

THE
MIA MI
REVOLUTION
A MANIFESTO BY RANDY GAGE



LA REVOLUCIÓN DEL MMN

Un Manifiesto

Randy Gage

Advertencia:

Este documento expresa mis puntos de vista personales. Como tal, es directo, controversial y contiene lenguaje adulto.

La intención de este manifiesto es sacudir a la gente, retar sus creencias básicas y provocar pensamientos críticos serios.

Necesitamos iniciar un diálogo audaz, atrevido y creativo acerca del futuro, y lo que haríamos para crear uno mejor.

Si usted se ofende fácilmente con este tipo de cosas, no debería seguir leyendo.

Si está preparado para comenzar una revolución, y ayudar a nuestra profesión a avanzar a los niveles más altos del éxito, siga leyendo...

-Randy Gage

¿Quiere la píldora Roja o la Azul?

Tal vez sucedió cuando DHL anunció que ya no iba a despachar más paquetes en EE.UU. y eliminó los empleos de miles. Pudo haber sido cuando los gobiernos alrededor del mundo comenzaron a tomar los impuestos que habían coaccionado de sus ciudadanos y los utilizaron para apuntalar bancos mal manejados, compañías de seguros, fabricantes de automóviles y otros negocios privados.

Quizás hizo clic cuando los ejecutivos de las aerolíneas pudieron entrar suavemente en bancarrota y luego salir suavemente después de recortar drásticamente sus obligaciones en los planes de pensiones. O tal vez sucedió con las constantes revelaciones de compañía tras compañía, maquillando sus libros para estafar a los accionistas y trabajadores, mientras enriquecían a sus torcidos ejecutivos.

Una cosa es segura...

Alrededor del mundo, la gente empezó a despertar, a reaccionar de sus comas corporativos y a pensar de nuevo. Comenzaron a cuestionar la moralidad del modelo de negocios tradicional, a repensar las prioridades y a preguntarse si sus gobiernos realmente les podían proveer para sus años dorados.

La gente verdaderamente inteligente fue aun más lejos, moviéndose del pensamiento analítico, a volver a soñar de nuevo.

Redescubrieron los sueños que habían tenido de niños y se dieron cuenta que no tenían que renunciar a ellos, solo por que ya habían crecido.

Se preguntaron a sí mismos cómo sería el empleo de sus sueños. Y las respuestas que llegaron no fueron:

- Supervisor de turnos de Burger King;
- Burócrata en la agencia de licencias de conducción;
- Capataz de línea en la planta de ensamblaje;
- Gerente de nivel medio en una gran corporación; u,
- Oficinista en el campo de los seguros.

No exactamente una revelación, ¿cierto? Pero lo que quizás fue verdaderamente sorprendente fue que la respuesta a la pregunta del trabajo perfecto, no llegó como siendo un:

- Doctor, abogado o contador;
- Vice Presidente corporativo o ejecutivo; o,
- Dueño de negocio tradicional.

Porque por una vez, la gente (al menos algunos de ellos) dejó de pensar en un empleo de ensueño, y comenzaron a pensar acerca de LA VIDA DE ENSUEÑO- sabiendo que, en realidad, las dos son inseparables.

La gente que capta esto...

Usted puede hacer una fortuna, pero si para ello tiene que sacrificar las relaciones con sus hijos o la salud, ¿cuál es el punto? Usted puede darse el lujo de muchas cosas, pero ¿dónde está el gozo si no hay nadie con quien disfrutarlas? ¿Cuándo fue la última vez que vio a una carroza fúnebre halando un camión de U-Haul (de mudanzas. Nota del traductor) detrás de ella?

Hay un selecto y creciente grupo de gente que capta esto...

Otros descubrieron que pasar por las formalidades de un empleo monótono, simplemente porque solamente requiere 40 horas a la semana, tampoco va a traer la felicidad verdadera. Ellos entienden que la carga del trabajo sin significado, no abre las puertas a la satisfacción en el tiempo que les queda libre. Así que este grupo lo capta también.

¿Entonces quien es este grupo brillante que entiende la nueva realidad del mundo de hoy?

Ellos vienen de muchas ocupaciones y orígenes de formación y de todas las edades. Algunos son miembros de Mensa (un organización para gente que tiene un elevado coeficiente intelectual. Nota del traductor), algunos abandonaron el bachillerato; algunos son las dos cosas.

Muchos han buscado refugio del engaño, las políticas y la inercia que mata el alma en el mundo corporativo. Otros han huido de la mediocridad del trabajo de obrero, buscando agregar algo de aventura a sus vidas. Y otros eran empresarios quienes despertaron una mañana (o no pudieron dormir una noche), y se dieron cuenta que no poseían su negocio: su negocio los poseía a ellos.

Si usted le pregunta a la gente de este selecto grupo cómo es una vida de ensueño, ellos le dirán que es una mezcla de trabajo y recreación, contribución y reto, reflexión espiritual y estimulación intelectual.

El Movimiento de MMN...

Este grupo de gente encontró su camino hacia el Mercadeo Multi-Nivel (Mercadeo en Red). Pero no nos encontrará usando botones cursis, abordando a la gente en las esquinas, o conduciendo por ahí con avisos magnéticos en nuestros autos. Si lo hicéramos, probablemente llevaríamos botones que dirían, “A la mierda la recesión global. Pregúnteme por la solución real.”

Nosotros no nos unimos a una industria; nos unimos a una profesión. Y no lo hicimos solo para volvemos millonarios. (Aunque muchos de nosotros, incluyéndome a mí, inicialmente aparecimos buscando riqueza.) La gente que se vuelve profesional del Mercadeo en Red aprecia la riqueza que podemos crear, pero nuestra conciencia se expande hacia un cuadro más grande a medida que entendemos más acerca del negocio.

Sí, ellos le dirán que la prosperidad es importante para la felicidad, pero no son del tipo de los que se sientan a ver la película “*El Secreto*” 47 veces, preguntándose cuando será que el Lamborghini va a entrar por sí mismo rugiendo en su garaje.

Y ellos tienen una visión más amplia que la mayoría acerca de la prosperidad. Nunca los va a escuchar decir oraciones como, “solamente es dinero,” o “son solo objetos,” porque ellos saben que el dinero y las cosas materiales son el lubricante de la vida. Se dan cuenta que es muy difícil sentirse próspero si usted no puede pagar la renta, pagar la cuota del carro o comprar víveres para su familia.

Pero ellos no cometan el error de muchos al pensar que la prosperidad es solamente acerca del dinero. Saben que la prosperidad verdadera incluye buena salud, relaciones afectuosas, y un enfoque espiritual de la vida. Cuando hablan de vivir una vida de abundancia, quieren decir que se debe hacer en todas las áreas.

El verdadero atractivo, para la mayoría de la gente en este grupo, es el producto fundamental que venden: Libertad. Liberarse de las carencias, la libertad de realmente vivir una vida de significado, significado de abundancia—a color y en voz alta.

¿Entonces quienes son estas personas?

Hay algunos rasgos comunes que usted hallará en todos los miembros del grupo:

Cada uno en el grupo es un soñador. Dejaron de comprar el pesimismo y la tristeza de las masas y se reconectaron con la visión de grandeza que todos una vez tuvimos para nosotros mismos.

Si Morfeo les fuera a ofrecer la píldora roja o la azul, siempre elegirían el viaje a lo profundo del hoyo del conejo, en vez de la seguridad de la Matriz (hablando de la película. Nota del traductor), porque saben que en la nueva realidad el riesgo real está en la elección sin riesgo. Aquellos que eligen estar “seguros” se convierten en los trabajadores esclavos del colectivo. La gente que está dispuesta a

tomar lo que el rebaño percibiría como riesgos, son los que cosechan las recompensas de una vida que vale la pena vivir.

Cada uno en el grupo es un pensador crítico. Rechazan el pensamiento de rebaño y practican el discernimiento. Son curiosos por naturaleza, y abiertos a retar sus más profundamente arraigadas creencias. No son cínicos; más bien son escépticos de la sabiduría convencional, cuestionan la autoridad, y quieren saber cual es el razonamiento detrás de la premisa. Saben que cualquier creencia que tengan que les sirva sobrevivirá a un escepticismo saludable, y que cualquier creencia que no se sostenga bajo el escrutinio necesita ser reemplazada.

Cada uno en este grupo es un trabajador. No buscan los esquemas de “almuerzos gratis” y “volverse rico rápido”. Lejos de huirle al trabajo, se levantan, tiran las sábanas de la cama y de hecho, ansían trabajar. Ser un profesional del Mercadeo en Red significa darle la bienvenida al reto, al crecimiento, a la aventura y a ayudar a otros mientras se ayuda a si mismo. Por lo tanto, adoran lo que hacen, y no necesitan un fin de semana, un paquete de cervezas y diez DVDs para escapar de su “trabajo.” Han descubierto como balancear el trabajo con la vida y darle significado a ambos.

Cada uno en este grupo es un líder. No nacieron líderes. Nadie los nombró para el cargo, y no les importan los títulos, jerarquía o conformidad. Son llamados a liderar desde la pequeña vocecita dentro de su alma.

Lideran porque tienen creencia. Creencia en un mejor camino, creencia en contribuir a otros y una creencia de que la prosperidad es el derecho de nacimiento de cada uno de nosotros. Y saben que la convicción viene con una responsabilidad de compartir esa creencia con la comunidad más grande.

Historia Completa del Universo...

(Edición abreviada)

Este movimiento comenzó hace más de 50 años, cuando el Mercadeo en Red estaba en su infancia. Este pequeño pero dedicado grupo era lo suficientemente audaz para probar algo nunca antes intentado en los negocios. Era todo un nuevo paradigma de cómo ganarse el sustento. Y sustentar un nuevo estilo de vida.

La mayoría lucharon con todas sus fuerzas y se enfrentaron a la falta de respeto, el escarnio y el ridículo. Muchos renunciaron. Pero otros tomaron su lugar y década tras década, este grupo creció, expandiendo el alcance de la profesión consistentemente, introduciendo nuevos productos que jamás lo hubieran logrado a través del canal de distribución tradicional.

El antiguo modelo de distribución enfrentó serios retos. El modelo de negocios de enviar algo desde Europa a EE.UU. por barco, llevarlo en camión a través del país hacia un mayorista, quien lo enviaba a un intermediario, quien se lo vendía a un punto de venta al menudeo, que lo almacenaba en una bodega, y luego lo llevaba a una tienda, donde el consumidor finalmente podía comprarlo, empezó a desbaratarse.

El advenimiento de cosas como internet, entregas por correo a domicilio en 24 horas, y líneas de teléfono para llamadas gratuitas hicieron que el viejo modelo se volviera obsoleto. Las cadenas al menudeo que por legado habían dominado el panorama por décadas, buscaron protección a través de bancarrota o desaparecieron completamente.

Las compañías de Mercadeo en Red reconocieron el nuevo mundo del comercio y prosperaron...

Una compañía podía fabricar un producto y enviarlo directamente a sus distribuidores, sin todos los ineficientes parásitos intermediarios. Estos distribuidores consumían los productos ellos mismos, y utilizaban mercadeo conversacional viral para esparcir la información entre sus amigos y conocidos.

Aunque enfrentó algunos ataques de los medios y posteriormente a los reguladores gubernamentales, el Mercadeo en Red y sus compañías hermanas en la arena de las Ventas Directas continuaron desarrollándose, y ahora hacen más de \$120 mil millones de dólares al año en ventas alrededor del mundo. Ha ganado una tremenda aceptación a nivel global, siendo destacado en publicaciones tradicionales de negocios y finanzas tales como *SUCCESS, Forbes, Fortune* y *USA Today*.

El Lado Oscuro...

Pero no todo fue crecimiento positivo sin retos. Primero los reguladores ignorantes en el gobierno tenían que llegar a entender la distinción entre Mercadeo en Red legítimo y los esquemas Ponzi y pirámides ilegales. Luego que los retos legales fueron resueltos, el Mercadeo en Red fue declarado legal y las compañías ya no tuvieron que temer persecuciones injustas.

El siguiente reto, y uno que aun hoy continúa en menor medida, son los ataques en los medios por reporteros de poca monta. Algunos de estos ataques provienen de la ignorancia, otros de los celos. Esos no son un tema de preocupación para la gente en el grupo que hemos mencionado anteriormente, ya que ellos practican el discernimiento y cuestionan las premisas. Pero estos ataques probablemente sí impiden que la gente que aun está atrapada en el pensamiento de rebaño, escape y descubra la vida de ensueño que podría estar viviendo.

Sin embargo, la amenaza más grande viene de adentro del negocio mismo

Como sucede con cualquier empeño que promete recompensas lucrativas, no tomó mucho para que los oportunistas, los artistas del engaño y otros con motivos cuestionables se aprovecharan de este gran nuevo concepto.

Los clubes de compradores, las cadenas de cartas, y las pirámides ilegales hicieron todo cuanto pudieron para posicionarse como compañías legítimas de Mercadeo en Red. Muchos distribuidores sin los beneficios de la perspectiva y la experiencia fueron presa de estos.

Es importante que aquellos de nosotros que estamos en la profesión, conozcamos la diferencia. Para hacerlo, necesitamos entender como se conduce el negocio, y el diseño conceptual de los planes de compensación.

El Mercadeo en Red es un nuevo paradigma en la distribución, reemplazando el antiguo modelo, anticuado y caduco con todos los parásitos intermediarios. Pero para que esto funcione, de hecho, debe haber algo que se distribuya, además de bonos a través del plan de compensación. Por favor, sepan que los clubes de regalos, recetas, estampillas, y otros elementos de cuestionable valor no cumplen con estos criterios.

Con respecto a los planes de compensación mismos, el factor clave es si compensan a los participantes meramente por introducir a otros en el programa, o por la venta de productos o servicios reales al consumidor final.

Si el plan se enfoca en recompensar a los participantes por reclutar, es considerado como una pirámide en la mayoría de los países. Si la estructura de comisiones está orientada a la venta de productos/servicios al consumidor final, pasa la primera fase de la prueba.

El segundo análisis se hace en la operación misma del programa. Sin importar como esté diseñado el plan de compensación, los reguladores se fijan en qué realmente utilizan el tiempo los distribuidores. Si el énfasis del programa se basa en reclutar, más que en la venta de productos o servicios, aun se puede determinar que se trata de una pirámide.

En Estados Unidos, donde comenzó el Mercadeo en Red, realmente solo pocos estados tienen estatutos que específicamente

definen y regulan el Mercadeo Multi-Nivel, aunque la mayoría sí tienen leyes anti-pirámides. A nivel nacional, no hay aquí, ni en muchos otros países, leyes que lo definan de una manera exhaustiva.

En Estados Unidos, la reglamentación federal viene primordialmente de las decisiones administrativas y judiciales que son el resultado de demandas puestas por particulares y la Comisión Federal de Comercio (FTC).

Al juntar todas las piezas de las decisiones les da una idea de los elementos que definen un programa legítimo de Mercadeo Multi-Nivel. Desde un punto de vista anti-pirámide, la determinación más importante en estatutos de estado es si el dinero que los participantes ganan está supeditado a reclutar a otros en el programa. Por eso es que “el juego del avión”, “atrapa el efectivo” y las cadenas de cartas son ilegales.

El nivel de determinación es ligeramente diferente desde el punto de vista federal. Canadá ha pasado una legislación nacional anti-pirámides, mientras que la mayoría de los países no lo han hecho.

Sin embargo, esto está cambiando. Muchos países europeos y asiáticos, así como otros países alrededor del mundo, han sido víctimas recientemente de esquemas piramidales de gran escala, los cuales han hecho que muchos adopten una legislación al respecto.

Aquí en EE.UU., la mayoría de compañías de Mercadeo en Red han desarrollado sus programas basándose en la jurisprudencia de las decisiones de la corte federal y más frecuentemente en las decisiones del FTC.

La decisión más citada para definir los esquemas piramidales es la reglamentación de la FTC en el caso *Koscot Interplanetary, Inc.* (86 F.T.C. 1106, 1180-1975)

En esa decisión, la FTC sostuvo que “las cadenas empresariales” se caracterizan por “el pago de dinero por parte de los participantes a la compañía, a cambio de lo cual ellos [los participantes] reciben

(1) el derecho de vender un producto, y (2) el derecho de recibir recompensas, las cuales no están relacionados con la venta del producto a los consumidores finales, a cambio de reclutar a otros participantes en el programa.”

La clave aquí son las palabras, “recompensas, las cuales no están relacionados con la venta del producto a los consumidores finales.” Esto significa que los participantes ganan dinero con cosas diferentes a vender los productos personalmente, o por los ingresos por productos vendidos por su gente. Si ellos ganan dinero por estas otras cosas, tales como firmar a los candidatos o vender avisos publicitarios, es probable que a esa actividad se le considere ilegal.

Un perfecto ejemplo aquí es un negocio de viajes que en este momento es la moda. Están enfrentando serios retos legales y obteniendo una gran cantidad de publicidad negativa. Están jugando el papel de la parte demandante y actúan como si fueran acusados injustamente.

Pero si mira el reporte anual real que ellos publican, puede ver que la mayoría de sus ventas- y muchas de las comisiones pagadas a sus distribuidores- vienen de vender sus sitios-web de mercadeo a los distribuidores mismos, no vendiendo viajes en realidad. Este rap de “minar a los mineros” es uno de los retos de imagen más grandes que enfrentamos en este momento los legítimos desarrolladores del Mercadeo en Red.

Otra área que necesitamos tratar son los así llamados clubes de “regalos”. Todo su argumento se basa en que no necesitan productos, porque los participantes del programa dan “regalos” de dinero voluntariamente a la línea de auspicio. Los programas de regalos no son más que imitaciones de las cadenas de cartas y necesitamos caerles duro encima.

¿Y cuantas veces la gente seguirá intentando volver a traer los clubes de descuentos, los cuales promocionan productos o servicios de cuestionable valor? Estos han sido probados una y otra vez y aun no han funcionado. El mercado no los tolera y los

reguladores los atacan debido a que los descuentos que promocionan no son más valiosos que aquellos disponibles para cualquiera que compara precios en las tiendas, o sea miembro de organizaciones como AAA (American Automobile Association- Asociación Americana del Automóvil) y la AARP (American Association of Retired Persons- Asociación Americana de Personas Pensionadas)

El producto o servicio debe ser uno legítimo que la gente comprara a precio de menudeo en el mercado abierto. (Si nadie probablemente comprara el producto o servicio sin participar del plan de compensación, usted está en presencia de una pirámide.)

Si usted está contando con lo atractivo de la oportunidad de negocio, para así entusiasmar a su candidato y que él no se de cuenta que está pagando demás por su producto, usted estará grandemente defraudado. El mejor indicador de una compañía fuerte es una base de felices clientes al menudeo (los cuales no son distribuidores)

Otra opción de la cual cuidarse es los así llamados Clubes de Compradores. Estos programas anuncian “no se requiere vender” y hacen énfasis en firmarlos a todos para comprar al por mayor. La FTC y los abogados en general ven con malos ojos tales sistemas de mercadeo cerrado, considerándolos pirámides. He aquí el por que:

Usted puede empezar un club de ventas al por mayor, tal como lo hizo Sam Walton y es perfectamente legal. Pero tome un club de ventas al por mayor y póngale una estructura de comisiones de Multi-Nivel, y se convierte en ilegal en la mayoría de los casos, simplemente por que la opción del menudeo no se encuentra allí. Este sistema es solo un club de compradores al por mayor, y por lo tanto, ilegal. No hay nadie a quien venderle, ya que todos son miembros. Si todo lo que tuviéramos que hacer fuera comprar para ganar, todos lo estarían haciendo. Pero no es así de simple.

Pero tampoco es tan putamente complicado...

Vamos chicos, no es tan difícil saber qué está bien y qué está mal. Al final del día, usted debería ser capaz de sacar el plan de compensación de la ecuación. Si el verdadero producto o servicio provee un valor igual o mayor al precio cobrado, usted tiene algo con que trabajar. Si usted no estuviera en la estructura de pago y no estuviera comprando ese producto a ese precio de todas maneras, sálgase.

En términos generales, sin embargo, el MMN ha continuado desarrollándose y creciendo, y se ha convertido en una poderosa fuerza de comercio en el mundo de hoy. Y el futuro se ve brillante, para avances fuertes y poderosos. Pero para hacer esto, necesitamos hacer un análisis de donde estamos y crear una visión de hacia a donde queremos ir.

Ese es el propósito de este manifiesto: simplemente hacer que retrocedamos un paso, hacer un inventario de donde realmente nos encontramos, y prever donde nos gustaría estar de aquí a diez, 20 y 30 años.

Entonces, ¿qué hemos hecho bien?

Mucho. Las siguientes cosas me vienen a la cabeza:

Le hemos llevado, al público general, una gran cantidad de productos que jamás hubieran tenido una oportunidad en el sistema de distribución tradicional. Productos tales como pycnogenol, quelación oral, enzimas, jugos y geles antioxidantes y otros productos que necesitan el mercadeo coloquial que es lo que mejor hace el Mercadeo en Red. Estos productos han ayudado a millones de personas e incluso han salvado y ayudado a prolongar vidas.

Compañías como Amway y Shaklee estaban promocionando productos concentrados con “empaques verdes” (Empaques ecológicamente amigables. Nota del traductor), décadas antes de que estas ideas alcanzaran la conciencia popular. El Mercadeo en Red también lideró el mercado con más productos completamente naturales, mucho antes que se convirtieran en una tendencia.

Hemos cambiado la imagen negativa del negocio. Es sorprendente la cantidad de cubrimiento positivo que ha recibido el MMN por parte de los medios en las últimas décadas. La mayoría de las publicaciones financieras tradicionales más importantes reconocen ahora la potente oportunidad en la que el Mercadeo en Red se ha convertido. Esto nos ha permitido alcanzar lo siguiente:

Hemos ayudado a innumerables personas a controlar su destino, crear libertad financiera, y vivir sus sueños. Gente de todas las edades y de todas las condiciones sociales han sido capaces de crear máquinas de flujo de dinero que producen ingresos considerables. Mucha gente, como yo, ha podido moverse de la pobreza a la riqueza. Hemos podido manifestar el estilo de vida que promovemos: conduciendo los carros por bonificación gratuita, ganándonos los viajes gratis, y teniendo el tiempo para la gente y las causas que nos son importantes. Hemos probado que no es puro bombo - el sueño es real.

Hemos producido serio alivio financiero a millones de personas con dificultades. En el gran esquema de las cosas, esto es mucho más significativo que los grandes ingresos con los que muchos de nosotros, los líderes, hemos sido bendecidos. Me temo que nos hemos malacostumbrado. Si alguno no está ganando al menos \$30,000 ó \$40,000 al mes, casi vemos esto como un fracaso.

Aun así sabemos que con solo \$300 o \$400 de ingresos al mes, se podrían evitar la mayoría de las bancarrotas de hoy.

Yo personalmente he visto decenas de miles de distribuidores en lugares como Rusia, Ucrania, Singapur, Nigeria y otros lugares donde \$500 ó \$1,000 al mes hacen una ENORME diferencia en su estándar de vida. Y dado el colapso económico actual, usted pude argumentar que esto aun también haría una gran diferencia en millones de personas en los EE.UU., Reino Unido y otras naciones desarrolladas.

El Mercadeo en Red le está tendiendo una cuerda de salvación financiera a millones en la difícil economía de hoy. La mayoría de

las compañías están pagando alrededor del 30 al 50 por ciento de sus ventas en sus planes de compensación. Eso significa que al menos se están pagando \$40 MIL MILLONES al año en comisiones a distribuidores alrededor del mundo.

Este dinero está comprando alimentos, fundando escuelas, proveyendo medicinas, apoyando obras de beneficencia, pagando las cuotas del vehículo, y manteniendo al día las hipotecas. Saque ese dinero de la economía y crearía un enorme vacío y causaría muchas penurias.

El Lado Oscuro de la Fuerza...

Bien, así que hemos hecho muchas cosas correctas. También la hemos embarrado en muchas cosas, hemos herido a mucha gente y dañado la profesión. Y desafortunadamente algunas de estas cosas que debieron haber terminado hace años, aun están sucediendo hoy. Podemos comenzar con:

Las Cinco Mentiras Terribles del Mercadeo en Red...

Estas son cinco suposiciones básicas que, veo, están ganando aceptación general en el espacio del MMN y están creando serios problemas. Han sido repetidas tan a menudo, que de hecho la gente empieza a creerlas. Pero son tan falsas hoy como siempre lo han sido. Echémolas un vistazo:

#1) Todos pueden hacer esto.

No pueden. El Mercadeo en Red es perfecto para todos.

No todos son perfectos para el Mercadeo en Red. Usted debe tener la mentalidad de un empresario, no la de un empleado.

Me tomó bastante tiempo darme cuenta de esto. Estaba particularmente molesto conmigo mismo por mi incapacidad para involucrar a los miembros de mi familia en mi negocio. Me tomó un tiempo, pero llegué a entender que muchos de mis familiares estaban muertos de miedo con la idea de ganarse lo que realmente valen, estar a cargo de sus días y no tener a

alguien que les ordene qué hacer y les garantice un cheque cada viernes.

No había nada malo con la oportunidad o con la forma en que yo la estaba presentando. Era solo que no les ofrecía ningún atractivo. Es como tratar de ofrecerle una hamburguesa a un vegetariano. Entre más pronto lo entienda, más rápido puede mejorar sus esfuerzos de reclutamiento.

En vez de apalear fútilmente a los candidatos que en realidad no son candidatos, y apalearse a usted mismo por no obtener los resultados que está buscando, usted aprende a reconocer cuando alguien no está programado mentalmente como empresario y se mueve hacia pastos más prometedores. Lo hace a usted más productivo y evita que pierda la cordura.

#2) El imán de candidatos atraídos por una celebridad.

Perdí la cuenta de cuantas veces he visto interpretar esto en los últimos 20 años. Una compañía contrata a un portavoz famoso, el portavoz entra como distribuidor, o de hecho comienza su propia compañía.

Todos los otros distribuidores están medio locos por el efecto masivo que esto tendrá en el reclutamiento. Usualmente esto conlleva grandes campañas en los medios incitando a la gente a asegurar rápidamente una posición, debido al constante flujo de gente nueva que estarán ingresando a la compañía, basado en el efecto de halo de esta celebridad. En el peor de los casos esto se promueve en comerciales de televisión y se hace publicidad mancomunadamente. Miles de referidos llegan en avalancha. Pero, ¿qué sucede al final del día?

La celebridad no entiende un carajo acerca de cómo se conduce el negocio y usualmente ni siquiera intenta hacer el trabajo que se requiere. De hecho, el portavoz probablemente ha sido engañado haciéndole creer que otros trabajarían los referidos traídos por su “nombre”, y que el resultado será un buen ingreso residual.

Esto no sigue la formula para crear riqueza en el negocio y es anti-ético con el proceso de duplicación . La última vez que esto funcionó exitosamente en el negocio es nunca.

#3) Las Leyendas Urbanas.

Podemos juntar unas cuantas de estas - historias que parecen simplemente no morir jamás, no importa cuantas veces sean desacreditadas.

La primera y más importante es la historia de Donald Trump en la que apareció en un programa de entrevistas tarde en la noche y dijo que si perdiera todo y tuviera que empezar de nuevo, se uniría al Mercadeo en Red. Yo, literalmente, he conocido cientos de personas que juran que estaban mirando TV la noche en que él lo dijo. El único problema es - él nunca lo hizo.

Lo que hace que esta historia sea tan graciosa es que alguna gente insistía en que lo vieron hacer esta declaración a Johnny Carson. Más tarde otros juraron haberlo visto decírselo a Jay Leno. Aun otros fueron categóricos de que él se lo dijo a David Letterman. Todos ellos han escuchado esta basura tantas veces que se auto convencieron de que la vieron.

Este tipo de comportamiento delirante no hará que nuestra profesión avance. Quizás el único lado positivo (tal vez), sea que Donald muy seguramente usaría su nombre en algo, y él ahora es un portavoz para una compañía de Mercadeo en Red. Así que si usted quiere citar lo que el promociona, al menos cáptela bien.

Otra gran mentira es que la mayoría de millonarios se hicieron en el Mercadeo en Red. Ni de cerca. La finca raíz nos deja atrás unas 20 veces, aun en esta atrabilada economía. Y estoy seguro que la fabricación, la alta tecnología y otras cosas nos dejan atrás también.

Si quiere mostrar credibilidad desde una fuente sólida, consiga los libros:

- *Los Siguientes Millonarios y la Revolución de La Nueva Riqueza: Como Hacer Una Fortuna en la Siguiente Industria del Trillón de Dólares, ambos por Paul Zane Pilzer,*
- *Padre Rico Padre Pobre por Robert Kiyosaki; y,*
- *Comience Tarde, Termine Rico por David Bach.*

La otra leyenda urbana que jamás parece morir es que el Mercadeo en Red se enseña en las escuelas de negocios de Harvard y Stanford y otras destacadas universidades. Pura mierda.

El Mercadeo en Red no se enseña en Harvard, Stanford, Yale o casi en ninguna parte más. Había (y puede aun existir) un programa de educación continuada, dictado por el Dr. Charles King, un profesor de mercadeo en la Universidad de Illinois en Chicago. La gente tomaba el curso pensando que ello significaría que estarían “certificados” y que ello les daría credibilidad con los candidatos. Pero esa es una idea muy tonta, ya que eso jamás convenció a un candidato para que se firmara.

En la práctica, el programa básicamente generaba referidos para clientes de consultoría para el Dr. King y Tim Sales. Ahora, no había nada malo con el curso, y siempre es bueno aprender, y tanto Charles como Tim son buenas personas. Pero no pretendamos que Harvard está enseñando MMN; no lo están haciendo.

#4) La mentalidad de “Forma Fácil y Rápida de Hacerse Rico”.

Por años hemos promovido el negocio como un plan de seis horas a la semana. Triste admitirlo, yo solía echar esa perorata también. La escuché, la creí y luego la repetí.

Pero luego que adquiere experiencia, y hace algo de pensamiento crítico, se da cuenta de que nunca funciona así. Jamás.

¿Qué es real?

Puede empezar el negocio a medio-tiempo, con cualquier negocio o empleo que este haciendo ahora. De hecho, esa es la mejor y más duplicable manera para que todos comiencen. Pero el negocio no puede ser lanzado exitosamente en cinco o seis horas a la semana. Toma un mínimo de diez y 15 es aun mejor.

No se puede conseguir suficiente tracción para sostener nada serio con cinco horas a la semana. Apenas comience, debe enfocarse en conseguir nuevos clientes y distribuidores. Y cuando logre firmarlos, ellos necesitarán apoyo. Aun si usted firma a un par de superestrellas- su incapacidad de ayudarles tempranamente, hará que se retiren. Así que usted necesita estar allí durante este momento crucial.

Diez a 15 horas a la semana le dan suficiente tiempo para participar en una sesión de entrenamiento de liderazgo semanal, hacer una o dos reuniones en casa, asistir a una reunión de oportunidad, y trabajar con su gente nueva.

Ahora, una vez que alguien se compromete con las horas semanales, llegar a una posición de éxito es un plan de dos a cuatro años. (Mi amigo Mark Yarnell sugiere que es un plan de cinco años, y él es una de las mentes más brillantes en el negocio.) Nadie está haciendo gran cantidad de dinero después de solo unos pocos meses, a menos que él o ella obtenga un acuerdo especial de colocación, traiga un grupo de otra compañía, o sea un fenómeno de la naturaleza.

Ahora, con el interés de hacer una revelación, cuando yo regresé al negocio tres años atrás, hice buen dinero muy rápidamente, sin tratos y sin traer gente de otra compañía.

Pero yo he estado en el negocio por cerca de 20 años, ya había desarrollado el conjunto de habilidades necesarias, y trabajé el negocio por 40 ó 50 horas a la semana. Sería ridículo y antiético que yo sugiriera que esto le sucederá a una persona promedio.

Sin embargo, cualquiera en mi equipo tiene la oportunidad real de ganar lo que yo y aun más. Pero es lógico que a la mayoría de ellos les tomará un poco más de tiempo construir la masa crítica que yo hice. Aunque me encantaría que se me probara lo contrario - estaría mal sugerir que sea diferente, hasta que ello suceda.

Sinceramente, las personas que alcanzan gran éxito en dos años, son sorprendentes - y son la excepción a la regla. Como lo mencioné anteriormente, nos malacostumbramos con los grandes ingresos que ganamos en este negocio.

Por ejemplo, un Diamante que comienza en mi programa, gana cerca de \$40,000 al mes. Sin embargo tenemos gente que les toma tres o cuatro años llegar allí ¡y piensan que son un abyecto fracaso!

Hay empleos y negocios que toman 20 años en dar \$40,000 al año. Aun si a alguien le toma cuatro (o cinco) años lograr un cheque de bonificación de \$10,000 o \$15,000 al mes- eso es un enorme logro y radicalmente mejor que lo que la mayoría de la gente probablemente ganará en cualquier otro empeño.

Y no se requieren títulos, ni credenciales, ni grandes inversiones iniciales para lograr esto en el Mercadeo en Red. Es un plan de dos a cuatro años ¡y uno extremadamente bueno!

Pero pienso que la mentira más grande en el MMN...

#5) Vender Resultados de Negocio Grande con Tácticas de Negocio Pequeño.

Esto proviene de nuestro fracaso al educar la gente entre el modelo de pequeño negocio de venta el menudeo, y el modelo de duplicación de negocio grande. Y esto es una pandemia en nuestro negocio.

¿Cuántos idiotas tenemos que van por ahí poniendo volantes de “Millonario busca aprendiz” en los parabrisas de los autos en los parqueaderos de los centros comerciales? ¿Cuántos neófitos que no tienen ni idea andan corriendo por ahí, colocando avisos de jardín en las intersecciones, pensando que esto le va a construir un cheque de bonificación de \$50,000 al mes?

Ahora, hay ciertos millonarios buscando aprendices (yo soy uno y probablemente muchos de ustedes que están leyendo esto también lo son), y muchos de nosotros ganamos \$50,000 o múltiplos de ello al mes. Pero no llegamos allí por usar botones baratos, repartiendo volantes en el centro comercial o conduciendo por ahí con avisos magnéticos en nuestros Lamborghini.

Eso no significa que haya algo malo con la gente que construye el negocio con botones, stickers en los bumpers o volantes...

Estas tácticas funcionarán si su principal interés es que sus propios productos se paguen o ganar unos cuantos cientos o miles de dólares al mes, pero no van a crear una duplicación fuerte o a producir masivos cheques de bonificación.

Entonces no reclutemos con base a autos gratis, viajes de recompensa y grandes ingresos- y luego enseñémosle a la gente que estas tácticas de vendedor ambulante les van a producir. No lo van a hacer. No ahora. Ni jamás.

Bien, mientras echo pestes, podríamos también pasar al siguiente tema, algo más que nos está matando...

Las 7 Prácticas de Reclutamiento Más Engañosas del MMN...

#1) El Síndrome del Excedente

Esto comenzó en los días de los programas de Matrices y se salió completamente de control con la explosión de los planes Binarios de compensación. Debido a que estos planes ofrecen el potencial de que alguien en la línea de auspicio coloque gente en su grupo, ha llevado a que muchas promesas se queden sin cumplir.

Mire los periodicuchos de oportunidades de negocios y vea cuanta gente está anunciando “construir su línea descendente para usted.” Esto hace que la gente empiece a comparar con diferentes patrocinadores, buscando cual es el que va a colocar más gente debajo de ellos. Algunos enroladores están haciendo promesas específicas para hacer esto.

Una receta para un muy mal resultado...

Esto ha creado una fuerte mentalidad de asumir que se tienen derechos en el negocio. En vez de hablar con los candidatos, la gente está llamando a la línea de auspicio y les está preguntando por qué nadie nuevo ha sido colocado debajo de ellos hoy. Realmente se está saliendo de las manos.

Debemos dejarle claro a los nuevos auspiciados que ellos deben construir sus grupos, y que cualquier excedente que ellos reciban es un regalo sorpresa de los dioses.

Necesitamos asegurarnos que la gente sepa que este es *su* negocio y *ellos*- no su auspiciador ni su red- son responsables de construirlo.

#2) La Artimaña de Traer Gente de Otras Compañías

En esta situación, usted tiene gente haciendo alarde de sus cheques de bonificación, jactándose de cuan rápido crecieron. Pero por supuesto, omiten mencionar que simplemente se

trajeron un gran equipo de otro programa en el que se encontraban.

Este engaño no solo es anti-ético, crea falsas esperanzas y expectativas imposibles para el nuevo distribuidor. Lo irónico es que a este tipo de habladurías generalmente le sale el tiro por la culata, ya que estas falsas expectativas hacen que mucha gente se retire. ¿Por qué simplemente no somos honestos y presentamos lo que es normal, razonable y posible? Aun así es el mejor negocio que hay. No tenemos que adornarlo más de la cuenta.

#3) La Carnada del Entrenamiento Genérico para captar candidatos

¿Cuántas veces hemos visto esta mierda? Un entrenador “genérico” viene a la ciudad ofreciendo un seminario. Usted va con algunos de los de su equipo. Luego unos días después a todos les llega una nota del entrenador diciendo, “muchos preguntaron en que programa trabajo. Pensé en compartírselos...”

Conozco otro entrenador que va por ahí haciendo seminarios con el solo propósito de robarse la gente durante la hora del almuerzo. Lo peor de todo es que es un completo adicto del MMN, así que literalmente está en docenas de programas. El ingresa en una nueva compañía, luego presiona a todos los otros adictos en su grupo. Así que el asciende rápido en los nuevos rangos del nuevo negocio.

Por supuesto todos los antiguos distribuidores en la nueva compañía se dan cuenta de su crecimiento rápido y quieren saber su secreto. El le pregoná sus libros y CDs a esta gente, agregándolos a su base de datos. Luego los empieza a prospectar para sus otros negocios.

A menudo es expulsado de muchas de estas compañías, pero no le importa, porque realmente no está construyendo una red sólida. Para él, todo se reduce a vender sus herramientas, y

utilizar esa plataforma para robarle los distribuidores a otros. Ha estado haciendo esto por más de 20 años. Usted pensaría que su reputación sería tan mala que ya no podría operar, pero este no es el caso. Siempre hay una nueva compañía abriendo y miles de primerizos quienes no conocen nada mejor. Tenemos que expulsar este tipo de gente fuera de nuestro negocio.

#4) La Promesa Ilusoria del Plan de Pagos

He visto anuncios que prometen pagos en planes de compensación del 60 por ciento, 70 por ciento y aun del 86 por ciento. Y es verdad, estos planes pagarán *hasta* el 86 por ciento. Pero por supuesto de hecho nadie jamás ha ganado eso y jamás lo harán.

Los planes están construidos con fisuras. Estas fisuras son los bonos a los que la gente de hecho no califica y suben rodando hacia los fundadores de la compañía o van a parar a un fondo para sobornos en alguna parte.

Recuerdo haber hecho un seminario para dueños y ejecutivos de compañías un año en la Asociación de Ventas Directas. El presidente de una compañía me preguntó si no quería que mi gente tuviera el plan de pagos más alto en el negocio. Le contesté que yo prefería tener la gente mejor pagada en el negocio. Gran diferencia.

Como ya he dicho en varias ocasiones, con el MMN tenemos algo muy especial; no tenemos que pasar por toda esta hipérbole acerca de los planes de pago. La economía del negocio prácticamente dicta que todos nosotros tenemos alrededor de 50 centavos por dólar para dedicarle al plan de compensación. Construyamos planes que paguen tanto como eso como sea posible y que compitan con hechos, no con números ilusorios que no tienen bases en la realidad.

Y a propósito me siento bien con que todos compitamos entre nosotros. Coca Cola quiere participación en el mercado y

Pepsi quiere quitársela. Y RC Cola los quiere a los dos. Eso es competencia de libre mercado, y no hay nada malo en ello, mientras compitamos con integridad. Pero es muy tonto que nosotros gastemos todo nuestro tiempo tratando de convertir a la gente de ida y vuelta de un MMN a otro, cuando hay 5.9 billones de personas que aun no están en la profesión.

#5) El Trato Secreto por debajo de la mesa

Hace más o menos tres meses, empecé a ver anuncios de uno de los adictos al MMN que he conocido por años, en todos los sitios sociales del networking (palabra para denominar al Network Marketing o Mercadeo en red nota del traductor.) El estaba en otro lanzamiento y hacía un anuncio para 20 líderes quienes podrían calificar para \$20,000 garantizados. Unos pocos días más tarde colocó un anuncio diciendo que todos los puestos superiores habían sido llenados, pero que habían disponibles unas cuantas posiciones de nivel medio que pagaban \$5,000 al mes.

El mes pasado, toda esa charla había cesado porque él ya tenía otro trato. Probablemente su número 75 o tal vez su número 100 en los 15 años que lo conozco.

Lo cual significa que hay otro crédulo propietario de nueva compañía, que derrochó un par de cientos de miles de dólares para hacer que él y sus compinches lancen su nueva compañía, y ahora ellos se han movido al siguiente trato caliente. Y, por supuesto, hay probablemente cientos de personas de pocos recursos que saltaron abordo, sin obtener ningún trato, pensando que estaban cabalgando la siguiente gran ola.

Esto sucede tan a menudo que es exorbitante. Hay un gran grupo de estas rameras vendiéndose al mejor postor, revoloteando de trato en trato cada seis meses. En algunos mercados como el de Australia por ejemplo, esto es una epidemia. Allí abre una compañía cada seis meses,

blandiendo tratos por todas partes. El mismo reparto de lamentables personajes salta del viejo al nuevo y jamás se construye nada permanente.

Mucha gente que administra compañías legítimas ven estos turbios lanzamientos robarse mucha gente con tratos por debajo de la mesa y piensan que para competir, necesitan ofrecer tratos similares.

Gran error.

Para la gran mayoría, la gente atraída por estos tratos son mercenarios, sin lealtad a la compañía, los productos o aun su propio equipo. Tan pronto como cesan los pagos y tienen que sobrevivir de sus propios esfuerzos de construcción del negocio, salen a buscar el siguiente trato.

Por supuesto mientras tanto, están jalando distribuidores crédulos al blandir sus cheques de bonificaciones por todas partes y fanfarronear con sus ganancias. Pero la persona promedio no tiene oportunidad con esos ingresos a menos que ellos obtengan el mismo trato por debajo de la mesa, lo cual no sucederá.

La gente que esta construyendo compañías serias tiene que entender que los verdaderos líderes no pueden ser comprados. A primera vista parece como si usted estuviera en una ventaja injusta, porque los tratos de lanzamiento pueden robar mucha de su gente. Pero si se resiste las ganas de competir de la misma manera, usted verá que estos tratos usualmente desaparecen en uno o dos años. Estos tratos eventualmente se agotan y seguidamente se agota la gente que los obtuvo.

Y la gente que realmente quiere ser líderes tiene que entender que el liderazgo requiere integridad. Usted necesita ser capaz de mirar a un candidato a los ojos y prometerle que tendrá la misma oportunidad que usted tuvo.

No puedo comenzar a decirle cuantos tratos me han ofrecido a través de los años. La gente me ha prometido zanahorias tales como:

- Colocarme en la cima del plan de pagos y que todo el mundo vaya debajo de mi;
- Garantizarme \$50,000 al mes por el primer año;
- Llevar a mis 10 candidatos mas importantes en primera clase a las oficinas corporativas; y,
- Pagar mis gastos de viaje, teléfono y gastos de correo.

¡Inclusive, una compañía me ofreció un maletín con \$100,000 en efectivo en billetes sin marcar!

No mentiré, he sido tentado. Pero siempre supe que mi buen nombre y reputación eran los activos más importantes que jamás poseería, así que nunca tomé un trato; y esa es la decisión más importante que he hecho jamás.

Yo no soy juez de nadie y no voy ha decir que nunca hay un lugar para esto. He visto casos en los que una compañía ha cerrado y sus líderes se han quedado sin trabajo. Sus ingresos se habían secado instantáneamente y no tenían recursos reservados. (Podría despotricar sobre este tema por mucho tiempo, pero lo guardaré para otro manifiesto) Una compañía podría elegir garantizarle ciertos ingresos a un distribuidor, basándose en sus antecedentes mientras esta persona se reagrupa y reconstruye.

Mis únicos comentarios sobre esto sería para las compañías: asegúrense de que la persona a quien le están dando estas garantías de hecho ha construido algo real y no es una de las muchas rameras allá afuera que los está robando. Y si usted es un distribuidor que se encuentra en circunstancias como estas, no engañe a los candidatos con respecto a sus ingresos.

Otro gran reto es el tema de grandes inversiones de inventario inicial. Como usted sabe, los productos tienen que llegar al consumidor final. Pero no debería haber requerimientos de grandes inversiones por adelantado.

Si alguien le dice que compre una gran cantidad de inventario para calificar a cierto nivel, se están aprovechando de usted sobrecargándole de productos. Las compañías legítimas nunca querrán que usted compre más productos de los que usted pueda comprar y/o revender en un mes o dos.

En esta situación, la explicación técnica es que todos se compensan solamente por la venta de productos. En realidad esto es un subterfugio. El énfasis no está en la venta del producto al consumidor real, sino más bien en reclutar nuevos distribuidores- con la meta de “cargarlos” con tanto inventario como sea posible. Es bastante improbable que el distribuidor promedio sea capaz de utilizar o revender estos productos o servicios en un tiempo razonable. Debido a esto, las cortes han sostenido consistentemente que este tipo de transacciones son de hecho bonos de “casa de cabezas” o de “reclutamiento”, y por lo tanto, constituyen una pirámide.

Y mientras estos criterios no estén incorporados a un estatuto exhaustivo, son utilizados de manera general, ya que cumplir con estos tres criterios sí protege al público de los peligros representados por las pirámides.

Ellos son:

#6) El Cuento de Hadas de “en camino a”

Este es un “gancho dorado” utilizado una y otra vez tanto por compañías, como por distribuidores. Para las compañías es usualmente la frase: “somos la compañía de Mercadeo en Red de más rápido crecimiento en el mundo.”

Ellos ganan \$400 en su primer mes. En el segundo mes ganan \$4,000, así que están “creciendo a un ritmo de crecimiento del mil por ciento”. Entonces por supuesto el

siguiente mes cuando ganan \$18,000 ó \$42,0000, ó \$61,000, están “creciendo a un ritmo del 127,478 por ciento”, y por ello son la compañía MMN de más rápido crecimiento en el mundo. ¡Una compañía lenta como Nu Skin probablemente solo creció solamente un par de puntos porcentuales el año pasado y solo hizo un mísero \$1.1 mil millones en ventas!

La misma lógica aplica a los distribuidores. Su primer mes hicieron \$10. El segundo mes hicieron cien. Así que ya que están creciendo al mil por ciento mensual, están “en camino a ganar más de \$100,000 este año.” (Suspiro.)

#7) “¡Nosotros Construimos Su Equipo Por Usted!”

Bien, hay una parte de mí que piensa que cualquiera que sea lo suficientemente estúpido para creer esto, se merece lo que les pasa. ¿Nunca se les ocurrió a estos científicos espaciales que si alguien iba a construir el grupo por ellos, ellos no serían realmente necesarios?

Pero necesitamos mejorar.

Por supuesto algo de esto viene de las promesas de los planes Binarios y Matriz que discutimos anteriormente. Pero también viene a menudo de los lugares que venden referidos y que ofrecen hacer publicidad mancomunada.

Una publicación de negocios tradicional, nunca aceptaría un anuncio de alguien que prometa retorno de inversión garantizado o un ingreso garantizado de una franquicia. ¿Por qué nuestros vendedores no pueden mostrar un poco de huevos y evitar aceptar publicidad que es descaradamente engañosa y peligrosa para la profesión?

Qué Tan En Serio Ganan Dinero Los Que Ganan Dinero...

Bueno, sucedió hoy de nuevo. Recibí un mensaje de un amigo del que no había escuchado en un par de años, y quiere ponerse al día. Así que le devolví la llamada y ¿qué es lo que realmente quiere? Preguntarme si quiero unirme a su nuevo programa de MMN. (Suspiro.)

Y usted tiene que preguntarse... ¿aprenderá esta gente alguna vez?

A menudo les pregunto a estas personas si no se acuerdan que ya estoy en una compañía de Mercadeo en Red - la misma en la que ellos estuvieron y con la que nunca hicieron nada. Inevitablemente preguntan si aun estoy en ella.

“Bueno, sí” contesto. “El mes pasado gané cerca de \$150,000, así que estoy como satisfecho con ella.”

Entonces usualmente, tímidamente, preguntan si les daría los nombres de mis amigos, mi familia y empleados que pudieran comprar sus productos. (Doble suspiro.)

Es muy parecido a las llamadas que recibo en mi oficina. Le dicen a Lornette que tienen un proyecto urgente de consultoría o capacitación, y que deben hablar conmigo inmediatamente. Les devuelvo la llamada, solo para escuchar algo como, “Hola Randy, mi nombre es tal y tal; nos conocimos hace unos años en la convención de MLMIA. (Nunca he estado en una convención de MLMIA.) Estoy trabajando con la compañía XYZ, y solo quería estar en contacto contigo y blah, blah, blah...”

Y siempre es lo mismo. El “proyecto de consultoría” o “empresa” que quieren que evalúe, en realidad significa que quieren que me firme como nuevo distribuidor en su nivel frontal.

Otros a menudo dirán que me están devolviendo la llamada o que son amigos míos desde la escuela. (¡Como si tuviera alguno!) A menudo dicen alguna u otra mentira descarada para pasarse a Lornette. Son peores que los malditos vendedores de cartuchos de tinta y bombillos. Simplemente no la captan.

Disgustando a los Candidatos...

La gente que hace al menos \$25.000 al mes de forma consistente en el Mercadeo en Red nunca hace cosas tan tontas. Nunca utilizan medios deshonestos o engañosos para llegar a la gente. Ellos no le envían correo basura a la gente en la internet y no hacen llamadas en frío a algunos idiotas en una lista de oportunidad de negocios, no alienan a todos los que conocen y no están persiguiendo “conejos flacos” (Circunstancias de escaso valor. Nota del traductor) Hablan con candidatos calificados, y obtienen citas de calidad, para hacer presentaciones de calidad.

Mucha gente cree que mercadeo es ventas - y vender como hacer que el tonto candidato compre algo que no necesita. Así que dedican sus carreras a aprender PNL, métodos de ventas y técnicas manipuladoras para coaccionar a los candidatos para que compren cosas que no quieren o que no necesitan. Anthony Robbins y una legión de pequeños imitadores de Tony han creado una completa industria basada en casa enseñándole a la gente a hacer esto. Muchos MMNeros han saltado a la refriega, trayendo estas y otras técnicas de ventas de alta presión al Mercadeo en Red.

Estos son los idiotas que llaman durante la hora de la comida, comenzando la conversación con líneas como esta, “Hola Jim, usted no me conoce – y es solo un tiro a ciegas – pero he oído que usted es un hombre perspicaz y pienso que podría calificar como asociado en un negocio que estoy expandiendo.” (Alarido)

Un enfoque diferente...

No tengo ningún interés en tratar de venderle algo a alguien que no lo quiere, y le apuesto que usted tampoco. El Mercadeo en Red apropiadamente desarrollado, está basado en una filosofía simple – aunque bastante profunda:

Estamos buscando gente... que están buscando lo que nosotros ofrecemos.

Puesto en términos más específicos, esto significa: *Nuestro trabajo es identificar candidatos calificados, luego poner nuestro mensaje*

de mercadeo frente a ellos. Darles suficiente información para que puedan tomar la decisión correcta para ellos.

Si eso significa que ellos se unen a su oportunidad o compran su producto, fantástico. Si eso significa que no, eso es fantástico también. Su trabajo no es *vender* su oportunidad o productos a aquellos que no lo necesitan o no lo desean. Es encontrar a la gente que posiblemente *quiera* lo que usted tiene y darles suficiente información para que así pueda decidir si obtenerlo de usted es un justo intercambio de valor.

Clasificar, no Vender...

El Mercadeo en Red es mucho más un proceso de clasificación que de venta. Esta diferencia fundamental en filosofía es la que me separa de las multitudes de capacitadores en ventas, “gurús” del mercadeo y autores de libros allá afuera. No estoy aquí para manipular o engañar a la gente para que compren algo que no quieren o que no pueden costear. En eso no hay integridad.

Uno de los grandes retos que enfrentamos es que pocos ejecutivos de compañías de MMN entienden la verdadera naturaleza de nuestro negocio, o la diferencia entre vender y mercadear. Así es que traen capacitadores en ventas, a cada convención, quienes enseñan PNL, la regla de los tres pies, y técnicas para hacer fuertes cierres de venta. Si he descubierto algo en el negocio, es esto:

Entre más duro cierre a alguien – él o ella menos se duplicará.

Soy un terrible vendedor y no tengo intenciones de ser mejor. Sin embargo me da mucho orgullo ser un gran especialista en mercadeo.

La esencia de nuestro negocio es presentar nuestro mensaje de mercadeo en la mejor y más efectiva forma posible – a candidatos calificados. Les damos la mejor información para que tomen la mejor decisión para ellos.

Entonces, ¿a donde vamos desde aquí?

Hemos hablado acerca de muchas cosas que podemos hacer para fomentar el avance de nuestra profesión y ayudarnos todos.

Debemos liderar con el ejemplo y dejar las prácticas engañosas de reclutamiento y las continuas mentiras. Tenemos que limpiarnos a nosotros mismos.

Cuando vea un aviso engañoso, escríbale al editor y déjelo saber que dejará de comprar esa publicación si continúa imprimiendo basura que degrada la profesión. Cuando vea gente promocionando juegos de dinero como si fueran programas legítimos de MMN, advírtales. Y si no se detienen, ponga una queja ante las autoridades.

Aun hay unas pocas compañías allá afuera sobrecargando a la gente por adelantado, cuando ingresan, con productos que valen \$50,000, \$100,000 e inclusive \$200,000. Estas compañías operan por debajo del radar. Necesitamos ponerlas de vuelta en el radar.

Necesitamos detener las afirmaciones de los productos de cura milagrosa. Cuanta gente aun está vendiendo sus lociones y pociónes con discursitos como, “Legalmente, no puedo decir que esto cura el cáncer, pero escuché de una mujer en New Jersey que se estaba muriendo de cáncer antes de probar este producto y...”

Esas cosas nos está matando en los medios y está dando de qué hablar a las autoridades a quienes, para empezar, no les gustamos.

Y una nota especial para las damas...

Por favor, apuren el paso y caminen hacia su grandeza. La creencia popular dice que nuestra industria está compuesta por 80% de mujeres. Para nada cierto. Cuando se incluyen las compañías de VENTA DIRECTA Y FIESTAS DE VENTAS, sí, las mujeres conforman la mayoría de la fuerza de trabajo; pero si usted mira las compañías reales de Mercadeo en Red, es un mundo del hombre. Tenemos hispanos, tenemos asiáticos, tenemos Negros. Pero no tenemos muchas mujeres en la cima de los planes de pagos.

Noten que no dije que necesitamos ofrecer más oportunidades a las mujeres. Ya existen. Damas, ustedes necesitan aprovecharlas.

Tenemos que recuperar el internet de manos de los locos. Me encanta la Web 2.0 y toda la escena social del networking. Es realmente espectacular para introvertidos como yo que no están muy cómodos en grandes entornos sociales. Y es un medio maravilloso para conocer gente, redes y fraternidades alrededor del mundo.

Pero los imbéciles del MMN están haciendo de algunos de estos sitios como Facebook, Myspace y Twitter la arremetida del Spam por la que atravesamos unos años atrás.

¿Será que todos los anuncios acerca de la diarrea de su gato tienen que tener el link a su sitio web de réplica? ¿Será que cada persona que haya perdido a un ser amado y recibe sus mensajes condolencia también tiene que ser el afortunado receptor de su discursito de reclutamiento? ¿Usted realmente cree que alguien en el mundo – inclusive su madre - desea recibir 24 mensajes suyos al día?

Necesitamos todos dejar de pelear por un pedazo del pastel y trabajar juntos para crear un pastel más grande. Uno de los momentos de mayor influencia en el Mercadeo en Red fue el desarrollo de *la Revista Upline* y los eventos genéricos que ellos conducían, que abarcaban toda la profesión.

Por primera vez en la historia, los grandes líderes de diferentes compañías planearon, organizaron e hicieron tormenta de ideas juntos de manera significativa. La gente empezó a tener verdadero orgullo por la profesión y a trabajar para desarrollar su conjunto de habilidades. Se cimentaron relaciones poderosas.

Tom “Al el grande” Schreiter y Art Jonak hacen un buen trabajo con su crucero anual de MMN. Ya lleva 20 años y se ha convertido en algo así como una institución.

Y desde la desaparición de *Upline*, Art ha tomado la cuerda con su serie de seminarios de Mentes Maestras. El ha creado un lugar seguro donde las personas puede estudiar y aprender juntas y traer su gente clave, sin preocuparse de que alguien más trate de

auspiciarlos. Todos nosotros necesitamos apoyar este tipo de eventos y tratar de desarrollar otros más. Obtenga los resultados de los seminarios de Mentes Maestras en: www.mastermindevent.com

Después de cinco años de ausencia, estuve de acuerdo en conducir mi mega evento de MMN y fue un gran éxito. Este fue un evento de alto nivel, verdaderamente dirigido a productores del millón de dólares y gente que quería unirse a ese grupo.

El grupo que tuvimos fue espectacular. Solo el trabajar con ellos todo el fin de semana fue una catarsis creativa. Ellos prácticamente pidieron otro evento, para poder traer a su gente. Así que ya eso ha sido organizado. Usted puede leer todo acerca de mi **Mega evento de MMN**, y para asistir, regístrese en: www.mega-mlm.com

Otros Recursos Recomendados:

Hay un par de publicaciones que también han llenado el hueco y están comprometidas en hacer que la profesión crezca y en proporcionar gran contenido. Si aun no se ha suscrito, debería hacerlo.

La primera es **Networking Times**. Esta es una publicación impresa que sale bimensualmente. Cada edición está llena de casos de estudio, buenas prácticas, entrevistas e inspiración. El editor ofrece copias impresas en EE.UU. y Canadá y ofrece una versión digital para los mercados internacionales. Puede suscribirse aquí: www.networkingtimes.com/link/suscribe/

La segunda es **The Network Marketing Magazine**. Es una publicación electrónica que sale mensualmente. Los editores están reformando todo el concepto y creen que ofrecerán la revista gratis en el 2009 y se concentrarán en construir una gran comunidad de mercaderes en red. Para detalle vaya a:

www.thenetworkmarketingmagazine.com/Free2009Revolution

Subscríbase a ambas, por que lo mantendrán motivado, construirán su creencia y le ayudarán a desarrollar sus habilidades.

También he creado un **curso digital genérico gratuito de seis semanas** para afilar su conjunto de habilidades y mejorar en lo que hace. Vaya a: www.FreeMLMEcourse.com y fírmese.

Difunda el mensaje...

Como dije al comienzo, no espero que esté de acuerdo con todo lo que he dicho aquí. Solo quería iniciar el dialogo, y hacer que todos trabajemos juntos en una Mente Maestra para mejorar la profesión.

Si usted conoce gente que necesita involucrarse, por favor envíelos a www.mlm-manifiesto.com para que obtengan este documento.

Ahora que ha leído esto, por favor vaya al Blog del éxito del MMN en www.networkmarketingtimes.com/blog/ y regístrese con SUS pensamientos, comentarios y sus percepciones. Necesitamos crear una sana discusión entre los interesados. Busque el anuncio “Comience la Revolución”

También puede estar en red, hacer tormenta de ideas y fraternizar con otra gente mentalizada para el éxito al ir a Facebook.com y buscar **MLM Mastery** en el grupo que formé en Facebook. El vínculo directo es:

www.facebook.com/home.php#/group.php?gid=94453710695

Versión en Español MLM REVOLUCION

<http://www.facebook.com/home.php#/group.php?sid=27752acfacd6b244e3d5272c8cd407e8&gid=47348300809>

En conclusión...

Para la mayoría de los que estamos leyendo esto, no ha habido en nuestra vida un momento en el que el mundo haya estado en tan funesto estado, y nunca ha habido una mejor oportunidad de ayudar

para cada uno de nosotros. El mundo necesita una revolución y nosotros podemos ser los que la lideremos.

Como mencioné en el sitio de descarga, el 2009 y el 2010 pueden ser la era dorada del Mercadeo en Red. Pero para alcanzar esa meta debemos mejorar, mejorar individualmente y como profesión. Ese es mi deseo para este Manifiesto – iniciar el proceso. Si he aprendido algo acerca de este negocio, es esto:

Usted no hace crecer su red, usted hace crecer su gente- y ellos hacen crecer su grupo.

Y si nosotros queremos hacer crecer nuestra gente, debemos ser el ejemplo y crecer nosotros mismos. Mi esperanza es que se una a este viaje de retos, aventura y empoderamiento.

¡Que viva la Revolución!

-Randy Gage

www.GageManifesto.com www.mlml-manifiesto.com

www.NetworkMarketingTimes.com

