



FSB

FOLLETO DE INICIO RÁPIDO

2024 - ESPAÑOL - ES



System7
Europe & Africa

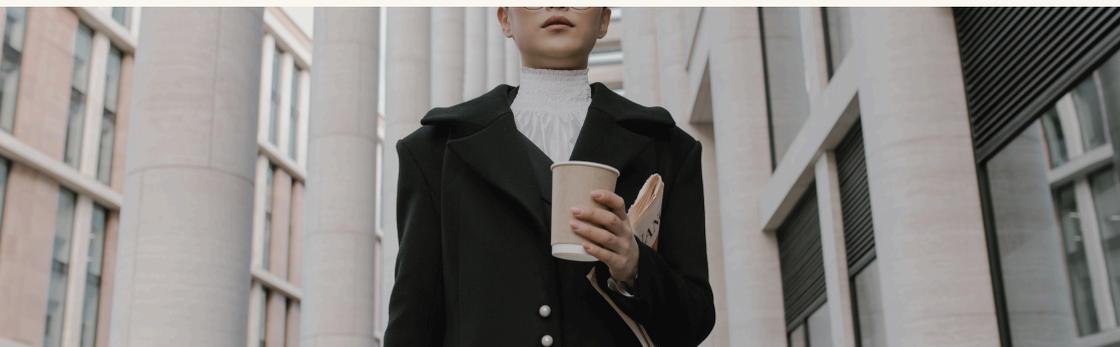


TABLA DE CONTENIDO

- 01** QUIÉN ES OTG
- 03** PUNTOS DE ENTRADA
- 04** FLUJO DE TRABAJO SISTEMA 7
- 05** OBJETIVOS
- 07** LISTA DE CONTACTOS
- 09** INVITAR
- 11** PRESENTAR
- 13** SEGUIMIENTO
- 14** COMENZAR
- 15** TRABAJO EN EQUIPO
- 16** HÁBITOS PRINCIPALES
- 17** SISTEMA OTG SISTEMA 7
FLUJO DE TRABAJO, EVENTOS, HÁBITOS BÁSICOS
- 18** PARA COMENZAR –LISTA DE VERIFICACIÓN
- 20** MARKETING DE ATRACCIÓN
- 21** RECURSOS ADICIONALES
- 22** PLAN DE RENDIMIENTO DE VENTA
- 23** CÓDIGO DE CONDUCTA
- 24** APÉNDICE

¡BIENVENIDO A TU NUEVO NEGOCIO!

Felicitaciones por tomar la decisión de convertirse en Brand Affiliate de Nu Skin. Este Folleto de Inicio Rápido ha sido creado por líderes experimentados y exitosos de todo el mundo para ayudarte con sus primeros pasos en la construcción de su negocio Nu Skin. Estos líderes ofrecen su tiempo y conocimientos como voluntarios a la organización sin fines de lucro llamada One Team Global (OTG).



¿QUIÉN ES OTG?

ASOCIACIÓN SIN FINES DE LUCRO - LEY 1/2002 ASOCIACIÓN OTG DE EUROPA OCCIDENTAL

La comunidad OTG ha desarrollado un sistema de 7 pasos que, si lo sigues, te ayudará a comprender los principios básicos que te ayudarán a construir tu negocio Nu Skin. Este sistema le permite desarrollar sus habilidades de liderazgo mientras aprendes a implementar cada paso. Domina las habilidades en cada paso y compártelas con tu futuro equipo. Recuerda divertirte en el camino.



LA RELACIÓN ENTRE NU SKIN Y OTG

OTG trabaja exclusivamente con Nu Skin Brand Affiliates en forma Independiente de Nu Skin Enterprises Inc. y sus compañías afiliadas, para ayudarte a desarrollar tu negocio, OTG ha creado un sistema de capacitación llamado Sistema 7 (S7), que es lo que se comparte en este folleto.



NU SKIN

Tu negocio

- desarrolla productos
- asegura la logística
- se encarga de los procedimientos administrativos relacionados con su cuenta de Brand Affiliate
- paga tus comisiones entre otras cosas.



Su organización de apoyo

- Enseña los principios empresariales y proporciona tutoría.
- organiza eventos patrocinados por Brand Affiliate
- desarrolla material empresarial
- Código de conducta (ver página 23)

PUNTOS DE ENTRADA

Hay varias formas de ingresar al negocio.

Cualquiera que funcione mejor para ti, los principios básicos siguen siendo los mismos.

Este folleto es una descripción general de cómo implementar el sistema dentro de su proceso de inicio y método de construcción a futuro.



PRODUCTOS Y DISPOSITIVOS

.....

Comparte la experiencia del producto a través de exhibiciones/demostraciones de productos.

VENTA SOCIAL

.....

Comparte tu experiencia con los productos en línea.

PHARMANEX

.....

Programa de bienestar y complementos alimenticios.

CONSTRUCTOR DE NEGOCIOS

.....

Construye una red con una visión a largo plazo en mente.

FLUJO DE TRABAJO DEL SISTEMA 7

1

OBJETIVOS

Establece tus objetivos iniciales, tanto a corto como a largo plazo. Ponlos por escrito con una fecha límite clara.

2

CONTACTOS

Escribe tu lista de contactos.

3

INVITAR

Invitar es como el avance de una película: ¡crea curiosidad!

4

PRESENTAR

Aprende a presentar la oportunidad de negocio y compartir los productos.

5

SEGUIMIENTO

Anima a tu contacto a actuar después de presentarle la oportunidad de negocio y los productos.

6

COMENZANDO

Ayuda a tu nuevo cliente potencial a comenzar con los productos y el flujo de trabajo de System 7.

7

TRABAJO EN EQUIPO

Trabajar juntos para lograr el éxito.

Estos son los peldaños para su éxito y cada uno de ellos se centra en impulsar tu negocio.

1. OBJETIVOS

¿Cuáles son tus metas? marca tus principales objetivos Un objetivo no escrito y sin fecha adjunta es más bien un deseo, por lo que te recomendamos anotar tus objetivos con diferentes cronogramas adjuntos.

- Ingreso.
- Desarrollo personal.
- Relaciones.
- Negocio.
- Otro:

¿Cuánto necesito/quiero ganar con mi negocio Nu Skin al mes?

Generar una compensación por ventas como Brand Affiliate requiere de un tiempo, esfuerzo y dedicación considerables. El éxito también dependerá de tus habilidades, talentos y capacidades de liderazgo. Este no es un programa para hacerse rico rápidamente. No hay garantía de éxito financiero y los resultados variarán ampliamente entre los participantes. Puedes encontrar un resumen completo de las ganancias en cada nivel del Plan de desempeño de ventas en www.nuskin.com

1 MES

6 MESES

1 AÑO

¿Qué acciones específicas tomaré cada semana para lograr mis objetivos? 1.

Venta de productos,

2. Invitar contactos, 3. Publicar en redes sociales, 4. Adquisición de clientes, 5. presentaciones/demostraciones

1 MES

6 MESES

1 AÑO

¿Cuánto tiempo estoy dispuesto a invertir por semana en mi negocio para lograr mis objetivos?

1 MES

6 MESES

1 AÑO

Comparte esta información con tu patrocinador (la persona que te introdujo en el negocio) y/o tus otras líneas ascendentes, ya que están aquí para ayudarte a lograr tus objetivos.

Construir un negocio requiere trabajo duro, dedicación y paciencia, así que recuerda que tiene que haber una combinación del tiempo que estás dispuesto a invertir en tu negocio junto con tus objetivos.

2. LISTA DE CONTACTOS

AMIGOS / FAMILIA / NEGOCIO / COMUNIDAD (FFBC)

Recuerda que crear tu lista de contactos es una actividad orientada a la acción y las personas que implementan sus planes son las que disfrutan del éxito.

No prejuzgues al crear tu lista y comprende que esta es una lista en constante crecimiento a la que continuarás agregando a medida que construyas tus redes. Comienza anotando a todos sus conocidos. Recomendamos poner a las personas más dinámicas en tus redes y a aquellas con mucha influencia en la parte superior de tu lista. Para simplificarlo recomendamos separarlos en estas 4 categorías. ¡Hazlo hoy!

También querrás pensar en tus contactos de redes sociales. Es posible que algunos de ellos ya caigan en una de estas categorías.



2. LISTA DE CONTACTOS

ESCRIBE LOS CONTACTOS MÁS INFLUENCIALES EN TUS CUATRO REDES PRINCIPALES:

Elabora una lista de 60 nombres de las personas de tu red y preselecciona personas para el negocio y/o los productos. Elige 10 de Amigos, 10 de Familia, 10 de Negocios, 10 de Comunidad y 20 de Redes Sociales. Identificando: ¿Quién es él/ella? ¿Por qué pensaste en él/ella? ¿Negocio o cliente? ¿Qué dijo/ella?

FAMILIA

.....

.....

.....

.....

.....

.....

AMIGOS

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NEGOCIO

.....

.....

.....

.....

.....

.....

COMUNIDAD

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. INVITAR

El propósito de invitar es hacer que tu cliente potencial tenga la suficiente curiosidad como para querer saber más sobre lo que tienes para ofrecerle. Imagina que tu invitación tenga el efecto de un avance de película que te dé ganas de ver la película completa.

Ponte en la situación de la persona a la que quieres invitar para conocer más de lo que tienes para ofrecer. ¿Qué les podría interesar? ¿Cuidados anti-envejecimiento de la piel, complementos alimenticios, dispositivos de belleza o quizás una oportunidad de negocio para ganar un dinero extra?

Recuerda: siempre permanece enfocado en las necesidades de la otra persona y en cómo tú y tu oportunidad pueden ayudarla con sus necesidades e intereses.

Decide para qué vas a invitar a una persona:

- ¿Para saber más sobre los productos?
- ¿Un escaparate de productos?
- ¿Tu grupo de clientes en Facebook?
- ¿Un escaneo con el escáner biofotónico?
- ¿Una demostración de LumiSpa en la mesa de tu cocina?

¿Para saber más sobre la oportunidad de negocio?

- ¿Un Business Briefing abierto en un hotel?
- ¿Un vídeo de Business Briefing en línea o un seminario web?
- ¿Una reunión individual con una taza de café?

Se aplican los mismos principios ya sea que trabaje a través de redes sociales, exhibiciones de productos o presentaciones comerciales al ofrecer una oportunidad de negocio o un producto.

Consejos para invitar

1. Sé breve en esta fase: no entres en detalles, el objetivo es que se comprometan a reservar un tiempo para una presentación.
2. Invita únicamente a personas amables y honestas que estén dispuestas a actuar.
3. Se entusiasta (pero no los abrumes con tu entusiasmo).
4. ¡Escucha más de lo que hablas!
5. No tengas miedo de las preguntas: serán respondidas en la siguiente fase, la Presentación.
6. Crea el hábito de invitar periódicamente a las reuniones a personas nuevas que hayan mostrado interés.

5 C de invitar

1. **Elogio: a todo el mundo le gustan los elogios, díles por qué son especiales.**
2. **Curiosidad – Como se describe anteriormente.**
3. **Credibilidad – Habla de la credibilidad de la empresa.**
4. **Control: se breve, conoce a tu audiencia donde se encuentra hoy, haz que quiera aprender más.**
5. **Compromiso – Confirma la cita.**

**Encontrarás más consejos sobre cómo invitar de parte de algunos de los líderes más experimentados en la sección "Comenzar" en <http://.otg.global>.*

3. INVITAR

LAS 5C DE INVITAR

Las 5C es una plantilla que puedes usar y que te ayudará a ayudar a otras personas a aprender cómo presentar su red frente a una presentación. La presentación les mostrará la oportunidad, la tecnología o el producto.

A continuación se muestran algunos ejemplos de 5 C. Te recomendamos que consultes a tu mentor empresarial para que te ayude con la redacción utilizando una plantilla que le ha resultado muy eficaz. Al invitar, es importante ser tú mismo y comunicarte con tu cliente potencial de la forma en que normalmente te comunicarías con él.

Un experto en bienestar y antienvjecimiento

"Estoy buscando conectarme con personas como tú que han tenido éxito en la industria del bienestar y el antienvjecimiento y que están abiertas a considerar un programa de afiliación. Los productos y tecnologías asociados con este programa de afiliación estarán expuestos a ti y a tu personal debido a los numerosos premios que se han ganado y a las inversiones de la empresa en diferentes plataformas, incluida nuestra nueva aplicación de bienestar. La mejor manera de obtener más información es unirse a una de nuestras presentaciones de negocios en línea. ¿Te conviene más el martes o el jueves?"

Un emprendedor

"Gracias por comunicarte. De hecho, estoy buscando hablar con gente de negocios en tu área local que sea motivada y enfocada como tú. Soy afiliado de una empresa que se especializa en bienestar y antienvjecimiento utilizando un modelo de negocio innovador y gratificante que te permite construir tu propio negocio. Creo que con tu red sería un buen momento para que conozcas los productos. que ofrecemos ¿Es esto algo sobre lo que le interesaría saber más?"

Un amigo

"Qué bueno que hayan mostrado interés en mi nueva aventura, me emociona compartirles que he comenzado un nuevo negocio que me permite trabajar junto a otros afiliados y crecer juntos. Estoy formando mi equipo de afiliados justo ahora y porque se de tu pasión por ayudar a los demás (o cualquiera que sea la razón por la que elegiste a esta persona) quería hablar contigo sobre este negocio y estos productos. La compañía está celebrando 40 años de éxito y ha crecido en varios países para que puedas tener una presencia global. "

4. PRESENTAR

Se debe aprender a presentar el negocio y los productos a sus contactos y recomendamos encarecidamente que su patrocinador esté contigo durante tus primeras presentaciones. Hay recursos de OTG al final del folleto para ayudarte a presentar el negocio.

Usamos presentaciones oficiales de OTG que puedes descargar desde www.otg.global y cubren nuestros 5 puntos clave:

TENDENCIAS

COMPAÑÍA

PRODUCTOS

PLAN DE RENDIMIENTO
DE VENTAS

MOMENTO

Aprende cómo presentar esto en un minuto y también la versión ampliada. Trabaja con su patrocinador en esto.

Las diversas opciones de presentación incluyen:

1. Reunirse personalmente con el prospecto, solo o con tu patrocinador.
2. Invitar a tu cliente potencial a una reunión abierta de OTG (Business Briefing).
3. Publicaciones en redes sociales.
4. Demostración/escaparate/exposición del producto.
5. Invitar a tu cliente potencial a una presentación en línea, utilizando una presentación grabada en su idioma.

¡IMPORTANTE! Programe siempre una reunión de seguimiento a más tardar 48 horas después de su presentación/demo, si es posible junto con su patrocinador/socio.



4. PRESENTAR

A continuación se muestran algunos guiones de ejemplo para presentar la presentación de 5 puntos en un minuto:

1 *“¿Estarías de acuerdo en que cada vez más personas buscan horarios de trabajo flexibles y poder trabajar desde casa? Esta es una tendencia creciente y nuestro negocio permite que las personas sean parte de esa tendencia creciente. La empresa está celebrando 40 años de éxito y puedes consultarlos en la Bolsa de Valores de Nueva York. Tienen una cartera de muchos productos antienvjecimiento que ofrecen resultados, incluida una marca conocida como ageLOC, valuada en 10 mil millones de dólares. Este negocio nos permite no solo compartir los productos, sino que también nos permite compartir la oportunidad con otros si están interesados en ingresos adicionales. Somos una empresa muy innovadora con una gran visión de productos y tecnologías dentro del ámbito antienvjecimiento, por lo que ahora sería el momento de unirnos a una presentación de negocios y descubrir más”.*

2 *“Estoy seguro de que estarás de acuerdo en que cada vez más personas buscan ganar un poco de dinero extra desde casa, trabajando online. Nuestra empresa le brinda la oportunidad de tener su propio negocio trabajando en línea con horarios flexibles. La empresa tiene una plataforma de varios productos que le permiten demostrar los beneficios con imágenes visuales de antes y después que puede compartir en sus plataformas de redes sociales. Con más de 250 productos para elegir, puedes compartir los que son excelentes para promocionar en línea y esto te permitirá comenzar a ganar dinero cuando la gente compre los productos que comercializas. También te recomendaría que compartas este programa de afiliados con aquellos que estén interesados en construir un negocio con estos fantásticos productos. Dado que cada vez más personas buscan trabajar en línea con horarios flexibles, es importante elegir una empresa asociada que tenga un plan de crecimiento futuro y eso es algo más que tenemos”.*

3 Ejemplo para expertos que ya trabajan en la industria de la belleza, el antienvjecimiento y el bienestar:

“Siempre es importante tener en cuenta las tendencias del mercado al decidir con qué negocio asociarnos y nuestra empresa cuenta con productos antienvjecimiento innovadores y ha sido nombrada la marca número uno del mundo en sistemas de dispositivos de belleza durante 6 años consecutivos, de 2017 a 2022. .”

Esta es una tendencia de rápido crecimiento que te permite compartirla con tu red de personas que ya están comprometidas con su belleza y bienestar. La empresa es una empresa muy innovadora que ha desarrollado tecnología y productos respaldados por la ciencia. Como empresa, contamos con productos antienvjecimiento basados científicamente que ayudan a disminuir los signos visibles del envejecimiento y puedo enseñarte cómo comercializar estos productos. Esto te permitirá ganar dinero extra para complementar lo que ya estás haciendo dentro del negocio y brindar servicios adicionales a tus clientes. Es un momento emocionante para explorar esta oportunidad con las tendencias del mercado de antienvjecimiento, tecnología, Internet de las cosas (IoT) e inteligencia artificial”.

5. SEGUIMIENTO

La mejor manera de realizar un seguimiento es preguntar cuándo y cómo desea proceder tu contacto. Debes estar preparado/a para que tu cliente potencial tenga preguntas para ti. Si no tienes la respuesta en ese momento, infórmelos que la descubrirás o invita a tu patrocinador a la llamada.

Siempre debes permanecer conectado/a y asegurarte de tener citas para los siguientes pasos (ya sea una cita personal, una cita telefónica o una llamada de Zoom). Es posible que se requieran dos o más contactos o reuniones de seguimiento con la persona antes de que esté lista para unirse al negocio, así que ten paciencia. Si tu contacto parece abierto pero no está listo, asegúrate de que esté bien para que se le haga un seguimiento (“¿Puedo mantenerte informado...?”).

También es importante que detengas el seguimiento si una persona no está interesada.

Pregunta si está bien retomar el contacto con ellos más adelante para comprobar si es el mejor momento para ellos. Ofreces una gran oportunidad, pero tu éxito no depende de que una sola persona se una o no a tu equipo.

En realidad, un "no" puede ser mejor que un "tal vez" (y ahorrarle tiempo), así que no temas pedir una respuesta clara.

**DESCARGA LA APLICACIÓN NUSKIN
CONNECT**

Prospección inteligente, gestión de contactos, listas personalizadas, planificación y organización, tendencias y seguimiento de actividades



Es importante realizar un seguimiento de todas las personas con las que estás hablando sobre el negocio y los productos para asegurarte de recordar hacer un seguimiento y recordar a qué información ha estado expuesta cada persona. Nu Skin ha creado una aplicación que nos permite hacer eso, por lo que si descargas la aplicación Nu Skin Connect e inicias sesión con tus datos de inicio de sesión de Nu Skin, podrás comenzar a agregar tus contactos a esta aplicación.

6. COMENZANDO

Si aún no lo has hecho, mira la capacitación “BB II – Primeros pasos”, en línea o fuera de línea.

Cuando hayas inscrito a un nuevo socio comercial, podrás hacer lo siguiente:

1. Para los clientes, ayúdalos a realizar el primer pedido y garantiza el acceso a toda la información y los materiales necesarios relacionados con el producto.
2. Infórmale sobre las ADR y, si lo desea, ayúdale a establecer una orden de ADR.
3. Para Brand Affiliates, enséñale cómo vender estos productos de alta calidad a los consumidores finales a través de redes sociales o reuniones.
4. Asegúrate de que reciba una copia de este Folleto de inicio Rápido y muéstrale el sitio web de OTG, regístralo en la lista de correo de OTG e invítalo al grupo local de Facebook de OTG".
5. Muéstrales cómo descargar nuestras 3 aplicaciones: Nu Skin Stela, Vera y Nu Skin Connect.
6. Muéstrales el sitio web de OTG, ayuda a tu nuevo afiliado a registrarse en la lista de correo de OTG e invítalo al grupo local de Facebook de OTG.
7. Asegúrate de programar una presentación comercial a la que tu nuevo Brand Affiliate pueda invitar a los prospectos, y el próximo evento local OTG S7 Workshop (FST) para recibir capacitación básica y conocer a otros jugadores del equipo OTG. Muéstrales <http://otg.global> y el calendario de reuniones.
8. Ayuda a tu nuevo socio a iniciar el negocio de una forma CLARA y SENCILLA.

7. TRABAJO EN EQUIPO

Todos ganamos trabajando juntos siguiendo el Código de conducta de OTG y los cuatro principios de ser un jugador de equipo de OTG.

Desarrolla la profundidad de tu negocio profundizando en tu círculo de influencia. Respeta a los demás afiliados de la marca Nu Skin en cada reunión y capacitación y en todo momento.

Seguimos el Código de Conducta y los cuatro principios de ser un Jugador del Equipo OTG.

Duplicación: aprende, aplica y enseña los principios que pueden conducir a la adquisición de clientes y al desarrollo empresarial exitosos. Sé entrenable, toma medidas consistentes y sé un ejemplo del que otros puedan aprender. Recuerda que el verdadero liderazgo se define no sólo por tu propio éxito, sino por el éxito de tu equipo.

Edificación: Familiarízate con hablar en términos positivos para enfatizar cuánto valoras los diferentes componentes que te ayudan hacia tu éxito personal. El proceso de edificación es un proceso poderoso al desarrollar su negocio, especialmente cuando presentas a tu nuevo patrocinador a uno de tus mentores o a tu equipo. El proceso de Edificación en efecto es "para hablar muy bien de". Pídele a tu patrocinador de línea ascendente que le explique esto con más detalle y practica convertirte en un experto en esto.

Respetar las "líneas cruzadas": todos somos de la misma "familia", así que respetémonos y animémonos unos a otros. Habla positivamente con tus compañeros y edifica tu línea ascendente. Una "línea cruzada" es cualquier persona que no esté en tu organización ascendente o descendente.

Es posible que también escuches el término Crosslining. Crosslining es una acción, por lo que, por ejemplo, no le pedirías a alguien de otra línea que te enseñe el negocio, esto se conocería como Crosslining. Sin embargo, cuando tengas un problema o un desafío, recuerda acercarte a tu propia línea ascendente o a la empresa.

Consultoría: brinda orientación a tus Brand Affiliates a lo largo del camino. Esto implica el establecimiento de objetivos y el seguimiento de las acciones que se han tomado.

¡Así es como prosperamos junto con Nu Skin!



Duplicación

Edificación

**Respetar las
líneas cruzadas**

Consultoría

7 HÁBITOS BÁSICOS PARA EL ÉXITO

Para convertirst en líder, primero debes actuar como líder y hacer lo que hace un líder. Los hábitos básicos son vitales para tu éxito en este negocio y te recomendamos que revises y evalúes estos hábitos al menos una vez al mes. Al calificarte del 1 al 10 (1 es el peor, 10 es el mejor) en cada hábito, esto te dará una indicación de en qué áreas necesitas trabajar para mejorar los hábitos necesarios para ser un líder exitoso.

01

**Ser producto del
producto.**

02

**Adquirir nuevos clientes
periódicamente.**

03

**Presentar el negocio y los
productos a gente nueva cada
mes.**

04

**Esfuézate por lograr al menos
2 bloques cada semana.**

05

Alimenta tu mente diariamente.

06

**Manténte conectado y contribuye
asistiendo a los eventos de OTG.**

07

**Sé un jugador de equipo:
Duplicación, edificación y respeto.
Líneas secundarias
Consultoría**



FLUJO DE TRABAJO

EVENTOS

HÁBITOS BÁSICOS

1. Establecer metas
2. Crear lista de contactos
3. Invitar
4. Presentar oportunidades/compartir productos
5. Seguimiento
6. Comenzar
7. Trabajo en equipo

Presentación personal 1:1



Informe de negocios



Inicio regional



Taller del Sistema 7



Cumbre de éxito



Presentación de producto



Convención de Nu Skin



1. Ser producto del producto.
2. Adquiere nuevos clientes con regularidad.
3. Presentar el negocio y los productos a gente nueva cada mes.
4. Esfuérzate por lograr al menos 2 bloques cada semana.
5. Alimenta tu mente a diario.
6. Manténte conectado y contribuye asistiendo a eventos de OTG.
7. Sé un jugador de equipo.

DUPLICACIÓN

EDIFICACIÓN

RESPECTAR LAS LÍNEAS CRUZADAS - NO CROSSLINING

CONSULTORÍA

LISTA DE VERIFICACIÓN PARA COMENZAR

¡ENTRA EN ACCIÓN AHORA!

Ahora que tienes más conocimientos sobre el flujo de trabajo de System 7 y los hábitos básicos, continúa recordándolos y enseñándolos a los nuevos miembros de tu equipo.

Es posible que te resulte muy útil tener una lista de verificación para comenzar cuando incorpores a tus nuevos Brand Affiliates.

1

Regístrate como Brand Affiliate y aprende cómo realizar un pedido.

Para poder promocionar y recomendar productos, es posible que desees probarlos para encontrar tus propios favoritos.

2

Descarga la aplicación Vera y haz tu consulta de piel.

Esta consulta luego te recomendará productos. Esta podría ser tu primera compra o tal vez tu patrocinador te haya recomendado algo más para comenzar.

3

Descarga la aplicación Nu Skin Stela.

Esta es nuestra aplicación para afiliados donde puedes ver y realizar un seguimiento de tu progreso, así como crear enlaces de productos para tus clientes.

4

Programa una cita/reunión con tu patrocinador.

Asegúrate de hacer esto dentro de las 24 horas (máximo 48 horas) para que puedan ayudarte con tu primera presentación (en línea o fuera de línea), exhibición de productos y/o primera publicación en las redes sociales.

5

Familiarízate con el flujo de trabajo de System7

Trabaja en este folleto con tu patrocinador.

LISTA DE VERIFICACIÓN PARA COMENZAR

Es posible que te resulte muy útil tener una lista de verificación para comenzar cuando incorpores a tus nuevos Brand Affiliates.

6 **Conectarse.**

Únete a los grupos OTG de Europa y África y del mercado local en Facebook.

7 **Consulta el calendario de reuniones.**

Consulta el calendario de reuniones en <http://otg.global> para conocer las próximas reuniones/eventos/presentaciones comerciales en tu área.

8 **Descarga la aplicación NuSkin Connect**

Con Nu Skin Connect, puedes utilizar funciones innovadoras, que ahorran tiempo y son fáciles de usar para ayudarte a desarrollar tu negocio.

9 **Configura tu pedido mensual de productos de suscripción ADR.**

Nu Skin ofrece un programa de fidelización muy gratificante. Al suscribirse a un ADR, recibirás tus productos en tu hogar mensual o bimensualmente y obtendrás puntos de productos del 20 % o 30 % del valor del pedido SV de los pedidos ADR que se pueden canjear por productos. Puedes cambiar el contenido de tu ADR en cualquier momento.

10 **Habla con las personas.**

Comienza a hablar con personas de tu lista de contactos sobre los productos y la oportunidad de negocio.

Recuerda que tu administrador de cuentas de Nu Skin está disponible para brindarte asistencia y responder cualquier pregunta que puedas tener.

FAMILIARÍZATE CON MARKETING DE ATRACCIÓN

Marketing de atracción

"El marketing de atracción es el uso de técnicas de marketing diseñadas específicamente para enseñar al cliente lo que está haciendo y cómo un servicio o producto le beneficiará mucho antes de que lo compre". - Facebook

El marketing de atracción consiste en atraer clientes y prospectos a través de las redes sociales en lugar de acudir a ellos.

El marketing de atracción debe estar bien pensado, no automatizado. Familiarízate con las pautas para compartir en redes sociales de Nu Skin y otras pautas aplicables que se encuentran en nuskin.com".

La gente suele pensar erróneamente que debemos promocionar nuestros productos o nuestra marca Nu Skin en las redes sociales, cuando en realidad lo que debes promocionar eres TÚ MISMO: el verdadero producto eres TÚ.

Para que la gente lo "compre", primero deben conocerte, apreciarte y confiar en ti. Comienza por crear una audiencia, añadiendo personas que compartan tus intereses (no sólo tus amigos o los Brand Affiliates de Nu Skin).

Debes tener una estrategia y ceñirte a ella cuando te comuniques agregando contenido interesante. Mantente auténtico y construye tu propia marca: inspírate en los demás, pero no los copies. ¡Sé la mejor versión de ti mismo, no la segunda mejor versión de otra persona!

Al publicar en las redes sociales, alterna diferentes tipos de publicaciones: publicaciones personales (tú, tu círculo social, tu estilo de vida), publicaciones orientadas a negocios, publicaciones informativas, publicaciones que describen los efectos de nuestros productos y publicaciones divertidas (una foto tuya y tus Brand Affiliates divirtiéndose).

Atraerás gente que se identificará con cómo eres y cómo trabajas: las personas que comparten tu filosofía se sentirán atraídas por tu estilo de vida y, básicamente, ¡por QUIÉN ERES!

RECURSOS ADICIONALES

<http://otg.global>

Tu página web de soporte empresarial

Recursos de Nu Skin

centrodeaprendizaje.nuskin.com

Hay muchas capacitaciones en el centro de aprendizaje. Recuerda completar la capacitación básica sobre políticas dentro de los 30 días para poder recibir las comisiones ganadas. Todas las demás capacitaciones se pueden completar en una fecha posterior a tu propio ritmo.

Pídele a tu patrocinador que te conecte con tu grupo local de Facebook.



LECTURA/AUDIOS RECOMENDADOS

Libros

- La fórmula del éxito, por Chris Taylor
- Piense y hágase rico, de Napoleon Hill
- El vendedor más grande del mundo, de Og Mandino
- Padre rico, padre pobre, de Robert Kiyosaki
- 7 hábitos de las personas altamente efectivas, de Stephen Covey
- Aspirar, por Kevin Hall
- Despierta al gigante interior, de Anthony Robbins
- La ligera ventaja, de Jeff Olson
- Como piensa un hombre, de James Allen
- Picos y valles, de Spencer Johnson
- No se trata de dinero, por Bob Proctor
- El líder que no tenía título, por Robin Sharma
- Piense rico para hacerse rico, por T. Harv Eker
- Cómo ganar amigos e influir en las personas en la era digital, por Dale Carnegie
- El monje que vendió su Ferrari, de Robin Sharma
- Magnético: El arte de atraer negocios, por Joe Calloway
- Frazer Brookes: Te reto
- Frazer Brookes: Te desafío doblemente



Plan de compensación

Trabaja donde quieras y cuando quieras

DESCARGO DE RESPONSABILIDAD:

Estos son los ingresos promedio de EMEA para 2022. Generar ingresos sustanciales como Brand Affiliate requiere trabajo duro, tiempo y compromiso. Este no es un programa para hacerse rico rápidamente y el éxito económico no está garantizado.

										
Promedio Mensual	\$35	\$ 135	\$512	\$857	\$1.543	\$2.459	\$4.019	\$7.482	\$23.869	
Promedio % BA activos	12,67%	1,19%	2,42%	0,87%	0,62%	0,14%	0,19%	0,07%	0,08%	
Promedio % BR y por encima de BA	n/a	n/a	55,10%	19,77%	14,25%	3,18%	4,42%	1,57%	1,72%	
		REPRESENTATIVES			BRAND PARTNERS			BRAND DIRECTORS		

Además, es posible que puedas obtener una ganancia minorista al vender productos a tus clientes minoristas no registrados

El propósito de este documento es proporcionar información precisa y sencilla sobre las comisiones pagadas por la Compañía a los Brand Affiliates. La siguiente tabla muestra información detallada sobre la compensación pagada en 2022 a los Brand Affiliates registrados en los mercados de EMEA. La tabla solo incluye Brand Affiliates que califican para recibir comisiones. Los Brand Affiliates que solo compran productos para uso personal no califican para recibir comisiones y, por lo tanto, no están incluidos en la tabla. Generar una compensación como Brand Affiliate requiere mucho tiempo, esfuerzo y compromiso. Compensación de Brand Affiliate en 2022 en EMEA (todos los importes en USD) El tipo de cambio promedio en 2022 por 1 dólar estadounidense fue de 0.945734 EURO. Un Brand Affiliate "activo" se define como cualquier Brand Affiliate que realizó una compra personal durante el período de tres meses más reciente en cuestión.



CÓDIGO DE CONDUCTA DE OTG

1. Realizo negocios de acuerdo con nuestra Visión y Misión de OTG*.

2. Trato con respeto en todo momento a todos los miembros del equipo y a sus contactos.

3. Me esfuerzo por ser un “producto de los productos” leal.

4. Mantengo una actitud positiva y alentadora que refleja OTG. Muestro respeto por los demás manteniendo altos estándares éticos en mis palabras y acciones.

5. Respeto a los patrocinadores y líderes de otros grupos y Brand Affiliates. Animo a mis colegas a trabajar para lograr el crecimiento y el éxito con sus líderes. Actúo responsablemente. Enseño y dirijo con el ejemplo. Apoyo y aliento a todos los Brand Affiliates que demuestren compromiso con este negocio.

6. Continúo aprendiendo y desarrollándome siguiendo las pautas descritas en los materiales de capacitación de OTG, que se encuentran en <http://otg.global>. Utilizo material oficial OTG, aprobado por Nu Skin.

7. Al vender o comprar productos, sigo las políticas y directrices de Nu Skin.

8. Sólo recluto a aquellos que actualmente no están activos en Nu Skin. Nunca aliento a Brand Affiliates activos o prospectos a cambiar de grupo. Reconozco que este no es un comportamiento aceptable bajo ninguna circunstancia.

9. Estoy de acuerdo en que es mejor abordar los problemas o conflictos primero con mi línea ascendente y la empresa.

10. Mantengo una apariencia y un código de vestimenta limpios, ordenados y profesionales.

11. Hago un esfuerzo por asistir a todos los eventos de System 7 recomendados por OTG, incluidas reuniones informativas comerciales, talleres de System 7, regionales, Cumbre de Le Éxito y eventos de Nu Skin.

Por la presente certifico que he recibido el CÓDIGO DE CONDUCTA de OTG y que lo he leído, comprendido y lo cumpliré. Si tengo preguntas, consultaré la GUÍA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA de OTG.

Fecha:

Firma:

***Misión:** La misión de OTG es desarrollar líderes exitosos proporcionando un sistema global basado en contribución, honestidad, responsabilidad, integridad y respeto (“CHAIR”).

Visión: La visión de OTG es crear una organización global única a través del trabajo en equipo, la tutoría y apoyo, capacitando a las personas para crear negocios internacionales rentables de Nu Skin.

APÉNDICE

GLOSARIO DEL PLAN DE DESEMPEÑO DE VENTAS

AFILIADO DE MARCA: Una Persona que se registra en Nu Skin como Afiliado de Marca y puede comprar Productos al Precio de Member, vender Productos a clientes, registrar Clientes Registrados y no está calificado. Brand Affiliate también se utilizará como referencia general para todos los Brand Affiliates y Brand Representatives. Por ejemplo, a un Brand Partner o Brand Director se le denominará Brand Affiliate como referencia general cuando se habla de todos los Brand Affiliates.

BRAND REPRESENTATIVE (BR): un Brand Affiliate que ha completado con éxito la Calificación y que no ha perdido su estatus de Brand Representative. El término Representante de Marca también se utilizará como referencia general para todos los Títulos de Representante de Marca y superiores. Por ejemplo, a un Socio Rubí o Director Diamante se le denominará Representante de Marca como referencia general cuando se habla de todos los Representantes de Marca.

CARTA DE INTENCIÓN (LOI): un documento o aviso en línea que un Brand Affiliate nos envía para notificarnos su intención de ingresar a la Calificación y convertirse en un Brand Representative calificado.

REPRESENTANTE DE MARCA CALIFICADO (QBR): Brand Affiliate calificado: un Brand Affiliate que (1) ha presentado una carta de intención y ha completado dos componentes básicos (un Brand Affiliate se clasifica oficialmente como Brand Affiliate calificado después del siguiente cálculo de bonificación semanal), y (2) está en proceso de cumplir con los requisitos de Calificación.

VOLUMEN DE VENTAS: valor en puntos establecido para cada Producto que se utiliza para comparar el valor relativo de los Productos en varias monedas y mercados para medir la calificación para varios puntos de referencia de desempeño, incluidos los Bloques Compartidos, los Bloques de Construcción y el Volumen de Ventas del Equipo de Liderazgo, y cuantificar las ventas de Productos en su Grupo y Equipo de Consumidores. El Volumen de Ventas se ajusta periódicamente según lo considere necesario la Compañía. El volumen de ventas es diferente del valor de ventas comisionable. Puede obtener información sobre el Volumen de Ventas y otra información relacionada con la compensación de ventas para cada Producto iniciando sesión en el sitio web de Brand Affiliate de su mercado.

BLOQUE DE CONSTRUCCIÓN: Una medida del volumen de ventas. Un Building Block sólo se considera completo cuando tiene 500 puntos de Volumen de Ventas. Un Building Block con menos de 500 puntos de Volumen de Ventas se denomina incompleto.

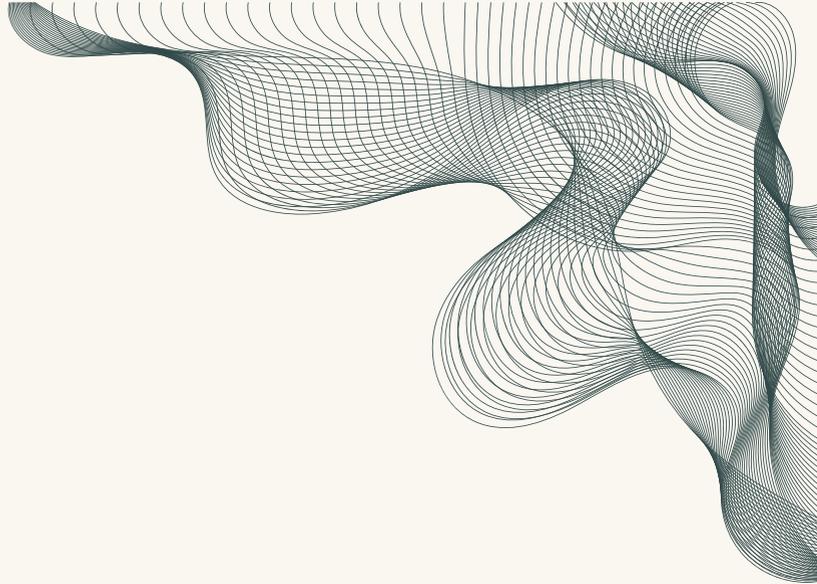
CLIENTE MINORISTA — Clientes minoristas: Cualquier Cliente registrado que compre a un precio minorista. La bonificación por la compra de Productos de un Cliente Minorista se paga al Brand Affiliate que está identificado como el vendedor en el momento del pedido del Producto específico. Para los fines de este Plan, un cliente no registrado no está incluido en la definición de Clientes minoristas. Los Clientes minoristas no participan en Velocity y no pueden revender Productos ni registrar a otros Clientes registrados.

TÍTULO: Los títulos se obtienen como Representante de Marca según su número de Representantes de Marca G1 y Equipos de Liderazgo. Su Título determina la cantidad de Generaciones en las que puede ganar un Bono de Liderazgo.

EQUIPO DE LIDERAZGO: un representante de marca G1 que cumple con ciertos puntos de referencia del volumen de ventas del equipo de liderazgo en un mes.

VOLUMEN DE VENTAS DEL EQUIPO DE LIDERAZGO: Volumen de ventas del equipo de liderazgo: El volumen de ventas del equipo de liderazgo es la suma del volumen de ventas del grupo de consumidores en su G1-G6 para un representante de marca G1 determinado.

FOLLETO DE INICIO RÁPIDO



<http://otg.global>

Este material es producido por un equipo de Brand Affiliates independientes.

Código de registro único: 23-12-UK009N035