

09.

Masterclass

7 pasos para que te contraten como su coach,
mentor o guía



LOS 7 PASOS

- **Paso 1:** Empieza con una pregunta interesante que le haga sentir importante. Sepárate del montón
- **Paso 2:** Haz que te revele su futuro deseado. Invítalo a que hable de si mismo.
- **Paso 3:** Crea confianza mostrando tu vulnerabilidad y aumenta la carga emocional para derrumbar barreras con conexión humana
- **Paso 4:** Enfréntalo con sus sombras y lo que no le permite vivir ese futuro. Ponle nombre a lo que lleva meses sintiendo.
- **Paso 5:** Muéstrale sus 3 primeros pasos y que lo vea posible con tu ayuda, con fechas y tiempos
- **Paso 6:** Crea confianza compartiendo los resultados de 3 de tus clientes y personalízalo. Prueba social. Las personas quieren lo que otros quieren.
- **Paso 7:** Cierre de venta. Asume que ya es tu cliente. Las personas odian decidir. Dale sólo 2 opciones. Dile qué hacer y cómo hacerlo.

CONVERSACIONES DE LOS 7 PASOS

Paso 1: “Siempre he querido conocer alguien que trabaje en X. ¿Cómo entraste a este apasionante mundo que es solo para los más creativos?”

Paso 2: “Si pudieras empezar de nuevo hoy, ¿Qué harías diferente? ¿Cómo sería tu vida hoy si hubieras empezado de esa forma? ¿Qué es lo que más te causa estrés ahora?”

Paso 3:

“Wow, al escucharte hablar puedo recordar perfectamente el lugar en el que estaba cuando me sentía igual. Completamente perdida con mi vida, sin poder disfrutar todo lo que había conseguido. Te voy a decir algo muy personal: Yo XXX. ¿Te ha pasado igual?”

Paso 4:

“Cuando una persona trabaja improvisando, sin un plan, es como si estuviera fuera de control. Y cualquier logro se siente insostenible. Es como si fuera un impostor, aún cuando ame lo que hace.”

Paso 5:

”Pero esa preocupación se acaba en tu vida hoy. Primero, vas a hacer una lista de X. Segundo, a los 3 días vas a X. Y Tercero, vas a X. Solo con esto vas a sentir como la frustración se desvanece de tu vida para siempre, y X nunca más volverá a ser un problema para ti. ¿Esto es poderoso, verdad? ¿Sientes cómo se disuelve la tensión enseguida?”

Paso 6:

“Esto me recuerda a mi clienta Patricia, que empezó todavía en una situación peor, y en solo 4 sesiones tenía su vida completamente organizada y se sentía nuevamente como ella. Volvió a disfrutar su vida. O mi clienta X que logró salir de X, y ahora disfruta de X”.

Paso 7: “Veo que eres una persona comprometida. Esto es lo que haremos. Abre tu calendario y reservemos ahora mismo nuestra primera sesión. ¿Qué día te va mejor, Jueves o Viernes? Siento una conexión especial contigo. Vamos a lograr grandes cosas en muy poco tiempo”.

Otra opción de cierre para el **Paso 7** es: “Veo que eres una persona comprometida. Esto es lo que haremos. Abre tu calendario y reservemos ahora mismo nuestra primera sesión donde podremos hablar más en detalle de todo lo que este programa hará por ti. Mientras tanto, esta misma noche te enviaré una propuesta con los tiempos e inversión. ¿Qué día te va mejor, Jueves o Viernes? Vamos a lograr grandes cosas en muy poco tiempo”.

09.

Masterclass

Los 7 pasos para que te contraten como su coach, mentor o guía.



Cada terapeuta, coach, guía o mentor tiene su propio estilo, distintas historias personales y diferentes formaciones.

Pero hay falsas creencias común denominador:

La mayoría que no cree:

- que pueda vivir con abundancia de su profesión
- y no sienten la confianza de cerrar la venta y mover a un prospecto o un futuro gran cliente "del deseo", a que en la misma conversación éste te diga: *"estoy dispuesto a comenzar"*, *"¿Cuándo empezamos?"*, *"¿cuanto te pago?"* *"Mándame toda la información"*.

En esta masterclass, aprenderás 7 poderosos pasos, siguiendo con la técnica de la persuasión, para:

- generar un deseo en la persona
- pero , sobretodo, que tome la decisión de tomar acción y contratarte como su terapeuta, coach o mentor, que es lo que nos ocupa en esta lección.

¿Porqué lo hacemos?

Lo hacemos porque tenemos un gran negocio que **sirve a los demás**, lo estamos haciendo porque lo que **vendemos es útil para los demás**.

Teniendo claro esto, tendrás más confianza contigo misma para liderar una conversación con un cliente, porque sabes que, cuando trabaje contigo, le darás tanto **amor y servicio**, que **transformará su vida** personal, profesional...

Además recibirá una **re-educación** de cómo debe cuidar de sí mismo, gestionar su salud, su bienestar o aquello que tu le enseñes. Por eso, tienes que sentirte **confiada totalmente del valor que estás aportando** a todos tus clientes.

Hoy aprenderás:

- **Las 3 creencias más importantes** que necesitas para trabajar con clientes cambiando vidas, sin importar si eres nueva en el mercado o ya llevas tiempo en ello.

Si no operas con estas creencias, será imposible construir un negocio exitoso y abundante. Será difícil que sientas que mereces la abundancia por el gran trabajo que aportas al mundo.

Cuando trabajas sirviendo a los demás, cuando operas a través de energía, a nivel de servicio. Es muy diferente la motivación desde donde trabajas.

Si bien es cierto que todos los negocios tienen sus objetivos y cada persona puede tener una motivación de por qué tiene un negocio, para nosotras es muy importante pensar de manera diferente. No es lo mismo vender un par de zapatos, que vender un proceso de transformación y bienestar. No es lo mismo vender unos pendientes, que vender un programa de 3 meses que cambie a una madre para siempre.

Entonces la creencia, desde la cual estamos haciendo nuestro trabajo, tiene que cambiar completamente.

- Lo segundo que aprenderás son **los 7 pasos para que un prospecto te contrate al instante como su coach o mentor.**

No sólo veremos la acción que debemos tomar y sus ejemplos, también las acciones persuasivas que vamos a utilizar.

Es un conocimiento muy poderoso que vas a poder utilizar tanto en:

- a. Reuniones 1&1 por teléfono, zoom o presencia
- b. Como en una confe, webinar, charla o live

Aprenderás a utilizar estas tácticas persuasivas, para generar acciones de cualquier tipo, porque todo lo que aprenderás, está diseñado para conseguir clientes pero también combinar los conocimientos milenarios del éxito de la persuasión, que afectará positivamente a toda tu vida.

Dominando estos pasos serás una persona magnética y de influencia. Cuando lo llesves a la práctica, descubrirás su poder y te dará muchísima confianza porque ahora sabrás cómo hacer que la persona diga sí a tus servicios.

- Y por último, dispondrás de unos **pasos básicos para aplicar hoy mismo.**

- **Las 3 creencias más importantes** que necesitas para trabajar con clientes cambiando vidas, son éstas:

1. **CREENCIA:** "No hay demasiados coaches ni mentores. **Hay mucha más gente solicitando ayuda**"
2. **CREENCIA:** "Yo soy un **canal de soluciones** para la humanidad".
3. **CREENCIA:** "Si lo que ofrezco es útil, es mi responsabilidad moral hacer todo lo posible por **mover al prospecto** a la compra".

CREENCIA 1:

Si tu crees que hay demasiados coaches y mentores es porque sigues a muchos coaches y mentores en las redes. Éstos se siguen unos a otros por eso parece que son demasiados pero en realidad hay mucha más gente en el mercado pidiendo soluciones, tu guía, tu ayuda... que profesionales.

Escucha por lo que las personas están pasando, oye lo que están diciendo en la fila de un supermercado, en el banco, en la peluquería o en las redes: ellas están sufriendo de una falta de claridad brutal, falta de gestión emocional, mal gestionamiento de su bienestar y otros problemas.

Las personas necesitan ser guiadas, necesitan guía y tú puedes serlo para muchas personas. No necesitas tener 10.000 clientes. Necesitas tener unos cientos comprometidos con tu trabajo, para tener un negocio más próspero del que jamás soñaste.

No hay nada que te haga levantar de la cama con más fuerza, motivación y enfoque que, saber que a través de tu trabajo, vas a causar un impacto positivo en el mundo. Cada vez que ayudas a una persona a comer más saludable, a mejorar sus hábitos, a sentirse mejor... estás impactando en esa vida, y ésta a su vez, a su familia, negocio, amigos, clientes....

Así que, hoy mismo renuncia a la creencia de que "eres uno más del montón" o que "hay demasiados ". **ABSOLUTAMENTE NO.**

Cada vez más hay personas educadas para trabajar, no solo presencialmente contigo como coach, sino a través de internet. Las personas cada vez están más avanzadas tecnológicamente y saben manejar más los servicios online, por supuesto, sin acompañarlo con algo realmente útil que ellos necesitan.

CREENCIA 2:

"Soy un **canal de soluciones** para la humanidad".

En el momento en que eliminamos del pensamiento las motivaciones del ego que, solo se centran en el "yo, yo y yo", el querer ser "famosa" o diferenciarse del resto de terapeutas únicamente movidas por la vanidad, descubrimos que nuestra guía, trabajo o servicio está por encima de nosotras mismas. Descubrimos que **somos servicio puro, un canal de ayuda para el mundo**, especialmente las personas que tenemos trabajos relacionados con cualquier tipo de bienestar.


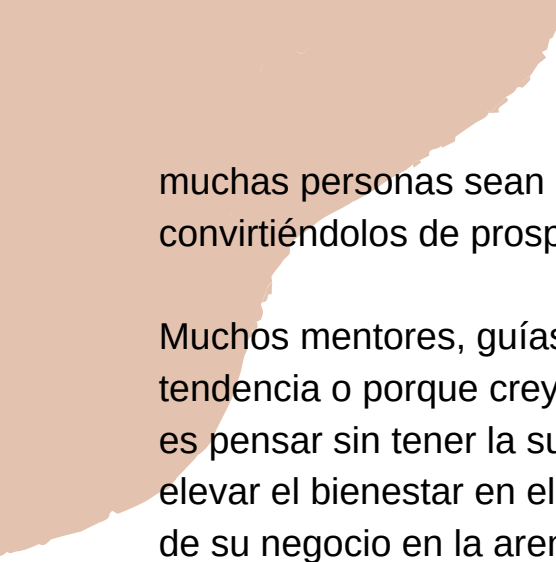
Cuando operamos desde el ego, perseguimos visibilidad egocéntrica, perseguimos unos resultados antes incluso de enfocarnos en fortalecerla esencia, el conocimientos y la sustancia de lo que vas a proveer a tu cliente.

Lo que más confianza te dará, es saber que eres realmente bueno, que cuando una persona contrate una sesión contigo sepas cómo ayudarlo, cómo guiarle porque tienes la experiencia de vida y las herramientas profesionales.

Por ello, trata de eliminar toda creencia de que "estás aquí para únicamente para brillar por ego" y brilla por tu servicio, apoyo y ayuda a los demás. Por ello se te dió todo el conocimiento que dispones hasta el momento, para que lo integraras en tu vida y lo compartieras con los demás. Sólo así brillarás de forma magnética, autentica, sin perseguirlo sino como consecuencia de tu generosidad al compartir tus conocimientos con los demás.

Y la **CREENCIA 3**: "Si lo que ofrezco es útil, es mi responsabilidad moral hacer todo lo posible por **mover al prospecto** a la compra".

Cuando confiamos en que, lo que estamos haciendo va más allá de nosotras mismas, que es realmente útil para las personas, está bien organizado y planeado de manera excelente donde hay un principio, un medio y un fin y que la forma en que un cliente experimenta nuestro servicio de excelencia.... es cuando al fin, confío en todo esto es para planear MI SIGUIENTE LABOR que es que, MUCHAS PERSONAS LO VEAN para que





muchas personas sean impactadas por mí para un bien mayor de todos, convirtiéndolos de prospectos a la compra.

Muchos mentores, guías y coaches entraron a este sector por moda, tendencia o porque creyeron que se enriquecerían rápidamente. Pensar así, es pensar sin tener la sustancia, sin tener un propósito interno potente de elevar el bienestar en el mundo. Estos profesionales están creando las bases de su negocio en la arena no en la tierra firme. Persiguen resultados sin trabajar en la raíz de su excelencia como:

- ser un gran canal de soluciones
- que están aquí para servir
- y que merecen toda la abundancia para seguir impactando a más vidas.

En cambio, si sientes el llamado de mejorar tu vida y la de los demás, tus servicios estarán impregnados de servicio y amor que atraerán a muchos más clientes desde el corazón que desde el ego. Pienas en tí, pero también en los demás y cómo apoyarles.



Los 7 pasos para que un prospecto te contrate al instante como su coach o mentor.

PASO 1:

Empieza con una pregunta interesante que le haga sentir importante. Sepárate del montón.

Si el montón dice "¿Hola, como estás, que te ha traído?"... no hagas lo mismo que los demás, comenzando por una pregunta normal y corriente.

- Aquí el **Principio de persuasión** que tenemos que conocer, recordar y aplicar es que: Las personas están 100 veces más interesadas en si mismas y en sus problemas, que en ti y en lo que ofreces.

En esta masterclass aprenderás a que un prospecto te contrate y lo hermoso de la persuasión que activa unos disparadores de compra del prospecto que van más allá de ti. va sobre lo que la persona desea y no en lo que tú, como vendedor, quieres y deseas lograr. el corazón de la persuasión es que logres que las personas se sientan importantes, que hable acerca de sí misma, que se sienta activada y comprendida en sus necesidades más profundas e incoscientes.

Entonces, sabiendo que las personas están más interesadas en ellas mismas y en sus problemas, que en ti lo que ofreces, lo más poderosos que puedes hacer para cerrar una venta, es hacer que las personas hable de sí misma.

- **Ejemplo:**

"Siempre he querido conocer a alguien que trabaje en X. ¿Cómo entraste a ese apasionante mundo que es solo para los más creativos?"

En este ejemplo le estamos haciendo sentir importante diciéndoles que "siempre deseamos conocer a alguien con ella" dándole pie a que nos hable de si misma, a la vez que le damos un gran reconocimiento de admiración al decir que "estás sorprendida porque ese mundo X es muy apasionante y solo es para los más creativos, o los más líderes, o los más persistentes o para los más valientes".

Aquí es como nosotros como coaches, mentores o guías tenemos que ser grandes observadores y saber cual es la pregunta correcta que le podemos hacer a la persona que tengamos delante, dependiendo en la

industria en la que trabaje a este punto, debes tener alguna información perceptiva de saber por dónde le vas a entrar con tu pregunta. Si no tienes ni idea no puedes adivinar pero en el contexto de si estás en una sesión 1&1 ya sabes que preguntarle porque, previamente le habrás enviado un formulario para conocerlo un poco más antes de entrar en la sesión, y sabrás a qué se dedica.

O si estás en un evento o un networking y sabes que la mayoría de personas que están allí es por un tema, o sabes a qué se dedica la persona preguntándole o habiéndolo escuchado en un grupo, ten en cuenta que no importa lo que la persona te diga de si trabaja en moda, en belleza o en otra cosa, dile que "siempre has querido conocer a una persona que trabaje en eso y cómo entró a trabajar en ese apasionante mundo que es sólo para los más creativos, valientes, emprendedores, etc".

Puedes tener 3 ó 4 adjetivos descriptivos, buenos y poderosos para todo tipo de industrias. Debes ir preparada, porque recuerda que lo que te va a dar más seguridad en esa conversación es tu preparación. Por eso, aprenderás a través de estos 7 pasos, a utilizarlos como si fuera una caja de herramientas para aplicarlos dependiendo de la situación en la que estés.

PASO 2:

Haz que te revele su futuro deseado. Invítalo a que hable de sí mismo.

Ya hicimos una conexión con él o ella antes preguntándole por cómo entró en su profesión, cómo empezó a hacerlo... pero ahora vamos a invitarle a que nos cuente hacia dónde quiere ir. El mismo cliente nos va a decir la misma información, que nosotras necesitamos para poder decirle los pasos más avanzados y el cierre de venta que él mismo nos habrá dicho en este paso 2. ¿Ves lo poderoso que es esto?

- Entonces... ¿Cuál es el **Principio de persuasión** que estamos aplicando aquí? Que las personas en lo más profundo ya saben lo que quieren pero no se atreven a admitirlo y tu eres la persona que les está llevando a admitirlo y a escucharlo nuevamente, fuera de él mismo, contigo como experto.

O como mínimo las personas saben lo que NO quieren y esta conversación te va a guiar a que te cuenten la información que tu necesitas para guiarlos, tanto lo que SI quieren, como lo que desean pero no se atreven a aceptar, tanto lo que no quieren.

Para que nos revelen su futuro deseado podemos hacerlo con un ejemplo como este:

- **Ejemplo:**

"Si pudieras empezar de nuevo hoy..."

1. ¿Qué harías diferente?
2. ¿Cómo sería tu vida hoy si hubieras empezado de esa forma diferente?
3. ¿Qué es lo que más estrés o ansiedad te causa ahora?

Nada más con la primera pregunta, la persona te va a decir mil cosas que te revelarán:

- qué le frustra
- qué no está pudiendo cambiar
- y qué le genera ansiedad

Quizá te conteste que: *"más organizada, en otro sector diferente, o*

distribuyendo de otra forma mis horarios, o hubiera empezado antes de ser mamá, o hubiera comenzado antes de la universidad"... la persona aquí te va a dar una información clave para revelarte su futuro deseado pasando por su pasado y su futuro.

En la segunda pregunta le podemos decir: "Woow que interesante suena y cómo crees que sería tu vida hoy de haber aplicado eso antes? Podría contestarte así: "Hubiera hecho las cosas mejor, hubiera contratado antes un experto para que me guiara y no sentirme tan perdida y sola durante tanto tiempo, hoy estaría mucho más en forma, más saludable, con un peso más equilibrado, me sentiría más feliz y contenta conmigo misma o estaría mucho más tranquila..."

Y para terminar, otro ejemplo que puedes utilizar, cuando la persona está un poco atascada o si ves que la persona no fluye con las preguntas anteriores, sería simplificarle la pregunta diciendo: *"Tranquila, estamos conversando de manera super tranquila y desenfadada. Aquí no hay juicio, todo está bien. Simplemente puedes contarme que te causa más estrés o ansiedad o preocupación en estos momentos de tu vida?"*. Seguramente esta persona te confesará que "anda desordenada en sus hábitos, no sé por donde empezar, necesito ayuda y no se a quien contratar, etc. Te contará sus grandes problemas.

PASO 3:

Crea confianza mostrando tu vulnerabilidad y aumenta la carga emocional para derrumbar barreras a través de la conexión humana.

Hasta ahora ha sido todo referido a la persona, te ha revelado mucho acerca de si misma y ahora es momento de que tú, aumentes la confianza revelando cosas de ti misma pero NO lo grandiosa y exitosa que eres, sino todo lo contrario. Que conectes diciéndole que has pasado por lo mismo, por ello coneces tan bien cómo ella se siente

- Entonces... ¿Cual es el **Principio de persuasión** aquí? Que en su esencia **las personas quieren sentirse comprendidas, no corregidas**. Es un error muy grave que cometen los coaches o mentores con su tendencia a la corrección como "Esto lo haces mal, tienes que hacer esto". Con este tipo de comentarios lo único que haces es crear fricción con esa persona, nadie quiere un salvador aunque lo necesite. Nadie quiere ver que **¡aunque lo necesite!** que adoptes el papel de su salvador.

Entrarle a un cliente diciendole todas las cosas que le cambiarías o corregirías **es un gran error**. Mucho mejor que, la primera forma a utilizar sería **felicitarle por lo bien que ha ido...** porque ¡algo bien estará haciendo! verdad?.

Recuerda que es ella misma la que te responderá contándote sus frustraciones o lo que podría haber hecho mejor, si aplicas lo que estás aprendiendo en esta masterclass, gracias a estos pasos persuasivos, sin necesidad de que tu le hagas sentir mal.

Al contrario: asegúrate que le comprendes, hazle saber que entiendes por lo que está pasando. No olvides que "las personas quieren sentirse comprendida y no corregidas". Aplica para cualquier tipo de relaciones: matrimonios, hijos, amistades, negocios, etc

También las personas confían en aquellos que han superado y que entienden por lo mismo que ellos mismos están atravesando ahora

- **Ejemplo:**

"Woow, al escucharte hablar puedo recordar perfectamente el lugar en el que estaba cuando me sentía igual. Completamente perdida con mis

hábitos y eso me afectaba a mi vida. No sabía cómo poner orden en mi alimentación y por ello quisiera compartir esta parte tan personal contigo: Yo X, X, y X (yo sentía jamás estaría a gusto conmigo misma, aceptaría mi cuerpo, volvería a ser feliz..En el fondo de mí llegué a pensar que siempre tendría sobrepeso, que siempre me sentiría cansada, etc) ¿te ha pasado igual, te sientes igual?

Aquí estás diciendo que a ti también te ha pasado igual, sintiendo una conexión emocional, con el problema más frustrante que la persona ya te había dicho en los pasos anteriores.

Luego llega otro momento importante: el momento en el que la persona te dice Sí cuando tu le preguntas ¿Te ha pasado lo mismo? ó ¿entiendes lo que te digo? ó ¿esto te resuena? ¿Te identificas? ¿ves porqué te entiendo?. Ahí tu cliente te contestará que Si, que ha pasado por lo mismo y comenzará a ver en ti un referente y un guía, porque llevas unos pasos por delante de él, en el que te verá como experto que conoce el camino porque lo ha experimentado y superado.

PASO 4:

Enfréntalo con sus sombras y lo que no le permite vivir ese futuro: Elemento sorpresa.

Ya sabemos el problema, ya sabemos hacia donde quiere ir o qué quiere lograr, pero ahora vamos a entrar a la aceptación radical, a ese elemento sorpresa, que es el reto principal que no le permite vivir ese futuro que sueña.

Por supuesto, tienes que ser bueno en lo que haces y se asume de antemano que eres un buen coach, mentor, terapeuta, experto o guía haciendo lo que haces.

Nota:

En este apartado no estamos aprendiendo cómo tratar a clientes 1&1 sino cómo hacer que las personas cierren y te contraten. En esta masterclass aprenderás habilidades para aplicar a tus ventas, pero no conocimientos sobre 1&1. Tu programa o servicio ya debe de existir y tú tienes que ser bueno aplicándolo a otros y conocerlo perfectamente para poder trabajar con clientes.

Si eres Experto en Détox y un cliente te comenta que se siente hinchada, agotada desde que se levanta, con dificultades para bajar de peso o no sabe como hacer cambios en su vida, tu sabrás cómo ayudarla proponiéndole un reset, una limpieza para comenzar desde cero a revisar sus hábitos, su alimentación, cómo nutrir su cuerpo, mente y alma, donde tiene mayores desequilibrios, etc.

En este caso si le podrás poner nombre a como se siente porque le podrás explicar que se sienta agotada, cansada y sin energía, que le entiendes por lo que está pasando porque tú también te sentías así, pero que tras una cura depurativa de 10/20 días se sentirá tan fantásticamente que ya no querrá volver a los hábitos de antes.

En cambio, si no eres coach o terapeuta emocional, no estarás cualificada para manejar emociones u otro tipo de circunstancias de tu cliente. Ahí es mejor derivarlo a otro profesional.

- El **Principio de persuasión** aquí es ese elemento sorpresa, que le va a animar emocionalmente porque le vas a poner nombre a lo que la persona lleva un tiempo sintiendo.

- **Ejemplo:**

"Te entiendo lo que estás diciendo porque cuando una persona improvisa su alimentación, sin organizar un menú, te hace sentir mal y fuera de control, verdad? Y, además, cualquier logro o avance, se siente insostenible por el tiempo, como si no tuvieras fuerza de voluntad para hacerlo cada día de tu vida, a pesar de saber que es bueno para ti".

Así que muy importante: **ponerle nombre a lo que lleva tiempo sintiendo.**

PASO 5:

Muéstrale sus 3 primeros pasos y que lo vea posible con tu ayuda, con fechas y tiempos.

Aquí ya vamos a lo práctico. Le vamos a mostrar los 3 primeros pasos porque las personas aman que los aterrices con pasos reales, con tiempo limitado, lo que intentas que la persona logre.

- ¿Cuál es el **principio de persuasión**? Que la persona vea la claridad que desea, en pasos específicos que puedan visualizar en un tiempo limitado.

Recuerda que hasta ahora hemos descubierto juntos porqué está así, qué quiero y porqué no ha llegado ahí, qué es lo que está pasando y el nombre de su problema o impedimento.

Pero aquí en el quinto le vamos a decir "Tranquila, hay una solución, es esta y te va a tomar X tiempo". Esto es increíblemente liberador para la persona porque venía arrastrando mucho sufrimiento y por fin ha encontrado a alguien, que no sólo le comprende y ha pasado por lo mismo que ella, sino que conoce el camino a recorrer para salir de ahí y llegar donde ella quiere.

La persona viene de un caos donde no ve la salida y tú le estás dando la solución y a un tiempo real.

- **Ejemplo:** Dale 3 pasos que conozcas bien, sean sencillos pero poderosos y pueda implementarlos fácilmente en su vida.

"X quiero que sepas que esa preocupación se acaba en tu vida HOY.

- *Primero vas a hacer una lista de las tareas, hábitos o rutinas X.*
- *Segundo, a los 3 días vas a comenzar a introducir esto, esto y esto.*
- *Tercero, vas a comenzar a reducir o eliminar esto, esto y esto.*

Ya verás que, con esto 3 sencillos pasos, comenzarás a sentir que tu frustración va descendiendo para siempre en tu vida y ese tema X nunca volverá a ser un problema para ti porque ahora conoces las

herramientas para erradicarlo de tu vida y sentirte mejor siempre. Ya nunca volverás a sentirte cansada, sino que vivirás en un cuerpo energético, sano y equilibrado. ¿Esto es poderoso, verdad? ¿Sientes cómo con solo plantearlo ya se va disolviendo la tensión enseguida? Imagínate lograndolo cada día, como lo vas a hacer ¿increíble, verdad?"

Las personas aman que tu les pongas en palabras lo que más desean como *"Sólo con esto vas a sentir como la frustración se desvanece de tu vida, para siempre, y te sentirás segura, auténtica, una mujer que sabe lo que quiere, nunca más volverá a ser un problema para ti".*

Tienes que tener claro cual es tu industria y qué es lo que más desean ellas o sentirse, según tu sector y tú se lo estás poniendo en palabras, cerrando la frase con *¿Esto se siente poderoso, verdad? ó Aprenas lo estamos hablando, ni siquiera lo estamos implementando y ya se está disolviendo la tensión, verdad?.*

Recuerda que tú les estás guiando y las personas son altamente sugestionables y reafirmandoles cómo se sienten, paso a paso.

Nota:

No te preocupes de darle estos 3 pasos, si se los estás compartiendo en una mini mentoría, charla o consulta gratuita, sin aún haberte contratado porque hay una alta prioridad de que quiera que tú le guíes y te contrate.

Esos 3 pasos pueden pertenecer a toda una guía de 10 pasos y compartirle solamente 3, para que se cree una mayor necesidad de obtener más (una *probadita*).

En el caso contrario, y a pesar de haberle ofrecido esos 3 pasos, no te compe, mantente optimista y para nada ofendido. Estás ante un cliente que, de momento, solo quiero obtener de forma gratuita y aún no es el tipo de perfil para una empresa de éxito, que reciba abundancia para seguir ayudando a los demás. Pero hay comprenderle, porque quizá nosotras también pasamos por un momento así antes de ser clientes de alguien. Quizá esta persona no está pasando por su mejor momento, o no pueda permitírselo económicamente.

En cuanto sí tenga los medios, las circunstancias o el tiempo este tipo de cliente puede volver a ti y comprarte, por tu excelente atención, aunque lo hiciste con todo tu amor y dedicación, pero él se sienta agradecido y "en deuda" contigo y vuelva a tí para comprarte.

PASO 6:

Crea confianza compartiendo los resultado de 3 de tus clientes y personalízalo.

En este paso 6, vamos a crearle una confianza adicional con el testimonio de 3 de tus clientes y para ello...

- **El principio de persuasión es la prueba social.**

Las personas quieren lo que otros quieren. Las personas quieren comprar lo que otros han comprado. Así somos. Es un principio persuasivo super básico, el cerebro humano funciona de esa forma. Nos sentimos más atraídos por algo que tiene demanda que por algo o alguien que nadie tiene interés.

También somos seres sociales, que viven en comunidad, y como no siempre decidimos por sí solos, nos encanta decidir en función de las masas deciden o les gusta. De ahí que sea importante que nuestro producto o servicio siempre esté probado antes por otras personas para que podamos compartir su testimonio como prueba social. Casi sin ver la página de ventas, sólo con leer algunos testimonios, ya van a querer contratar nuestros servicios o comprar nuestros productos.

Un coach que vende, tiene o bien una lista de espera o bien, sus servicios hasta tal fecha están cerradas. Vende más fácil porque las personas quieren lo que otras personas ya ha probado y constatado. Además, a las personas tampoco nos gusta quedarnos "fuera de las cosas" y si es verdad que no tienes más cupos, debes sentirte orgulloso y debes reflejarlo en tu página de ventas, post o email o decirlo en persona a la persona que está interesada en ti.

- **Ejemplo:**

Entonces aplicando estos pasos, este sería un ejemplo de conversación:

"Esto me recuerda a mi clienta María , que empezó en una situación peor y en solo 4 sesiones tenía su alimentación completamente organizada y se sentía energética. volvió a sentirse sana y en forma. O mi clienta X que logró salir de X y ahora disfruta de Y, más segura de si misma, sintiéndose fabulosa. Y también me recuerda a mi clienta X que logró salir del círculo viciosos de comer procesados y ahora lleva una

alimentación sana, sin prohibiciones, sin sentirse culpable y lo mejor, se siente libre de la comida basura y mantiene su peso sin fuerza de voluntad".

Por supuesto, que sean testimonios reales con los que te sientas cómoda compartiéndolos. Cuando más experta seas, más clientes lleves, mejores y mayores testimonios lograrás de ellos.

En cambio, si estás empezando, aún no tienes mucha experiencia o clientes, trata de conseguir 3 personas de tu confianza, que prueben tu producto o servicio de forma gratuita y así tener testimonios. Esto te dará mucha seguridad en ti, no solo para vender tus productos o servicios, sino también para practicar estos pasos que estamos viendo en esta masterclass y que un cliente te contrate.

Si ya tienes clientes, escoge los 2 ó 3 más poderosos, como un AS debajo de la manga, para poder compartirlos a tu futuro cliente.

¡Bajo ninguna circunstancia le digas que ella es la primera cliente! Las personas salen corriendo si saben que son las primeras porque van a sentir que estás en práctica con ellas, que vas a ser su conejito de indias, sobretodo si les vas a cobrar.

Personalmente, cuando me gradué como profesora de yoga, impartí por unos meses yoga gratuito para practicar con alumnas. Cuando terminó este periodo gratuito, la mayoría se inscribieron.

Esto te dará mucha confianza a ti y a tu clientes, saber que antes ya lo has probado.

PASO 7:

Cierre de venta. Asume que ya es tu cliente. Dile qué hacer y cómo hacerlo.

Porque el...

Principio de persuasión es que las personas odian decidir. Ayúdales a decidir dándoles pasos exactos a seguir. Asume que la persona ya quiere empezar contigo. Dales 2 opciones para decidir. ¡Nunca preguntes...¿cuando empezamos, cuando te gustaría empezar?! Eso es demasiado amplio. tenemos que decirle qué hacer para que diga que Sí.

- **Ejemplo:**

Así suena esto en un ejemplo real, primero diciendo una frase de transición:

"Veo que eres una persona comprometida, veo que está listo para empezar ya, esa energía es muy poderosa y no podemos desperdiciarla. Como ya se está acabando el tiempo, esto es lo que haremos: abre agenda o tu móvil y reservemos ahora mismo la primera sesión ¿qué día te va mejor: jueves o viernes? (Como ves, sólo se le da al cliente 2 opciones para moverlo a la acción y que decida entre uno y otro. No se le pregunta si quiere porque damos por hecho que lo necesita pero necesita nuestra motivación para que tome acción).

Siempre cierra este tipo de conversaciones con un *"Muchísimas gracias por tu generosidad. siento una conexión muy especial contigo, estoy emocionada de trabajar con alguien como tú y por ello estoy segura, que en poco tiempo vamos a lograr grandes cosas".*

¡EVITA ESTO: NO COMETAS ESTOS 5 ERRORES!

ERROR 1

Evita criticar, juzgar o corregir. No trates de mostrar superioridad de ninguna forma. Recuerda que eso trae fricción y la persona no te contratará, aunque el resto lo haga bien.

ERROR 2

Nunca digas "te voy a enseñar, te voy a mostrar, te voy a cambiar la vida". Esto crea también fricción y suena como ego.

ERROR 3

Evita el yo, yo, yo. siempre habla desde la perspectiva del otro. La otra persona es la importante, la tenemos que poner de forma real en un pedestal en esta conversación de venta.

ERROR 4

No hables desde la necesidad o la desesperación. Tu cliente siente esa energía. Mejor, sitúate en un estado neutro energética, emocional y financieramente hablando, porque perseguir a un cliente desde la necesidad es lo que más clientes repele. Cuando menos lo necesitas, es cuando más clientes quieren ir a ti.

ERROR 5

Si el prospecto no muestra interés en la conversación, no le obligues. Evita la imposición. Demos por hecho que todas las personas no conectaran ni contigo ni con tu proyecto, producto o servicio. Por ello, no obliguemos a nadie y evitemos la imposición. En cambio, vuélvete muy buena leyendo a la persona, leyendo la situación. Esta masterclass es muy buena para que puedas romper barreras y enganchar una buena conversación con una persona que se convierta en un futuro cliente, pero no pasa nada si una persona no resuena contigo, se tiene que ir o no consigue encontrar la empatía, no lo fuerces porque recuerda que, si tu operas con los principios de que "hay muchas personas buscando tu ayuda", que "eres un canal de soluciones" que "hay mucha abundancia para ti porque ofreces un gran servicio a la humanidad" ... si tu operas desde ese servicio, no debe darte miedo o vergüenza que un cliente, de vez en cuando, no quiera trabajar contigo, porque sabes que vienen muchos más. Es mejor decirle adiós a un cliente incorrecto para estar lista y preparada para un cliente correcto con el cual naciste para servir que con un cliente que se siente forzada dicha relación.

IMPORTANTE

- Antes de ir a un evento, en la cual vas a usar esta conversación o reunirte con cliente, uno a uno o en una sesión online, debes entrar en equilibrio y estar neutro emocionalmente. Está bien que estemos emocionadas, pero tratar de estar muy muy en balance y neutra para estar muy presentes en la conversación, escucharles muy bien, confirmar lo que estamos escuchando para saber cómo guiar a nuestro cliente en cada momento.
- ¿Eres bueno en lo que haces? Es la sustancia abusoluta que te llenará de confianza personal, en tu excelente servicio.
- ¿Tienes un programa estructurado de forma profesional? Porque de nada te sirve aprender toda esta conversación poderosa para al final no vender nada ni poder ayudarle. Parte de tu verdad y tu confianza es saber que ya tienes tu programa de coaching, mentoría, detox, nutrición... estructurado en 6 semanas y vamos de aquí allá, son 3 sesiones y comenamos aquí, terminando allá.
- ¿Tienes también unos pasos estructurados una vez la persona reserve tu servicio? Una vez te dé su email o teléfono ¿Cómo vas a hacerle el seguimiento? ¿Ya tienes hecho ese email/propuesta o página de ventas para enviarle los detalles?
- ¿Ya tienes habilitado como cobrarle?.

Tenerlo todo listo te dará mucha confianza. El caos y la improvisación proyecta temor y dudas. cuanto más preparada estés, no solo para esta conversación de venta pero también el post venta, de forma profesional, alimentará mucho tu confianza.

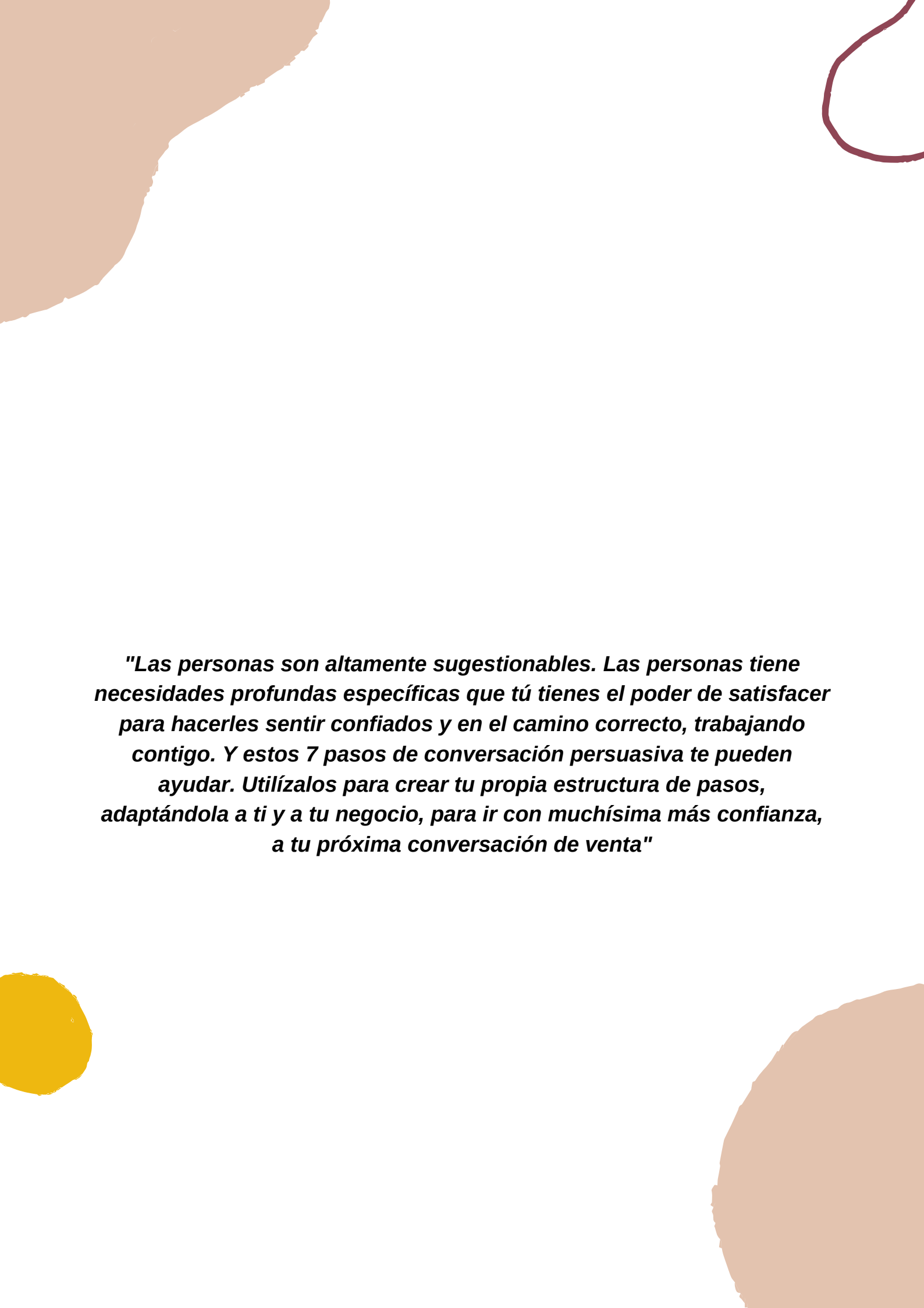
No hay nada externo allá afuera, ni repetir afirmaciones ni otro entrenamiento más que te de más confianza que utilizar y practicar los pasos que se han plasmado en este workbook para cerrar esa venta, sabiendo que descansas en un programa o servicio bien estructurado que las personas se mueran por comprar.

TUS PRÓXIMOS PASOS

- Siguiendo los 7 pasos de la conversación, personaliza esta estructura sobre tu tipo de trabajo o industria, con frases que suenen como tú, según tu estilo y con los problemas de tus clientes habituales, los resultados, la promesa, la historia que vas a traer para el paso 3 que es cómo te sentiste tú que atravesaste lo mismo o viviste tal cosa... Tenlo listo, léelo varias veces, que este checklist o workbook se vuelva como tu segunda lengua, léelo frente al espejo, practícalo con otra persona de confianza, grábate en el móvil... porque solo la repetición y asimilación te dará la confianza. Sólo guiándote a través de esta base persuasiva de venta, llevará a guiar muy bien a tu cliente para que diga SÍ a la compra de tu servicio pensando "woow, esta persona me entiende, woow conecto con ella, pasó por lo mismo y lo superó. Tiene una solución para mi y me marca las pautas y tiempos para lograrlo. Otras persona ya trabajan con ella. Ya tenemos mi fecha".

Si ves, cada paso está creando ese Sí en tu cliente. Pero ¿Qué te va llevar aún más a una conversación poderosa con tu futuro cliente?

- Definir cuales son las necesidades más urgentes de tu cliente. Tú, como experto en tu tema, las sabes, como por ejemplo "que come mucho azúcar, comida ultra procesada, tiene malos hábitos". Con ello, sabrás cómo guiar a tu cliente.
- Define qué parte de tu programa, puede resolver cada una de las necesidades. Porque entonces tu puedes, dentro de esa conversación, mencionar, que en tu programa resuelves tal y tal problema que tu futuro cliente acaba de mencionar. Conocer que esta parte de tu programa, resuelve este problema, que esta otra parte de tu programa, resuelve este otro, te ayudará mucho.
- ¡Practica muchas veces! Es lo que te dará confianza y seguridad practicarlos para que te salga de forma natural y tenerlo integrado.
- Y debes estar preparado para darle seguimiento a esa persona, con un gran proceso de confirmación, bienvenida y un gran programa. Todo esto es la corona de una gran torre de pasos que debes tener muy bien estructurado como un coach, guía o terapeuta profesional que no improvisan, que saben exactamente que ofrecen a sus clientes y por eso están confiados en vender sus productos y servicios de mayor valor.



"Las personas son altamente sugestionables. Las personas tiene necesidades profundas específicas que tú tienes el poder de satisfacer para hacerles sentir confiados y en el camino correcto, trabajando contigo. Y estos 7 pasos de conversación persuasiva te pueden ayudar. Utilízalos para crear tu propia estructura de pasos, adaptándola a ti y a tu negocio, para ir con muchísima más confianza, a tu próxima conversación de venta"