



# Plan de Acción de 12 Semanas

Revisado enero de 2017

## i

## Contenido

## Capítulo Uno: Prólogo

- Uso de esta Guía
- Actividades diarias y semanales
- Preparación para ejecutar el Plan de Acción de 12 Semanas
- Asumir el compromiso

## Capítulo Dos: Recursos

- Recursos en Línea para el Propietario de WebCenter
- Recursos de clientes

## Capítulo Tres: Plan de Acción de 12 Semanas

Cada semana abarca: tema de la semana, actividades diarias, ejercicios semanales y seguimiento de los viernes

- Semana 1: Lanzamiento
- Semana 2: Citas Calificadas
- Semana 3: Controladores de Acceso y Mensajes de Voz
- Semana 4: Promoción de Productos B2B
- Semana 5: Estrategias para Hacer Seguimiento
- Semana 6: Medios de Comunicación Social

- Semana 7: Referencias
- Semana 8: Grupos de Creación de Contactos de Redes
- Semana 9: Cómo Ampliar sus Contactos de Redes
- Semana 10: Creación de Contactos por Medio de Ferias Comerciales
- Semana 11: El Reclutamiento con maWebCenters
- Semana 12: Destrezas como Asesor de Compras

## Capítulo Cuatro: Mantener el Impulso

- Desarrollo Equilibrado del Negocio
- Evaluación del Progreso

# 1 Prólogo

El objetivo del Plan de **Acción de 12 Semanas de maWebCenters®** es desarrollar su Negocio de UnFranchise® por medio del Programa de WebCenter. Después de ejecutar este plan, usted trabajará en ventas para obtener una Base de 10, al mismo tiempo que recluta candidatos para la Oportunidad del Negocio UnFranchise® .

### Uso de esta Guía

Al comienzo de cada semana, vea el breve video de entrenamiento para aprender sobre el tema de la semana. Los videos están disponibles en [www.mawc411.com/learn.html](http://www.mawc411.com/learn.html). Utilice esa información para completar el ejercicio semanal. Los ejercicios semanales se crearon para ayudarlo a cumplir sus metas diarias.

### Actividades Diarias y Semanales:

- Ver el video de capacitación
- Hacer los ejercicios semanales
- Cumplir las metas diarias
- Hacer el Seguimiento de los Viernes
- Informar a su socio o equipo de Monitoreo de actividades sobre su progreso

### Prepárese para ejecutar su Plan de Acción de 12 Semanas

Antes de empezar, asegúrese de tener a la mano todos los componentes que necesita para tener éxito.

### Marque su calendario para participar en:

- Presentaciones del Negocio UnFranchise (UBP), Presentaciones del Negocio en el Hogar (HBP), seminarios Web
- Capacitación para la Certificación en maWebcenters (WCT)
- Los Cinco Fundamentos (B5)
- Otras capacitaciones del NMTSS (ISM, Motives, ECCT, etc.)
- Seminario local, Convención Regional, Conferencia Mundial, Convención Internacional

### Hágase Propietario de un WebCenter:

Los actuales Propietarios de UnFranchise deben convertirse en Propietarios de Webcenter. Si está evaluando el negocio, puede hacerlo como practicante de WebCenter.

### Asumir el compromiso

<b>Fecha de Inicio:</b>	<b>Fecha de Finalización:</b>
<b>Monitoreo de Actividades</b>	<input type="checkbox"/> Concurso <input type="checkbox"/> Socio <input type="checkbox"/> Equipo
<b>Capacitación Semanal</b>	<input type="checkbox"/> Capacitación en concursos <input type="checkbox"/> Videos
<b>Resultados Semanales</b>	<input type="checkbox"/> Concurso de sitio Web <input type="checkbox"/> Socio de Monitoreo de actividades

Escriba las fechas y ponga una "x" en el recuadro correspondiente.

### Escoja un socio o equipo de Monitoreo de actividades:

Con el fin de mantenerse en la dirección correcta, enfocado y con apoyo, usted cuenta con opciones que lo harán responsable de informar sobre su progreso semanalmente:

- Únase al concurso #WebVolume: [www.webvolumecontest.com](http://www.webvolumecontest.com)
- Si no hay un concurso activo, seleccione a una persona o a más de una persona para trabajar. Infórmense entre sí los resultados cada semana.
- Forme parte de nuestro grupo en Facebook: solicite el ingreso a [mawebcenters@marketamerica.com](mailto:mawebcenters@marketamerica.com) y le enviaremos una invitación para hacerlo

# 2 Recursos

maWebCenters ofrece dos canales de asistencia multimedia: uno para los Propietarios de WebCenter y uno para sus clientes.

## Recursos en Línea para el Propietario de WebCenter

Hay una gran variedad de recursos para ayudarlo a duplicar el potencial del programa WebCenter en su organización. Hemos creado sitios web, capacitaciones, recursos y cuentas de medios de comunicación social dedicadas para asistir al Propietario de WebCenter. Nunca ha sido tan fácil compartir la oportunidad y lanzar su Negocio de WebCenter.

### La Oportunidad de WebCenter

[www.mawc411.com/evaluate.jsp](http://www.mawc411.com/evaluate.jsp)

- Descargar la presentación
- Ver el video del panorama general
- Inscribirse en un seminario Web

### Sitios Web y Medios de Comunicación Social

[www.mawc411.com](http://www.mawc411.com)  
[www.webvolumecontest.com](http://www.webvolumecontest.com)  
[www.youtube.com/user/officialmawc](http://www.youtube.com/user/officialmawc)

### Webinars

- Visión general de WebCenter
- Continuando su Educación
- DMS
- El Concurso

## Equipo de Profesionales

	<b>Australia</b>	1-800-549-581	
	<b>Hong Kong</b> <b>Asistencia Técnica para Hong Kong</b>	3071-5081 3071-4861	hkwebcenters.com
	<b>Irlanda</b>	1-800-778-459	mawebcenters.co.uk
	<b>Singapore</b>	65-3158-7426	mawebcenters.com
	<b>España</b> <b>España (llamadas gratuitas)</b>	34917371257 900-838-610	marketespana.com mawebcenters.co.uk
	<b>Taiwán</b>	02-2162-6349	mtwebcenters.com.tw
	<b>Reino Unido</b>	0800-587-1132	mawebcenters.co.uk
	<b>Servicio al Cliente para Estados Unidos</b> <b>Asistencia Técnica para Estados Unidos</b> <b>Asistencia en Ventas para Estados Unidos</b> <b>Centro de Diseño para Estados Unidos</b>	1-800-343-2889 1-866-932-4357 1-866-287-8121 1-800-711-9145	Local 702-547-8395 designcenter@webcenters.com

## Capacitación

[www.mawc411.com/online\\_wct.jsp](http://www.mawc411.com/online_wct.jsp)

- Capacitación en Línea para WebCenter
- Capacitación para WebCenter
- Serie de Programas de Seminarios Web

[www.webvolumecontest.com](http://www.webvolumecontest.com)

- Serie de Programas de Seminarios Web
- Presentaciones de cursos de capacitación

## Asistencia Adicional

[mawebcenters@marketamerica.com](mailto:mawebcenters@marketamerica.com)  
[sarahrose@marketamerica.com](mailto:sarahrose@marketamerica.com)  
[jeremy@shop.com](mailto:jeremy@shop.com)  
[sheliap@marketamerica.com](mailto:sheliap@marketamerica.com)  
[syreetan@marketamerica.com](mailto:syreetan@marketamerica.com)

Recursos (continuación)

### Recursos de Clientes

maWebCenters mantiene varios sitios web, cuentas de medios de comunicación social y otros recursos dedicados a brindar asistencia al cliente. Estos recursos incluyen contenido centrado en el cliente, lo que los convierte en excelentes recursos de venta, así como recursos para el cliente.

#### Sitios Web

**www.mawebcenters.com**

- Panorama general de los productos
- Asistencia al cliente
- Testimonios de los clientes
- Muestras de diseños
- Serie de programas de seminarios web
- Su WebCenter
- Centro de capacitación en línea

### Medios de Comunicación Social

  
**FACEBOOK**  
 facebook.com/  
 officialmawebcenters

  
**INSTAGRAM**  
 instagram.com/  
 officialmawc

  
**TWITTER**  
 @Officialmawc411

  
**YOU TUBE**  
 (Cliente)  
 www.youtube.  
 com/user/  
 maWebCentersOfficial

  
**BLOG**  
 www.  
 blogmawebcenters.  
 com/blog

#### Asistencia adicional

Asistencia por chat en vivo

**newsletter@mawebcenters.com**

**help@mawebcenters.com**

#### Ayudas de ventas adicionales

Memoria flash eBinder

Páginas con información de productos

Infografía

Catálogos B2B

Hojas de Evaluación

Imanes de Recursos



SEMANA  
**1**

# Lanzamiento

Inicio, planificación estratégica y fundamentos del negocio

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato
		<b>Citas realizadas</b>	<b>Tipo de cita</b>		

**WCO:** Propietario de WebCenter  
**UFO:** Propietario de UnFranchise  
**WEB:** Sitio Web  
**DMP:** Productos de Marketing Digital  
**15MC:** Consulta de 15 Minutos  
**B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact  
**SA:** Compras de Anualidad  
**Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

**WEBCENTER MENOR**

- Declaración de la misión completa
- Complete su plan estratégico
- Definir su cálida mercado lleva
- Practique cómo se edifican las
- Especialista de Producto para establecer citas.

**WEBCENTER PRINCIPALES**

- Declaración de la misión completa
- Complete su plan estratégico
- Escriba la respuesta a “¿Qué haces?”
- Completar/ Rehacer la lista de clientes potenciales

**WEBCENTER PRO**

- Declaración de la misión completa
- Complete su plan estratégico
- Crear una nueva lista de clientes potenciales
- Crear una lista de clientes existentes
- Describa su asociación / relación con MAWC

SEMANA

1

**Declaración de misión:** Describir el “por qué” y objetivos empresariales principales.

**Candidatos iniciales**

Identifique las personas que ya conoce con quienes posiblemente puede ponerse en contacto o crear contactos. Escoja una industria, y después vaya columna por columna. Por ejemplo: Restaurantes ¿A quién conoce que sea

dueño de un restaurante? ¿Quién trabaja en un restaurante? ¿En cuáles restaurantes ha comido? ¿Conoce a alguien que pueda tener contactos en restaurantes?

Es Dueño de un Negocio	Trabaja en una PyME	Tiene Relaciones Comerciales con Usted	Tiene Buenas Conexiones

Haga una búsqueda en Google de sus candidatos e identifique algunos temas de conversación para cada uno: ¿Tienen un sitio Web? ¿Parece estar al día? ¿Están utilizando los medios de comunicación social?

**Planificación Estratégica**

Venta al Por Menor	Ingresos
<ul style="list-style-type: none"> <li>El promedio de ganancias por ventas al por menor es US\$1000</li> <li>Una de cada tres citas calificadas terminan en una venta.</li> <li>Muchas ventas se obtienen después de tres o más citas de seguimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un UFO promedio genera 250 BV por mes.</li> <li>En promedio, una de cada cuatro presentaciones del plan derivará en un nuevo UFO</li> <li>GBV = Volumen Grupal de Negocios</li> <li>Planes semanales = Planes de grupo y planes personales</li> </ul>
<b>Fecha Límite:</b>	<b>Fecha Límite:</b>
<b>Cantidad de semanas</b>	<b>Cantidad de semanas</b>
Meta de ventas al por menor (Ej.: 25 mil)	Meta de ingreso (\$300/mes)
<b>Ventas necesarias</b>	<b>GBV requerido en la izquierda</b>
Cantidad de citas calificadas que necesita	GBV requerido en la derecha
<b>Citas por semana</b>	<b>UFO de la izquierda que generen 250</b>
	UFO de la derecha que generen 250
	<b>Total de planes mostrados</b>
	Presentaciones del plan por semana

**Evaluación de la Capacidad de Comunicación**

Identifique las áreas de las habilidades interpersonales que afectan su capacidad de comunicación. ¿En cuál sobresale? ¿En qué área puede mejorar?

Calificación de la Evaluación Personal (1 a 10)		
<b>Actitud</b>	Sonríe, hace que otros sonrían Evita las quejas	
Atento	Aprende algo nuevo acerca de su candidato: la familia, el negocio, educación, aficiones, procedencia	
<b>Cortés</b>	Llega a tiempo, respeta la puntualidad de los demás. Pide una cita de seguimiento	
Escucha con atención	Se concentra en el candidato, hace contacto visual. Evita distracciones, hace preguntas. Responde basado en las respuestas	
<b>Comunicación no Verbal</b>	Observa las expresiones faciales, el lenguaje corporal, espacio	
Espíritu de Cooperación	Cambia “yo” por “nosotros” para ser inclusivo de todos	
<b>Claridad</b>	¿Qué hace usted? ¿Qué espera que hagan?	





SEMANA

2

# Candidatos Calificados

Confirmación de citas calificadas y motivación de candidatos mediante la recolección de información.

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Realizar consulta de 15 minutos
  - Consultas como una pre-cita
  - Edificamos Especialista de Producto
  - Evaluar la calidad de la cita

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Investigar los candidatos
  - Utilizando sus conclusiones, escriba las preguntas que desee hacer
  - Realizar consultas de 3 o más 15 minutos
  - Confirme todas las citas
  - Evaluar la calidad de la cita

- WEBCENTER PRO**
- DInvestigar los candidatos
  - Definir botones de acceso directo
  - Realizar consultas de 3 o más 15 minutos consultas

SEMANA  
2

### Investigación de Candidatos

Investigue a sus candidatos a través de Google, Bing, Yahoo, Páginas Amarillas, diarios locales, anuncios de televisión, anuncios en automóviles y también en los medios de comunicación social. Anote sus hallazgos, formule buenas preguntas y programe una Consulta de 15 Minutos.

- ¿Tienen un sitio Web?
- ¿Está al día el contenido?
- ¿Puede encontrarlos en Google?
- ¿Tiene su sitio Web una aplicación móvil?
- ¿Están en los medios de comunicación social?
- ¿Se promocionan por medio de publicidad tradicional?

Nombre del Negocio	Investigación	Preguntas qué Haré	Consulta de 15 Minutos

### Citas Calificadas

Repase el siguiente inventario de preguntas para obtener más citas calificadas y tener más oportunidad de éxito.

Categoría	Información Relevante	Evaluar
Responsable de tomar decisiones	¿Es el propietario de la empresa? ¿Socios, comercialización, empleado? ¿Personas influyentes?	
Presupuesto	¿Se anuncian en otro lugar? ¿Tienen un sitio Web al día o presencia en línea?	
Puntos de Interés	¿Hay una necesidad que podamos satisfacer? ¿Hay temas que suscitan conflicto? ¿Es un candidato potencial idóneo?	
Oportunidad	¿Está motivado a empezar de inmediato? ¿Está en la etapa de investigación~? ¿Tiene una agenda muy ocupada? ¿Es oportuna la hora de la cita?	
Claridad	¿Respondió de forma concreta a la pregunta "a qué se dedica"? ¿Aporta valor al Especialista en Producto? ¿Cuán preparado está el candidato para la cita?	
Confirmación	¿Se confirmó la asistencia con todos responsables de tomar decisiones? ¿Se especificaron la hora, fecha, zona horaria, número telefónico? ¿Escribió de antemano sus preguntas?	



# Controladores de Acceso y Mensajes de Voz\*

Llegar al dueño de la empresa por medio de otros.

(\*en inglés Gate Keepers, GK)

**Controlador de acceso:** Se refiere al asistente o portero en una entrada que está empleado para controlar quién pasa a través de ella.

SEMANA  
**3**

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Practicar dos tipos de mensajes que puede dejar
  - Seguir hasta hacer la referencia (Cita)

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Practicar dos tipos de mensajes que puede dejar
  - Registrar nombres de Guardianes de Puertas
  - Registrar el mejor tiempo para volver a llamar.

- WEBCENTER PRO**
- Ampliar en cliente y candidatos perfiles para incluir:
  - Nombres de GK
  - Terreno común
  - El mejor tiempo para alcanzar



# Promoción de Productos MAWC

Promover los Productos de Marketing Digital y otros Programas de Negocios

Semana del  

### ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato
		Citas realizadas	Tipo de cita		

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Enumerar las posibles DMP posibilidades (candidatos existentes / clientes)
  - Compartir videos de DMP
  - Compartir consulta de 15 minutos
  - Reserve una cita de ventas de DMP

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Descargue y revise los recursos de ventas: Páginas de Productos, Catálogo de B2B, Hojas de Evaluación, Videos
  - Enumerar las posibles DMP posibilidades (candidatos existentes / clientes)
  - Compartir videos de DMP
  - Realizar consulta de 15 minutos, luego programe una venta de DMP

- WEBCENTER PRO**
- Descargue y revise los recursos de ventas: Páginas de Productos, Catálogo de B2B, Hojas de Evaluación, Videos
  - Enumerar las posibles DMP posibilidades (candidatos existentes / clientes)
  - Realizar consulta de 15 minutos, luego programe una venta de DMP



SEMANA

5

# Estrategias para Hacer Seguimiento

Organización, ser específico, transmitir carácter de urgencia: deben ejecutar las estrategias el quinto día de la semana y cada cinco semanas.

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Crear una lista y etiqueta
  - Toda persona que haya contactado
  - Citas que no se presentaron
  - Seguimiento para la cita
  - Comunicarse con el especialista de producto referente: citas sin vender / completadas

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Crear una lista y etiqueta
  - Toda persona que haya contactado
  - Citas que no se presentaron
  - Tenía una cita
  - Identificar su "siguiente paso"
  - Seguimiento

- WEBCENTER PRO**
- Crear una lista y etiqueta
  - Toda persona que haya contactado
  - Citas que no se presentaron
  - Tenía una cita
  - Cancelado
  - Es un cliente existente
  - Identificar su "siguiente paso"
  - Seguimiento







SEMANA  
**6**

# Medios de Comunicación Social

Aprovechar el poder de los medios de comunicación social para trabajar su mercado relacional y conocer nuevos candidatos

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Siga maWebCenters
  - Siga sus clientes / candidatos
  - Compartir mensajes de MAWC en su página
  - Red a través de la red de empleados

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Siga maWebCenters
  - Siga sus clientes / candidatos
  - Compartir mensajes de MAWC en su página
  - Red a través de la red de empleados
  - Unirse a grupos en línea
  - Hashtag ejercicio

- WEBCENTER PRO**
- Siga maWebCenters
  - Siga sus clientes / candidatos
  - Crear páginas empresariales para Facebook, Twitter, Instagram, Blog, YouTube, otros
  - Compartir mensajes de MAWC en su página
  - Tag MAWC en sus puestos
  - Unirse a grupos en línea
  - Hashtag ejercicio





SEMANA  
**7**

# Referencias

Comprender la psicología de las referencias para dar y recibir más de ellos

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

**WCO:** Propietario de WebCenter

**UFO:** Propietario de UnFranchise

**WEB:** Sitio Web

**DMP:** Productos de Marketing Digital

**15MC:** Consulta de 15 Minutos

**B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact

**SA:** Compras de Anualidad

**Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

### WEBCENTER MENOR

- Trabajar su lista "empleados"
- Mezclar Mayores
- Compartir testimonios / Crear confianza

### WEBCENTER PRINCIPALES

- Trabajar su lista "empleados"
- Mezclar Mayores
- Compartir testimonios de terceros
- Crear y promover una campaña de referencia
- Medios de Comunicación Social
- Campaña de correo electrónico
- Teléfono / Correo electrónico / Texto

### WEBCENTER PRO

- Promover sus estudios del caso / testimonios
- Compartir testimonios de terceros
- Crear y promover una campaña de referencia:
  - Medios de Comunicación Social
  - Campaña de correo electrónico
  - Teléfono / Correo electrónico / Texto
- Añadir una captación de candidatos a su sitio web para referencias



SEMANA  
8

# Grupos de Creación de Contactos en Redes

Aprender a crear contactos de redes en entornos profesionales en línea y en persona

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato
		Citas realizadas	Tipo de cita		

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Identificar y unirse en línea o grupos de empresas locales como miembro de su foco principal
  - Mantener MAWC en mente, mientras que se encuentre conectado en redes y consulte si la oportunidad se presenta

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Práctica 30 seg. Comercial
  - Identificar y unirse a grupos empresariales en línea
  - Identificar y unirse a los grupos de redes locales
  - Asistir o realizar un evento de Networking B2B
  - Utilice su Linked In para contactar con clientes potenciales y WCOs

- WEBCENTER PRO**
- Identificar, unirse y / o crear grupos empresariales en línea
  - Identificar, unirse y / o crear los grupos de redes locales
  - Asistir o realizar un evento de Networking B2B
  - Utilice su Linked In para contactar con clientes potenciales y WCOs







SEMANA

9

# Cómo Ampliar sus Contactos de Redes

Aprovechar su poder adquisitivo y trabajar en industrias conocidas

Semana del

**ACTIVIDAD SEMANAL**

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Identificar las oportunidades de gasto del consumidor
  - Utilice la Guía de Recomendaciones y Marketing con estas populares industrias

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Identificar las oportunidades de gasto del consumidor
  - Elija una industria que está familiarizado con:
    - Identificar por qué necesitan un sitio web u otro producto
    - Aprovechar la Guía de Recomendaciones y Marketing
    - Añadir 5 o más candidatos

- WEBCENTER PRO**
- Identificar las oportunidades de gasto del consumidor
  - Escoja una industria que está familiarizado con:
    - Identificar por qué necesitan un sitio web u otro producto
    - Aprovechar la Guía de Recomendaciones y Marketing
    - Póngase en contacto con 5 o más candidatos



SEMANA

9

### Incursionar en industrias conocidas

Si ha trabajado antes en una industria en particular su experiencia de trabajo puede edificar su experiencia comercial. Puede sacarle ventaja a ese conocimiento para hacer preguntas con conocimiento y sentir más confianza hablando con estos candidatos.

Recuerde que usted está hablando en términos de beneficios para la empresa, no de las características. Se hablará de las características en la cita.

Industria	
Publicidad Tradicional	
Áreas Problemáticas	
¿Cómo puede ayudar un sitio web?	
¿Cómo puede ayudar la comercialización en línea?	
Nuevos Clientes Potenciales	

Industria	
Publicidad Tradicional	
Áreas Problemáticas	
¿Cómo puede ayudar un sitio web?	
¿Cómo puede ayudar la comercialización en línea?	
Nuevos Clientes Potenciales	

**Ejemplo:** Abogado de bancarrota

Se anuncia tradicionalmente en las Páginas Amarillas, vallas publicitarias, periódicos, televisión, sitio web. Áreas problemáticas: programación de citas de consulta, personas que se presentan sin preparación previa y hacer el seguimiento de clientes. Un sitio web

podría proporcionar una solución para programar citas en línea, brindar información para aumentar la calidad de las consultas iniciales y del seguimiento. La comercialización en línea puede ayudar a atraer nuevos clientes.



SEMANA 10

# Creación de Contactos en Ferias Comerciales

Aprovechar la oportunidad que ofrecen las ferias comerciales para conocer a más dueños de empresas. Aprender a crear contactos de manera apropiada en estos eventos.

Semana del

### ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato
		Citas realizadas	Tipo de cita		

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Buscar en su zona eventos de hogar y ferias comerciales
  - Asistir a eventos y amplíe su red

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Identificar casa /ferias comerciales en su zona
  - Investigue el sitio web del evento
  - Asistir a eventos y recoger tarjetas de negocios / candidatos
  - Escribir notas en el reverso de las tarjetas
  - Seguimiento de 3-5 días despues del evento

- WEBCENTER PRO**
- Identificar casa /ferias comerciales en su zona
  - Investigue el sitio web del evento
  - Asistir a eventos y ampliar su red
  - Póngase en contacto con organizadores de ferías para establecer una relación de negocios
  - Alquilar un stand en la fería

SEMANA  
**10**

**Creación de Contactos en Ferias Comerciales**

Recuerde que su objetivo es simplemente ponerse en contacto con más dueños de negocios. No está vendiendo nada. Ni siquiera está buscando fijar citas, ¡únicamente creando contactos!

Reúna todas las tarjetas de presentación que pueda obtener. Al dejar la caseta, asegúrese de anotar cualquier información útil acerca de la conversación que tuvo con ellos. Esto hará que su seguimiento sea más personal y eficaz.

En dos a tres días después de la feria, ¡pónganse en contacto con su gente! Utilice su investigación de candidatos y las notas de su conversación como fundamento para establecer la relación cuando haga la llamada.

Nombre del Negocio	Persona(s) de Contacto	Sitio Web	Notas Sobre la Feria Comercial	Seguimiento

Muestra en casa	
Mostrar tema	
Ubicación	
Fecha	
Tiempo	
Sitio del evento	
Notes del evento	





SEMANA  
**11**

# El Reclutamiento con maWebCenters

Aprender cómo identificar buenos candidatos para Propietario de WebCenter, mostrar el Panorama General para WC y apropiadamente lanzar al nuevo Propietario de WebCenter (WCO).

Semana del

## ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato
		Citas realizadas	Tipo de cita		

**WCO:** Propietario de WebCenter

**UFO:** Propietario de UnFranchise

**WEB:** Sitio Web

**DMP:** Productos de Marketing Digital

**15MC:** Consulta de 15 Minutos

**B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact

**SA:** Compras de Anualidad

**Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

### WEBCENTER MENOR

- Crear una lista de posibles WCOs y Webcenter Pros
- Programar un resumen de WCO
- Lanzamiento
- Compartir el Plan de Acción de 12 Semanas
- Compartir el Resumen de WCO con su equipo

### WEBCENTER PRINCIPALES

- Crear una lista de posibles WCOs y Webcenter Pros
- Programar un resumen de WCO
- Lanzamiento
- Mentor nuevo WCOs
- Compartir el Resumen de WCO con su equipo

### WEBCENTER PRO

- Aprender la Universidad de un Gran Concepto
- Afiliado Pro contra Socio Pro
- Crear una lista de posibles WCO y Webcenter Pro
- Programar el Resumen de WCO
- Compartir el Plan de Acción de 12 Semanas
- Asesora nuevo WCO





SEMANA  
**12**

# Destrezas como Asesor de Compras

Crear clientes para toda la vida. Aprender a brindar apoyo a sus clientes a la vez que fortalece a su equipo.

Semana del

### ACTIVIDAD SEMANAL

ENTRENAMIENTO:  CONCURSO DE WEBINAR  WEBINAR

RESULTADOS PRESENTADOS:  SÍ  NO

Candidatos contactados	Tipo de candidato	Citas realizadas	Tipo de cita	Nuevos candidatos añadidos	Tipo de candidato

- WCO:** Propietario de WebCenter
- UFO:** Propietario de UnFranchise
- WEB:** Sitio Web
- DMP:** Productos de Marketing Digital
- 15MC:** Consulta de 15 Minutos
- B2B:** Socio / SHOP Local / Comercial Cuenta / iTransact
- SA:** Compras de Anualidad
- Plan:** Plan de negocios de UnFranchise

- WEBCENTER MENOR**
- Elija su sistema de seguimiento de sus clientes
  - Presentación
  - CRM
  - Otro
  - Póngase en contacto con clientes cada 3-6 meses para verificar

- WEBCENTER PRINCIPALES**
- Elija su sistema de seguimiento de sus clientes
  - Presentación
  - CRM
  - Otro
  - Contactar con clientes trimestralmente
  - Enviar una campaña de correo electrónico con su WebCenter

- WEBCENTER PRO**
- Elija su sistema de seguimiento de sus clientes
  - Presentación
  - CRM
  - Otro
  - Contactar con clientes mensualmente
  - Campaña de correo electrónico acerca de:
    - Actualizaciones
    - Soporte
    - Webinars
    - Ofertas especiales

SEMANA  
12

### Expresar Agradecimiento

Cuando obtenga un cliente nuevo, envíele una carta de agradecimiento. Incluya recursos útiles tales como la información de contacto para recibir asistencia.

### Hacer Contacto para Aportar Valor

Utilice la lista de su cliente para mantenerse organizado y haga llamadas periódicas que aporten valor, no para ofrecer sus servicios. Póngase en contacto por teléfono, correo electrónico o correo publicitario una vez por trimestre.

Hoja de Información de Contacto

**Contact Details**
[Help for this page](#)

Contact Details
[Edit](#) [User Forgot Password](#) [Expand All](#) | [Collapse All](#)

<b>First Name</b>	Jane	<b>Contact Type</b>	Web Site Prospect
<b>Last Name</b>	Smit	<b>Contact Status</b>	Visible
<b>Contact ID</b>	2742665	<b>Username</b>	<a href="#">janesmit</a> ?
<b>Company</b>		<b>Contact Owner</b>	Sarah Rose & Ryan P. Stack
<b>Job Title</b>		<b>Language/Region</b>	English (United States)
<b>Web Site Name</b>	<a href="#">Build Web Site</a>	<b>Spoken Language</b>	English
<b>Source</b>	Other	<b>Time Zone</b>	America/New_York

**Phone Numbers**

<b>Phone Type</b>	Work Phone	<b>Extension</b>	
<b>Country</b>	United States	<b>Primary Phone</b>	Yes
<b>Number</b>	4135555555		

**Email Addresses**

<b>Email Type</b>	Work Email	<b>Primary Email</b>	Yes
<b>Email</b>	Jane@JaneSmith.com	<b>Invalid Email</b>	No

**Addresses**

<b>Address Type</b>	Work Address	<b>City</b>	Greensboro
<b>Country</b>	United States	<b>State</b>	North Carolina
<b>Address 1</b>	Jane Smith's Address	<b>Zip Code</b>	
<b>Address 2</b>		<b>Primary Address</b>	Yes

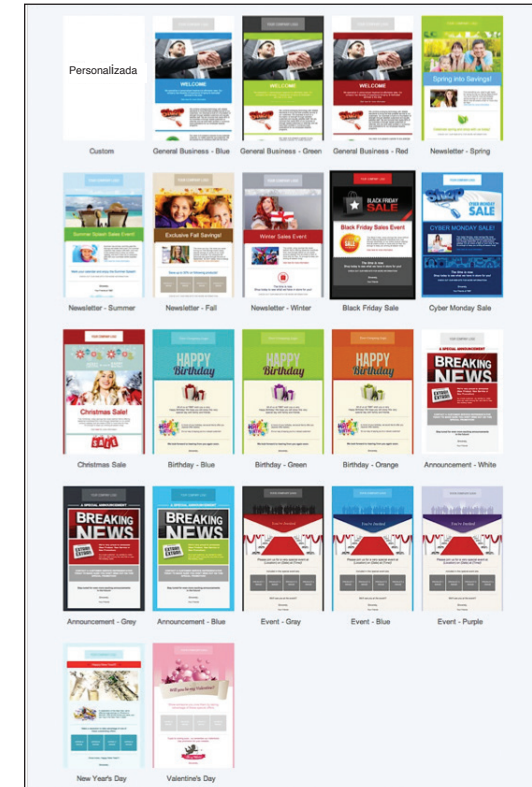
Para obtener más información, ingrese a su WebCenter y haga clic en "Contacts" (Contactos). También puede hacer clic en la guía de asistencia para consultar las instrucciones paso a paso de cómo aprovechar al máximo la herramienta CRM y las campañas de correo electrónico.

### Para Optimizar la Organización

Escoja el método que mejor funcione para usted:

- Imprima las Hojas de Información de Contacto de todos sus clientes. Haga anotaciones al reverso de estas hojas cada vez que se ponga en contacto.
- Utilice la herramienta de Administración de Clientes (CRM) de su WebCenter. Mantenga notas electrónicas cada vez que se ponga en contacto.

### Campañas de correo electrónico





# 4

## Mantener el Impulso

Con el objetivo de mantener el impulso, dedique tiempo para evaluar su progreso. Evalúe su progreso diario, semanal y trimestral.



### Procedimientos Operativos de Negocios: (Microevaluación y Macroevaluación)

#### Microevaluación/Semanalmente 4 + 1

Cuatro días de búsqueda de candidatos, un día para hacer seguimiento

#### Procedimientos Operativos Semanales

De lunes a jueves

#### Búsqueda Diaria de Candidatos

Un nuevo candidato para sitio web	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Un nuevo candidato para el Negocio UnFranchise	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Fijar citas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Llevar a cabo citas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Ampliar su red de contactos	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

#### Macroevaluación/Mensualmente 4 + 1

Cuatro días de búsqueda de candidatos, una semana para hacer seguimiento

#### Seguimiento/Depuración

Viernes, cada cuatro semanas

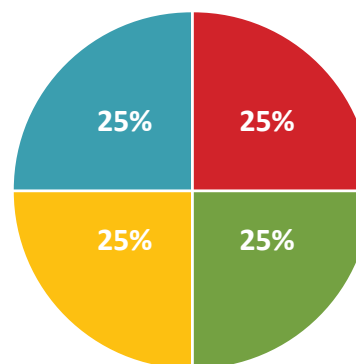
#### Seguimiento

Se puso en contacto con ellos	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
No se presentó a la cita	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Tuvo una cita	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
From referrals	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Derivado de la búsqueda pasiva de candidatos	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

### Desarrollo equilibrado del negocio

Para lograr resultados constantes, debe realizar siempre una cantidad equilibrada de actividades con los candidatos en cada etapa del proceso de evaluación.

- Candidatos nuevos
- Candidatos de su mercado relacional
- Cliente nuevo
- A punto de cerrar la venta





Mantener el Impulso (continuación)

### Evaluación Personal

Responda las preguntas e identifique las áreas en las que sobresalió y en las que puede mejorar.

Acción	Calificación 0 a 5	Notas
Asistió a seminarios Web los lunes por la noche		
Entregó los resultados semanales		
Participó en el grupo del Plan de Acción de 12 Semanas		
Completó los ejercicios semanales		
Habló hoy con un nuevo candidato para sitio Web		
Programó una cita por semana		
Llevó a cabo una Consulta de 15 minutos por semana		
Realizó el Seguimiento de los Viernes		
Finalizó tres rondas de ejercicios de Seguimiento Masivo		
Amplió activamente su red de contactos		

### Resultados del Plan de Acción de 12 Semanas

Escriba en esta tabla sus resultados para ver el estado de su canalizador así como sus resultados totales.

Acción	Total	Notas
Personas con quien se puso en contacto		
Citas programadas para la venta de sitio web		
Ventas de sitios web		
Planes programados		
Planes llevados a cabo		
Panoramas Generales para Propietario de WebCenter vistos		
Nuevos Propietarios de UnFranchise		
Productos nuevos vendidos		
Boletos comprados para la MAIC (corporativo)		