo |
| Chef | Quiropráctico |
| Consultor | Reportero |
| Contador | Tasador |
| Cosmetólogo (a) | Telemarketing |
| Decorador de interiores | Vendedor |
| Dentista | Vendedor de antigüedades |
| Dermatólogo | Veterinario |
| Dietista | |
| Doula | |
| Dueño de negocio | |
| Editor | |
| Ejecutivo jubilado | |
| Electricista | |
| Enfermera | |
| Farmacéutico | |
| Fisioterapeuta | |
| Fontanero | |
| Fotógrafo | |
| Granjero | |
| Guardia de seguridad | |
| Ingeniero | |
| Instructor de ejercicio | |
| Instructor de piano | |
| Instructor de yoga | |
| Jardinero | |
| Limpiador de alfombra | |

SIGUIENTES PASOS

A medida que continúes agregando personas a tu *Lista de Nombres*, considera diferentes formas en que puedes clasificar a tus prospectos, permitiéndote predecir mejor el interés y el posible compromiso y refinar tu enfoque para cada individuo.

Una forma de ordenar tu lista es hacerte las siguientes preguntas:

Cliente: ¿Quién necesita soluciones o está abierto al bienestar natural?

Compartidor: ¿Quién sería el anfitrión de una gran clase?

Constructor: Si pudieras hacer negocios con alguien, ¿quién sería?

Considera hacer tres columnas para representar estas categorías en el lado izquierdo de tu *Buscador del éxito*. Haz marcas de conteo en la columna apropiada para cada prospecto. Utiliza los puntos en el cuadro naranja en la pág. 15 de la Guía Lanzamiento para ayudar a identificar mejor a los Constructores potenciales, o aquellos con una mayor capacidad de éxito. Recuerda, los Constructores fuertes también se pueden encontrar entre aquellos con menos marcas de conteo. El deseo, la capacidad y el compromiso son los calificadores más críticos en un potencial Constructor.

Una forma adicional de identificar cómo acercarse a un prospecto es registrar en la parte de Notas de tu *Buscador del éxito* lo que sabes que es su mayor punto de "dolor" (por ejemplo, prioridades de bienestar o ingreso).

.....

Considera formas de conectar y estructurar a las personas. Puedes construir piernas donde las personas tengan cosas en común (por ejemplo, la familia, la ubicación geográfica, las asociaciones comunitarias).