

Aumenta tus prospectos

El potencial de expansión de tu negocio es infinito. Para construir tu negocio hasta este punto, es casi seguro que has inscrito principalmente personas de entre tus relaciones que están fácilmente a tu alcance. Esto se conoce como tu mercado cálido. Continúa agregando nombres a tu lista para asegurar un flujo constante de nuevos candidatos a tu cartera. Cada vez que te conectes con alguien de tu lista, también puedes pedirle referidos y encontrar a quienes andan en busca de tu mensaje. A medida que expandas tu influencia, más personas podrán experimentar tu mensaje, y más vidas cambiarán. Usa las sugerencias que aparecen a continuación para considerar nuevas posibilidades de personas con las cuales compartir los productos y la oportunidad de dōTERRA®.

¿CON QUIÉN ME CONECTO FÁCILMENTE?

- ¿Quién me admira?
- ¿Quiénes son mis amigos cercanos?
- ¿A quiénes admiro (me influyen)?

¿QUIÉNES FORMAN MI MERCADO CÁLIDO?

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Contactos telefónicos | Compañeros de trabajo y colegas |
| Libreta de direcciones | Grupos de reuniones |
| Tarjetas de negocios | Club/asociación |
| Lista de tarjetas navideñas | Amigos actuales |
| Lista de la Iglesia | Amigos de prepa (secundaria)/ |
| Lista de vecinos | universidad |
| Grupos de Facebook | |

¿QUIÉNES SON MIS PARIENTES?

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| Padres/familia política | manas políticos |
| Abuelos | Hijos |
| Hermanos y hermanas | Sobrinas y sobrinos |
| Hermanos y hermanas | Tíos y tías |
| Hermanos y hermanas | Primos |

¿A QUIÉN CONOZCO DE...?

- | | |
|--------------------|------------------------|
| Posada | Empleos anteriores |
| Boliche | Farmacia |
| Campamento | Oficina de correos |
| Lavacarros | Centro turístico |
| Iglesia | Restaurante |
| Clínica | Spa |
| Universidad | Supermercado |
| Jardín | Viajes |
| Centro | Cancha de tenis |
| Cancha de golf | Teatro |
| Gobierno | Tienda de segunda mano |
| Club de salud | Vacaciones |
| Prepa (secundaria) | Voluntarios |
| Hospital | Grupo |
| Hotel | Biblioteca |
| Biblioteca | Museo |
| Museo | |

¿QUIÉN SE INTERESA EN...?

- | | |
|---------------------|---------------|
| Fitness/salud | libre |
| Productos naturales | Empresarial |
| Holístico/orgánico | Internacional |
| Valores familiares | |
| Actividades al aire | |

¿QUIÉN ME VENDIÓ MI...?

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| Bicicleta | Lentes |
| Cama | Cerca |
| Persianas | Flores |
| Cámara | Ropa formal |
| Casa rodante | Muebles |
| Carro | Casa |
| Computadora | Seguros |
| Copiadora | Joyas |
| Cosméticos | Teléfono móvil |
| Ropa | Mascotas |
| Servicios de lavandería | Zapatos |
| Equipo para ejercicio | Cuidado de la piel |
| | Llantas |

¿QUIÉN ES MI...?

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| Contador | Planificador financiero |
| Instructor de aeróbicos | Aeromoza(o) |
| Vendedor de antigüedades | Jardinero |
| Tasador | Limpiador de casa |
| Arquitecto | Decorador de interiores |
| Abogado | Terapeuta de masajes |
| Niñera | Enfermera |
| Panadero | Nutricionista |
| Banquero | Limpiador de oficina |
| Barbero | Oftalmólogo |
| Estilista | Pintor |
| Conductor de bus | Farmacéutico |
| Propietario de negocio | Fotógrafo |
| Carnicero | Terapeuta físico |
| Carpintero | Médico |
| Limpiador de alfombras | Maestro de piano |
| Proveedor de catering | Fontanero |
| Quiropráctico | Oficial de policía |
| Consultor | Psicólogo |
| Dentista | Editor |
| Dermatólogo | Agente de bienes raíces |
| Dietista | Reclutador |
| Comadrona | Reportero |
| Electricista | Ejecutivo jubilado |
| Ingeniero | Representante de ventas |
| Amigo de Facebook | Guardia de seguridad |
| Agricultor | Vendedor telefónico |
| | Veterinario |
| | Instructor de yoga |

SIGUIENTES PASOS:

A medida que continúes agregando a tu Lista de Nombres, considera diferentes maneras en que puedes clasificar a tus candidatos, lo cual te permitirá predecir sus intereses y posible participación, y refinar tu método para cada individuo.

Una manera de clasificar tu lista es haciéndote las siguientes preguntas:

Cliente: ¿quién necesita soluciones o está abierto a los métodos naturales para el cuidado de la salud?

Compartidor: ¿quién podría tener una excelente clase?

Constructor: si pudieras hacer negocios con cualquier persona, ¿con quién lo harías?

Considera crear tres columnas para representar estas categorías en el lado izquierdo de tu Registro del Éxito. Marca con una raya la columna apropiada para cada candidato. Utiliza los puntos bosquejados en el cuadro naranja de la página 15 de la Guía de Lanzamiento para ayudarte a identificar mejor a los posibles constructores quienes tienen mayor capacidad para el éxito. Recuerda, los constructores sólidos también pueden hallarse entre quienes tienen menos marcas. El deseo, la capacidad y el compromiso son los calificadores más críticos en un posible constructor.

Una forma adicional para identificar como acercarte a un candidato es registrar en la porción de Notas de tu Registro del Éxito el que sabes qué sería su punto de "dolor" más fuerte (por ejemplo: prioridades de salud o finanzas).

Considera maneras de conectar y estructurar a la gente. Puedes construir líneas donde la gente tenga cosas en común (por ejemplo: miembros de la misma familia, ubicación geográfica, asociaciones comunitarias).