

Programa de ventas e innovación de Seguros de Vida

Uso de las Redes Sociales para identificar clientes potenciales

Carlos Islas Murguía

2021

Bienvenido a
Clínica virtual de
PROSPECCIÓN



Sesión de preguntas y respuestas

 120 minutos

Si tienes alguna pregunta, por favor

- Usa **“Chat / Raise Hand” (alza la mano en Español)** para chatear con el moderador
- Puedes **chatear** con el moderador **en privado**
- Por favor envía tus preguntas únicamente durante la **sesión de preguntas y respuestas**
- Participa en los **“Polls”** (on encuestas en Español) para compartir tus comentarios
- Si estás teniendo algún **problema con el audio**, puedes **chatear** con el moderador **en privado**

Carlos Islas Murguía

LIMRA Master Trainer



Nombre y Perfil del Expositor

Carlos, actualmente es el representante de LIMRA en México y se ha desempeñado por más de 25 años en el sector asegurador y bancario en diversos roles como funcionario de compañías de seguros, ha liderado alrededor de 300 agentes directos a su cargo en dos ciudades del país.

Fue también agente de seguros para GNP por 9 años, ocupando posiciones destacadas en ventas y convencionista cada año.

Dentro del gremio asegurador, fungió como Co-Presidente del Comité de Canales de Distribución en AMIS, posición que dejó en febrero de 2015. Antes fue también Co-Presidente de la Convención Anual de LIMRA.

Es vocero de AMIS y promueve la cultura de seguro en medios nacionales.

- **¿Cómo usar las Redes Sociales para prospectar clientes?**
 - Facebook
 - LinkedIn
 - Twitter
- **Rápidas razones para su adopción**
- **Sesión de preguntas y respuestas**

- **¿Alguna vez has utilizado las Redes Sociales para prospectar clientes?**
- **¿Cómo lo hiciste?**
- **¿Cuál fue el resultado?**

Panorama global digital 2020

JAN
2020

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2020

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

TOTAL
POPULATION



7.75
BILLION

URBANISATION:

55%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.19
BILLION

PENETRATION:

67%

INTERNET
USERS



4.54
BILLION

PENETRATION:

59%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.80
BILLION

PENETRATION:

49%

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; LOCAL GOVERNMENT BODIES. MOBILE: GSMA INTELLIGENCE. INTERNET: ITU; GLOBALWEBINDEX; GSMA INTELLIGENCE; LOCAL TELECOMS REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES. APJII; KEPIOS ANALYSIS. SOCIAL MEDIA: PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS; CAFEBAZAAR; KEPIOS ANALYSIS. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we
are
social



Hootsuite®

Crecimiento Digital en el mundo

JAN
2020

GLOBAL DIGITAL GROWTH

THE YEAR-ON-YEAR CHANGE IN ESSENTIAL INDICATORS OF DIGITAL ADOPTION

TOTAL
POPULATION



we
are
social

+1.1%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+82 MILLION

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



GO

+2.4%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+124 MILLION

INTERNET
USERS



EDIOS

+7.0%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+298 MILLION

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



+9.2%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+321 MILLION

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS, LOCAL GOVERNMENT BODIES; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; INTERNET: ITR, GLOBALWEBINDEX, GSMA INTELLIGENCE, LOCAL TELECOMS REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES, APJ, KEPIOS ANALYSIS; SOCIAL MEDIA: PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS, COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS, CAFEBAZAAR, KEPIOS ANALYSIS. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we
are
social



Hootsuite

El potencial de las redes sociales

JAN
2020

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64* SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

USING THE
INTERNET



we
are
social

6H 43M

USING
SOCIAL MEDIA



Global
Web
Index

2H 24M

WATCHING
TELEVISION*



Global
Web
Index

3H 18M

LISTENING TO MUSIC
STREAMING SERVICES



Global
Web
Index

1H 26M

USING A
GAMES CONSOLE



Global
Web
Index

1H 10M

31

SOURCE: GLOBALWEBINDEX (Q3 2019). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FOR MORE DETAILS.

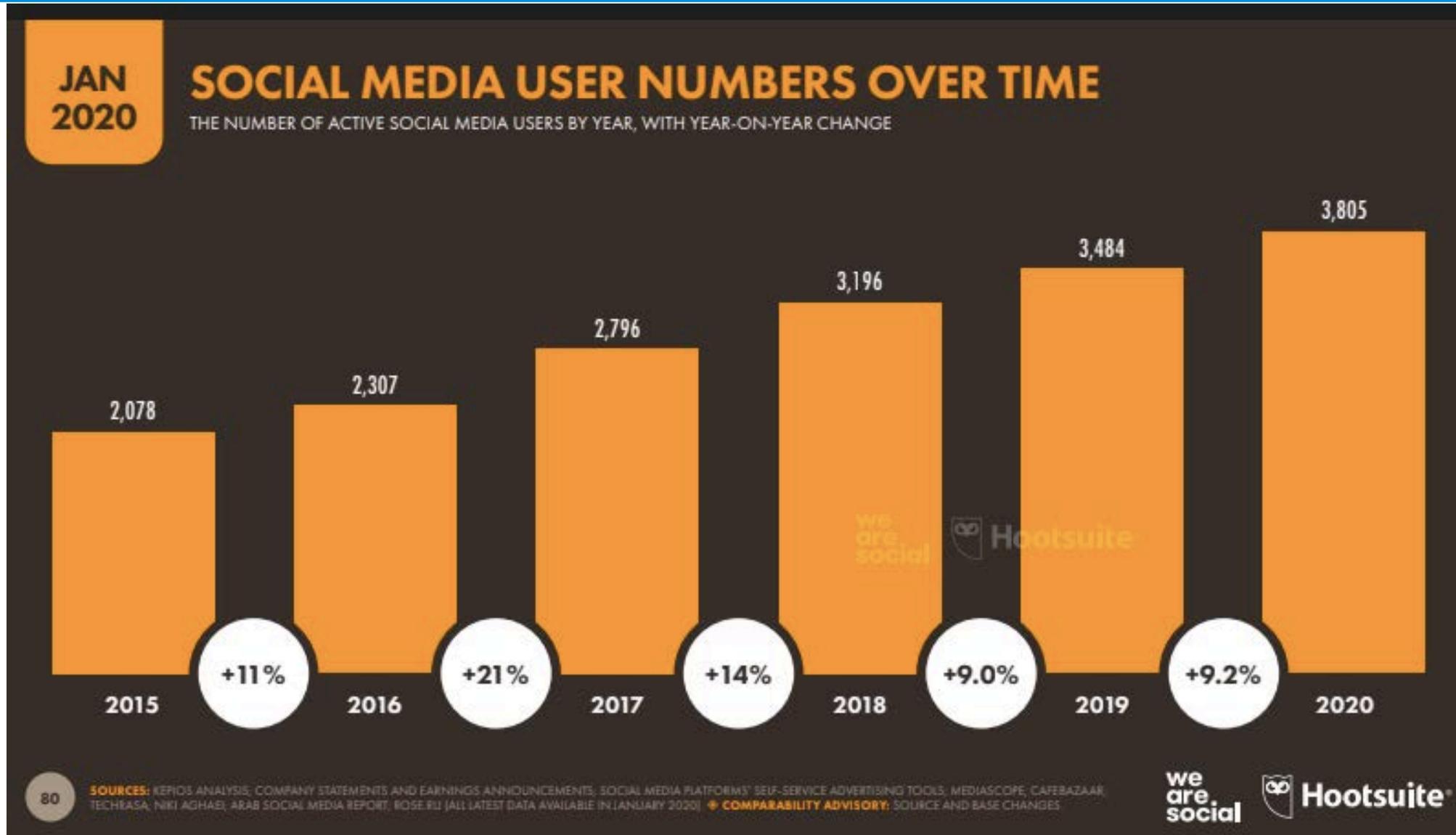
*NOTES: TELEVISION TIME INCLUDES BROADCAST (LINEAR) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. USE OF DIFFERENT DEVICES AND CONSUMPTION OF DIFFERENT MEDIA MAY OCCUR CONCURRENTLY.

we
are
social



Hootsuite®

Crecimiento de las Redes Sociales en el tiempo

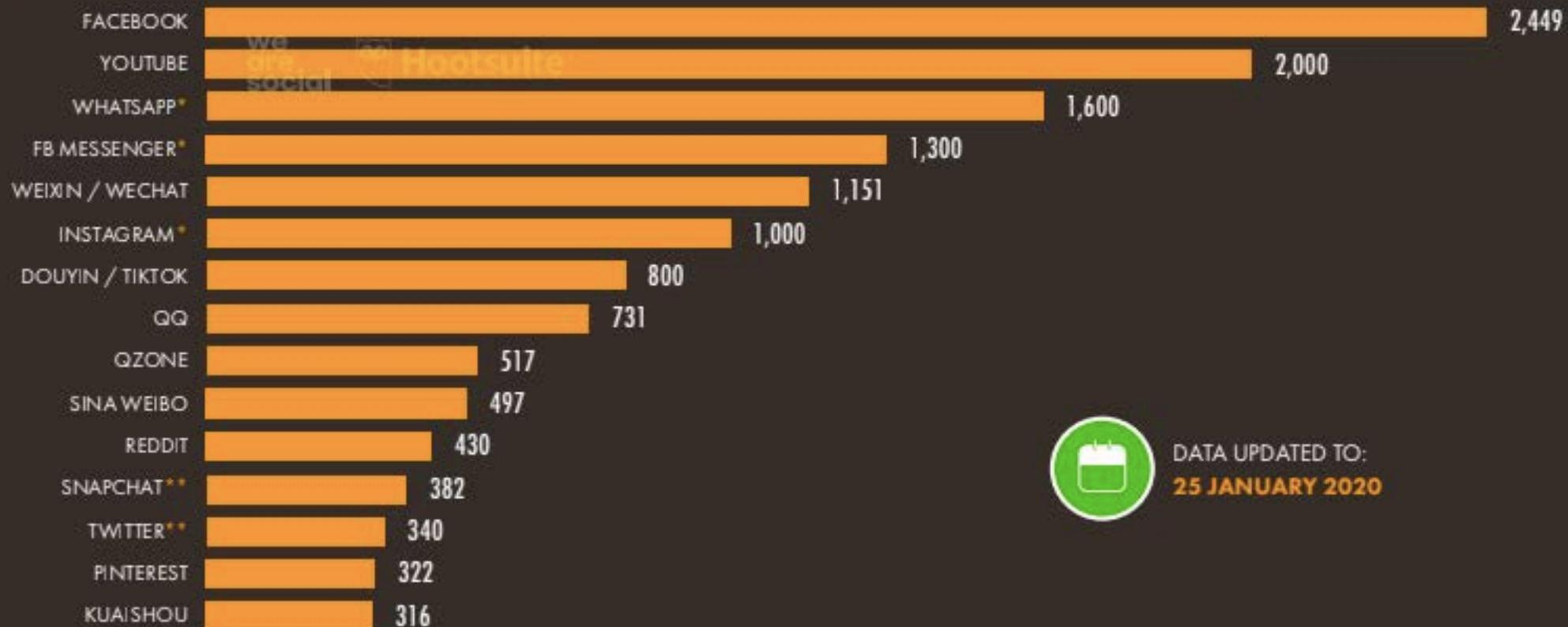


Las plataformas más usadas en el mundo

JAN
2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2020

95

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS, COMPANY STATEMENTS AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS, PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (ALL LATEST AVAILABLE DATA) **NOTES:** PLATFORMS IDENTIFIED BY (*) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER NUMBERS IN THE PAST 12 MONTHS. PLATFORMS IDENTIFIED BY (**) DO NOT PUBLISH MAU DATA. FIGURES FOR TWITTER AND SNAPCHAT USE EACH PLATFORM'S LATEST ADVERTISING AUDIENCE REACH, AS REPORTED IN EACH PLATFORM'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020).

we
are
social

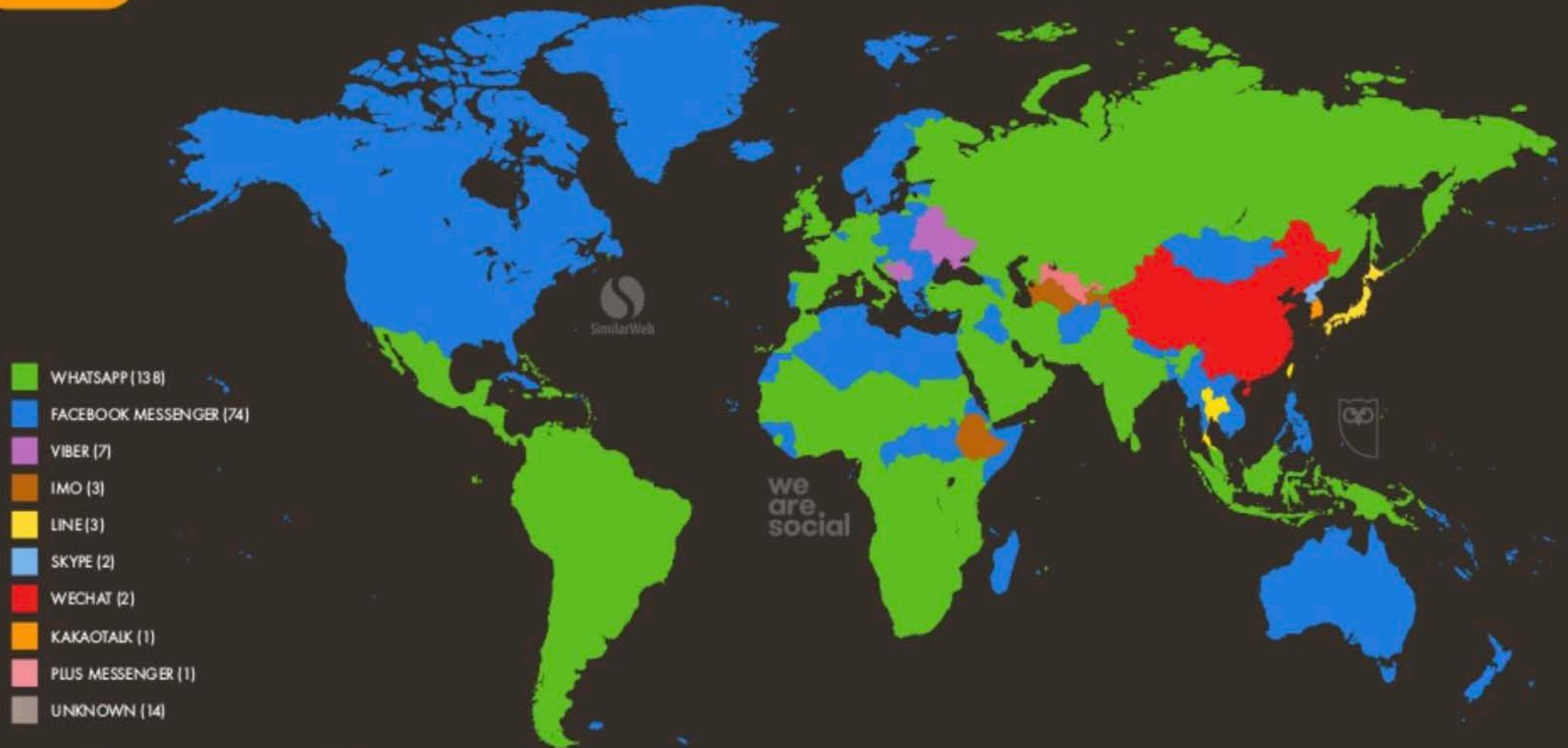
Hootsuite®

Principales Apps para mensajería

JAN
2020

TOP MESSENGER APPS AROUND THE WORLD

THE MOST ACTIVE MESSENGER APP* IN EACH COUNTRY OR TERRITORY IN DECEMBER 2019



SOURCE: SIMILARWEB (JANUARY 2020). *NOTES: RANKINGS ARE BASED ON MESSENGER APPS WITH THE HIGHEST NUMBER OF AVERAGE DAILY ANDROID APP USERS IN EACH RESPECTIVE COUNTRY OR TERRITORY DURING DECEMBER 2019. FIGURES IN PARENTHESES IN THE LEGEND DENOTE THE NUMBER OF COUNTRIES OR TERRITORIES IN WHICH EACH APP IS THE TOP-RANKED MESSENGER. FIGURE FOR FACEBOOK MESSENGER INCLUDES MESSENGER LITE.

Ahora hagamos un foco en Panamá



PANAMA

Una imagen rápida del país

JAN
2020

OVERVIEW OF THE POPULATION

CORE DEMOGRAPHIC INDICATORS



PANAMA

TOTAL
POPULATION



4.28
MILLION

we
are
social

FEMALES AS A PERCENTAGE
OF POPULATION*



50%



MALES AS A PERCENTAGE
OF POPULATION*



50%



ANNUAL CHANGE
IN TOTAL POPULATION



+1.6%
+69 THOUSAND



MEDIAN
AGE



29.7

URBAN POPULATION AS A
SHARE OF TOTAL POPULATION



68%



POPULATION DENSITY
(PEOPLE PER KM²)



58.0



OVERALL LITERACY RATE
(ADULTS AGED 15+)



95%



FEMALE LITERACY RATE
(ADULTS AGED 15+)



95%

we
are
social

MALE LITERACY RATE
(ADULTS AGED 15+)



96%

JAN
2020

PANAMA

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



PANAMA

TOTAL
POPULATION



4.28
MILLION

URBANISATION:

68%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



4.86
MILLION

vs. POPULATION:

114%

INTERNET
USERS



2.63
MILLION

PENETRATION:

62%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



2.40
MILLION

PENETRATION:

56%

Crecimiento poblacional

JAN
2020

POPULATION BY AGE GROUP

THE TOTAL NUMBER OF PEOPLE WITHIN EACH AGE GROUP



TOTAL
POPULATION



4.28
MILLION

POPULATION AGED
13 AND ABOVE



77%
3.3 MILLION

POPULATION AGED
18 AND ABOVE



68%
2.9 MILLION

POPULATION
AGED 16 TO 64



63%
2.7 MILLION

JAN
2020

MOBILE CONNECTIONS BY TYPE

OVERVIEW OF MOBILE CONNECTIONS WITH SHARE BY PAYMENT TYPE AND CONNECTION BANDWIDTH



NUMBER OF MOBILE
CONNECTIONS
(EXCLUDING IOT)



4.86
MILLION

MOBILE CONNECTIONS
AS A PERCENTAGE OF
TOTAL POPULATION



114%

PERCENTAGE OF
MOBILE CONNECTIONS
THAT ARE PRE-PAID



86%

PERCENTAGE OF
MOBILE CONNECTIONS
THAT ARE POST-PAID



14%

PERCENTAGE OF MOBILE
CONNECTIONS THAT ARE
BROADBAND (3G – 5G)



74%

Indicadores de crecimiento

JAN
2020

DIGITAL GROWTH INDICATORS

CHANGES IN KEY INDICATORS OF DIGITAL ADOPTION



PANAMA

TOTAL
POPULATION



we
are
social

+1.6%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+69 THOUSAND

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



we
are
social

+3.0%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+144 THOUSAND

INTERNET
USERS



KEPIOS

+3.2%

JAN 2020 vs. JAN 2019

+82 THOUSAND

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



+9.0%

JAN 2020 vs. APR 2019

+199 THOUSAND

Mirada general sobre el uso de redes sociales

JAN
2020

SOCIAL MEDIA OVERVIEW

BASED ON THE REPORTED POTENTIAL ADVERTISING REACH OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



PANAMA

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

2.40
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS
COMPARED TO
TOTAL POPULATION



global
web
index

56%

CHANGE IN SOCIAL
MEDIA USER NUMBERS
(APR 2019 TO JAN 2020)



GO

+9.0%
+199 THOUSAND

PERCENTAGE OF ACTIVE
SOCIAL MEDIA USERS
ACCESSING VIA MOBILE



99%

Comportamientos de uso en Redes Sociales

JAN
2020

FACEBOOK AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON FACEBOOK



PANAMA

NUMBER OF PEOPLE THAT FACEBOOK REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON FACEBOOK



1.80
MILLION

FACEBOOK'S REPORTED ADVERTISING REACH COMPARED TO TOTAL POPULATION AGED 13+



55%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN FACEBOOK'S ADVERTISING REACH



0%
[UNCHANGED]

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS FEMALE*



50.6%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT FACEBOOK REPORTS IS MALE*



49.4%

Equipos para acceder a Facebook

JAN
2020

FACEBOOK ACCESS BY DEVICE

THE DEVICES THAT FACEBOOK USERS USE TO ACCESS THE PLATFORM



PANAMA

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS ACCESSING VIA ANY
KIND OF MOBILE PHONE



99.0%

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS WHO ONLY ACCESS VIA A
LAPTOP OR DESKTOP COMPUTER



1.0%

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS WHO ACCESS VIA BOTH
PHONES AND COMPUTERS



10.8%

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS WHO ONLY ACCESS
VIA A MOBILE PHONE



88.2%

JAN
2020

TWITTER AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON TWITTER



PANAMA

NUMBER OF PEOPLE THAT
TWITTER REPORTS
CAN BE REACHED WITH
ADVERTS ON TWITTER



469.0
THOUSAND

TWITTER'S REPORTED
ADVERTISING REACH
COMPARED TO TOTAL
POPULATION AGED 13+



14%

QUARTER-ON-
QUARTER CHANGE
IN TWITTER'S
ADVERTISING REACH



+3.3%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT TWITTER
REPORTS IS FEMALE*



38.8%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT TWITTER
REPORTS IS MALE*



61.2%

JAN
2020

LINKEDIN AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL NUMBER OF PEOPLE THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON LINKEDIN



PANAMA

NUMBER OF PEOPLE THAT LINKEDIN REPORTS CAN BE REACHED WITH ADVERTS ON LINKEDIN*



700.0
THOUSAND

LINKEDIN'S REPORTED ADVERTISING REACH COMPARED TO TOTAL POPULATION AGED 18+



24%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN LINKEDIN'S ADVERTISING REACH



+1.4%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT LINKEDIN REPORTS IS FEMALE*



42.9%

PERCENTAGE OF ITS AD AUDIENCE THAT LINKEDIN REPORTS IS MALE*



57.1%

¿Por qué las Redes Sociales importan?



92%

de los usuarios de Redes Sociales en la industria de los Servicios Financieros dijeron que las Redes Sociales les ayudaron a cerrar más negocios. El promedio de Activos Bajo Gestión (AUM, por sus siglas en Inglés) alcanzado por agentes financieros a través de las Redes Sociales fue de \$1.4M USD por año

[Putnam](#)



40%

de los clientes ven la presencia de su agente en las Redes Sociales antes de adquirir un Seguro. Este número alcanza un 57% cuando se trata de los Millenials

[LIMRA](#)



18%

más pipeline (embudo de venta) es generado por empleados que usan las Redes Sociales para generar prospectos

[Hubspot](#)

- ¿Cuáles son las diferencias entre las tres redes sociales más populares?
- ¿En qué se diferencian una de otra en el momento de prospectar?

Antes de usar cualquier red social, consulte con su departamento de cumplimiento para obtener orientación e información sobre cualquier requisito regulatorio o específico de la empresa.



A man with dark hair, wearing a blue and white checkered button-down shirt, is looking down at a black smartphone he is holding in his hands. The background is a white space filled with a dense field of small, multi-colored squares (orange, blue, grey, white) that resemble digital data or a pixelated effect. On the right side of the image, there is a light blue rectangular box containing text.

Si no tienes
presencia
digital hoy en
día, no existes.

¿Dónde se encuentra
actualmente?

JUST
Google It!

EJERCICIO INDIVIDUAL

#2.1 – Experiencia "Solo Googléalalo"

- Googlése usted mismo



Transformación sociológica

Transformación sociológica

Bienvenidos a la era de Facebook y LinkedIn - Un nuevo tipo de relación.



Amigos de Facebook

Total de usuarios: 1.55 mil millones mensuales
Tiempo invertido/usuario/día: más de 20 minutos

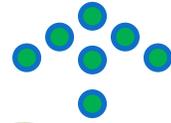


Conexión LinkedIn

Total Users: 400 million
New members/second: 2

Transformación sociológica

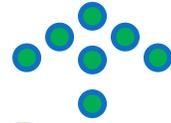
Social Capital



Modo casual de
interacción

Transformación sociológica

Social Capital

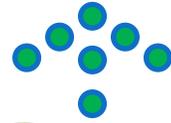


Relación de
compromiso inferior

Modo casual de
interacción

Transformación sociológica

Social Capital



Cambiar la forma en que vivimos, trabajamos e interactuamos



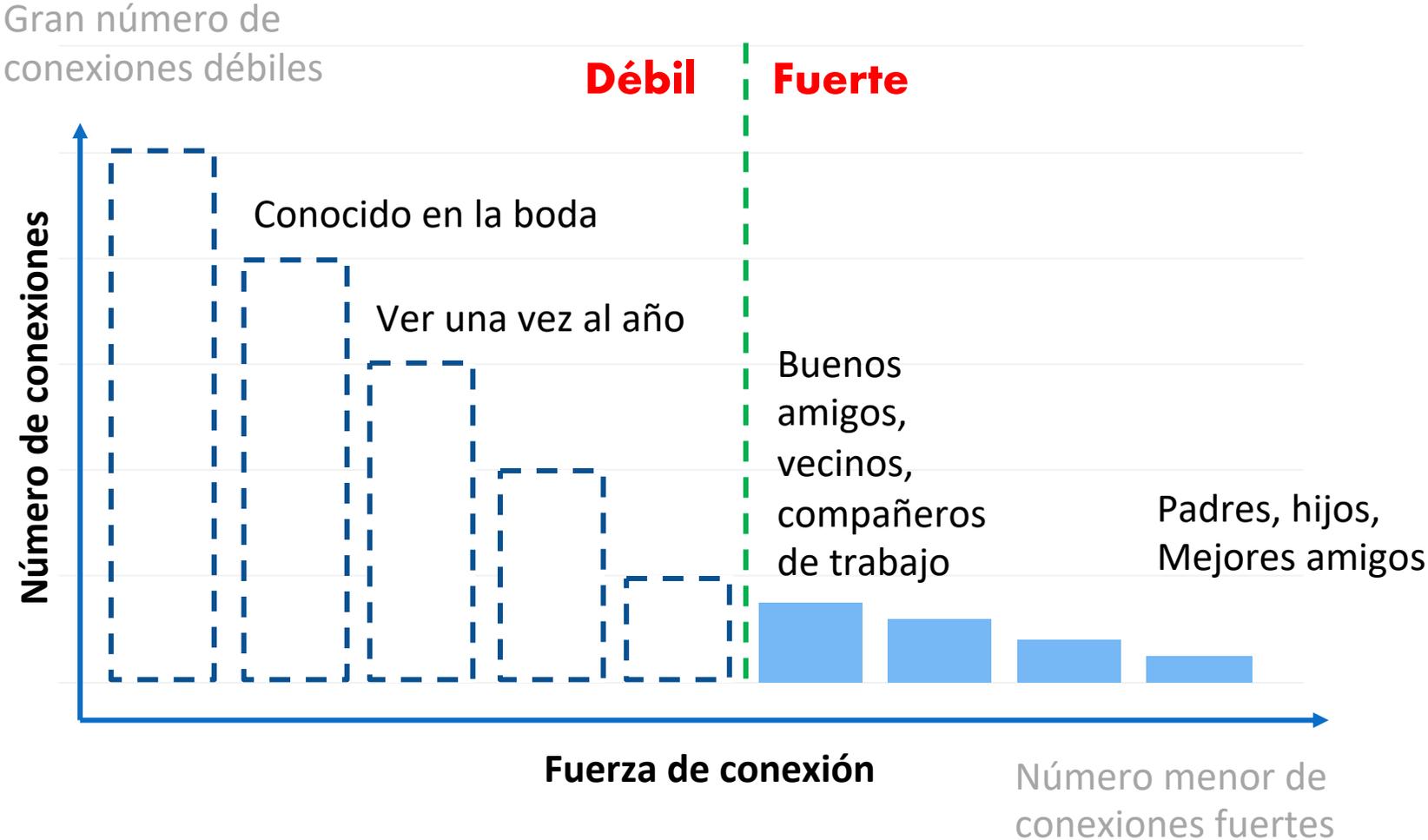
Relación de compromiso inferior



Modo casual de interacción

Capital Social

Establecimiento de nuevas categorías de relaciones



Fuente: Facebook Era



“Las ventas son redes sociales!”

- Geoffrey Moore

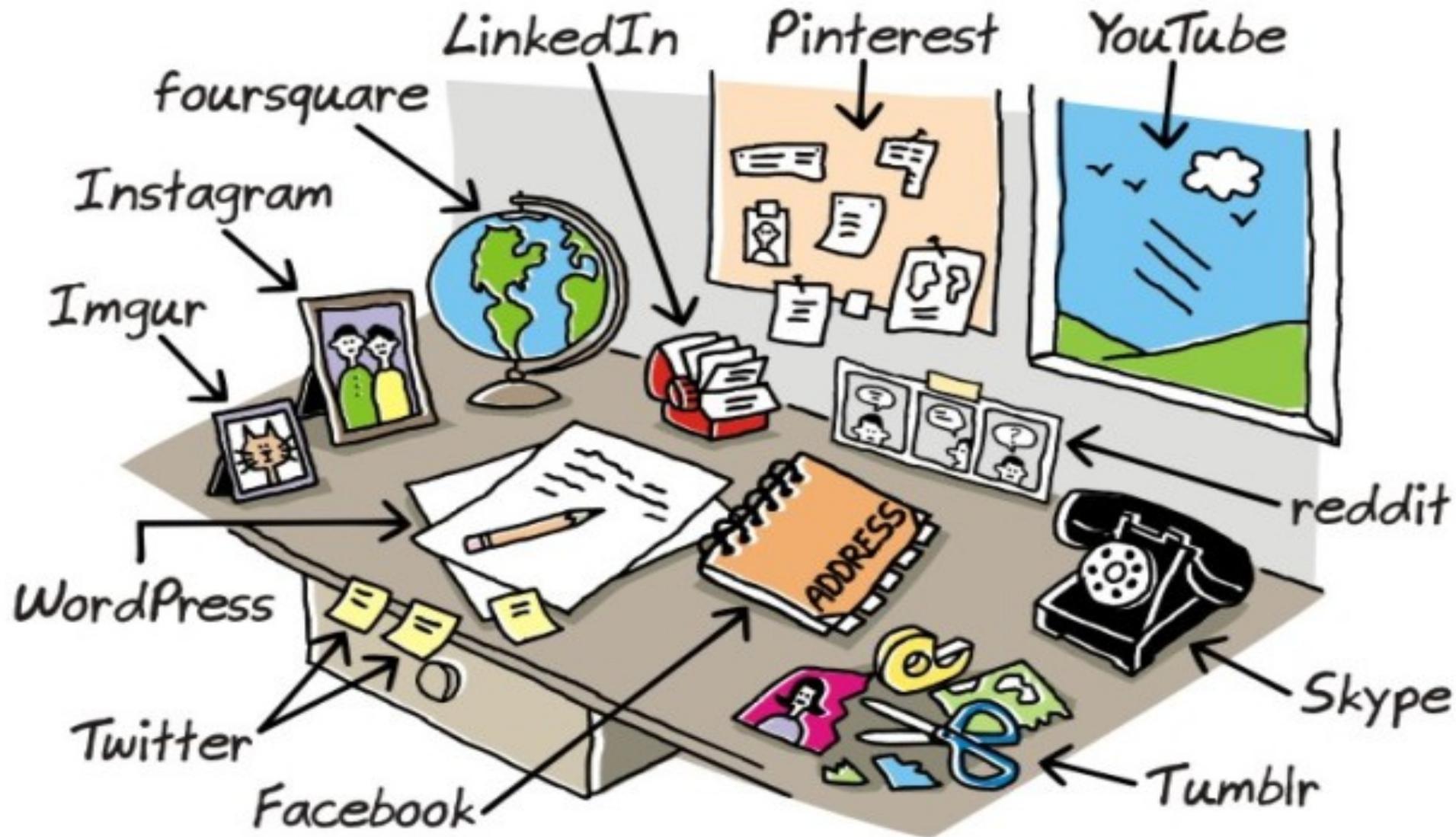
De redes 1.0 a redes 2.0

Redes: La cultura del cambio

Desde la comunicación en persona hasta la comunicación digital, las redes han evolucionado.



vintage social networking



Hay nuevas formas de establecer relaciones con los clientes.

Me encuentro con clientes cara a cara menos de lo que solía. Eso me hace feliz y creo que también los hace felices. Nadie trabaja [sólo] 40 horas. La gente tiene hijos y tienen que conducir y hay mucho tráfico. ... Generalmente cuando son un nuevo cliente quieren conocerte... Cosas que hacen [necesitan firmas], puedo enviarlas por correo. Pienso en el 80 por ciento si no más [me encuentro por teléfono].
— *Planificador financiero y contador, mujer, Boston*

Muchos profesionales financieros ya utilizan las redes sociales.

Usamos LinkedIn para obtener referencias. Nos conectamos con todos nuestros clientes en LinkedIn ... y vemos con quién están conectados y lo usamos para alimentar nombres a los clientes.... Les pedimos que obtengan más información para ver si serían aptos y luego les preguntamos cómo les gustaría que nos contactáramos, a veces les gustan los eventos informales a los que pueden llevarlos.

— RIA, hombre, Boston

La tecnología es imprescindible cuando se trabaja con los Millennials.

Creo que es una historia diferente con los asesores que están cortejando a los Millennials Los millennials comen, duermen, respiran tecnología... Quieren una aplicación en un teléfono móvil. ... La expectativa es que la tecnología sea la primera; entonces, un consejero cálido y amigable.

—Asesora financiera, mujer, Boston

Hay nuevas formas de establecer relaciones con los clientes

Una vez al trimestre, hago un video sólo para que la gente sepa lo que está cambiando. Si no tengo nada que esté cambiando, entonces puedo compartir una receta ... A finales de año hago un video de agradecimiento y sigo con una carta manuscrita a todos los que trabajé ese año.

— Agente de carrera, hombre, Charlotte

¿Por qué establecer
redes?



¿Por qué establecer
redes?



**Para tener éxito en la vida, no es lo que sabes, es a
quien conoces.**



Redes tradicionales

Haga crecer su base de perspectivas

Gradualmente

- Networking 1.0
- Your “Immediate” Network





Redes 1.0

- sin conexión
- Cara a cara
- Conexión limitada
- Comunicación en persona
- Alimentar sus redes en línea
- Red social vs.
- Tarjetas de negocios de intercambio

Redes modernas

Haga crecer su base de perspectivas

Exponencialmente

- Networking 2.0
- Your “Friends of Friends” Network



Redes 2.0

en línea virtual ? potencial ilimitado ? comunicación digital
? ampliación de su red en línea red social frente a
profesional tarjetas de visita digitales



El primer paso – Alimentar su red en línea

**Redes
1.0**



**Redes
2.0**

El segundo paso: ampliar su red 2.0



El primer paso – Alimentar su red en línea

**Redes
1.0**



**Redes
2.0**

¿Cómo?

1. Escáner de tarjeta de visita



Scannable. The best way to move paper forward.

Scannable captures the paper in your life quickly and beautifully, transforming it into high-quality scans ready to save or share. Whether on the go or at the office, send paper on its way and move on.

GET SCANNABLE

Designed for iPad and iPhone:



Las tarjetas de presentación se convierten en relaciones de negocio

La tarjeta de presentación refiere a la persona, no al papel. Escanearla transforma las tarjetas en contactos de valor con LinkedIn, la foto y los detalles del contacto provén la habilidad de salvar todos tus contactos de teléfono.



Más allá de las tarjetas
de visita: redes en el
mundo digital actual



3. Perfiles virtuales – vCard

STEVENBROWN Home Portfolio Blog Resume Contact

 **WEB DESIGNER**

Hello there! My name's Steven and I'm a web designer from London, UK. I believe in clean and minimalistic design and also think it is very important to make a web site compatible with all modern devices, like phones and tablets.

Feel free to check out my work or view my resume. I am currently available for hire, so if I sound fit for your next project, don't hesitate to contact me!

I'm a social person. Or at least that's what I keep telling myself. Either way, you can find me at the following places:

-  @stevenbrown
-  Steven Brown
-  Steven Brown
-  me@brown.com

Copyright © Steven Brown

4. Perfiles virtuales basados en sitios: about.me



Sign Up

Log In

NIRAJ MEHDIRATTA

Creative, Photographer, and Small Business Owner in Austin, Texas

 [Visit my restaurant](#)

Former Finance (i-banking) geek, ventured out on my own to open my first restaurant, Apothecary Cafe & Wine Bar in 2009. Partnered with friends to open Holy Mountain Music Venue in 2012. Enjoy photography and anything style & design related. Yes to blue cheese.

WORK

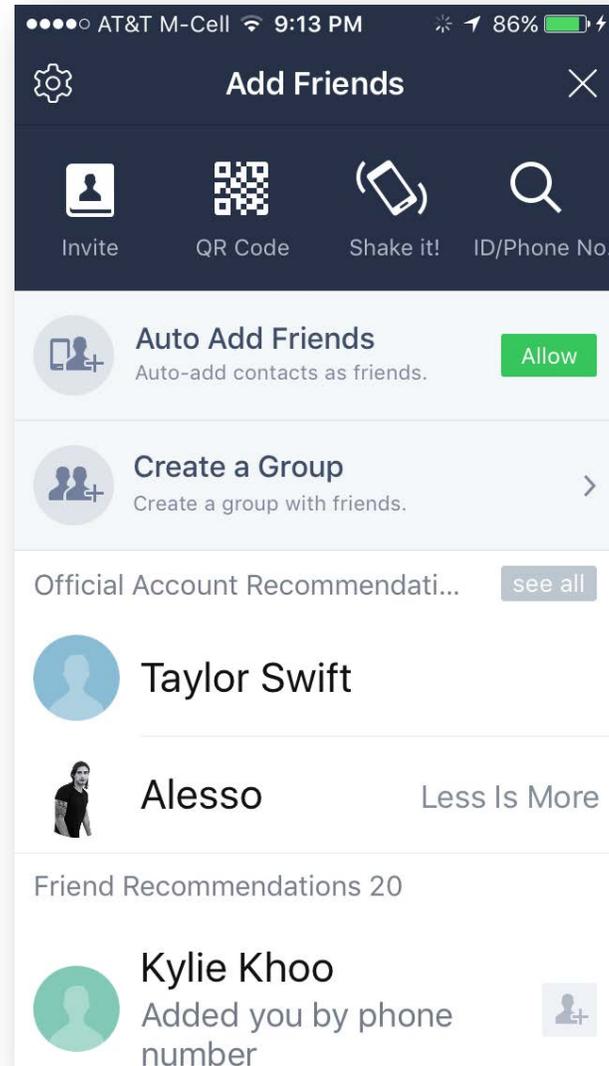
Apothecary Cafe & Wine Bar

EDUCATION

University of Texas at Austin
BBA, MPA



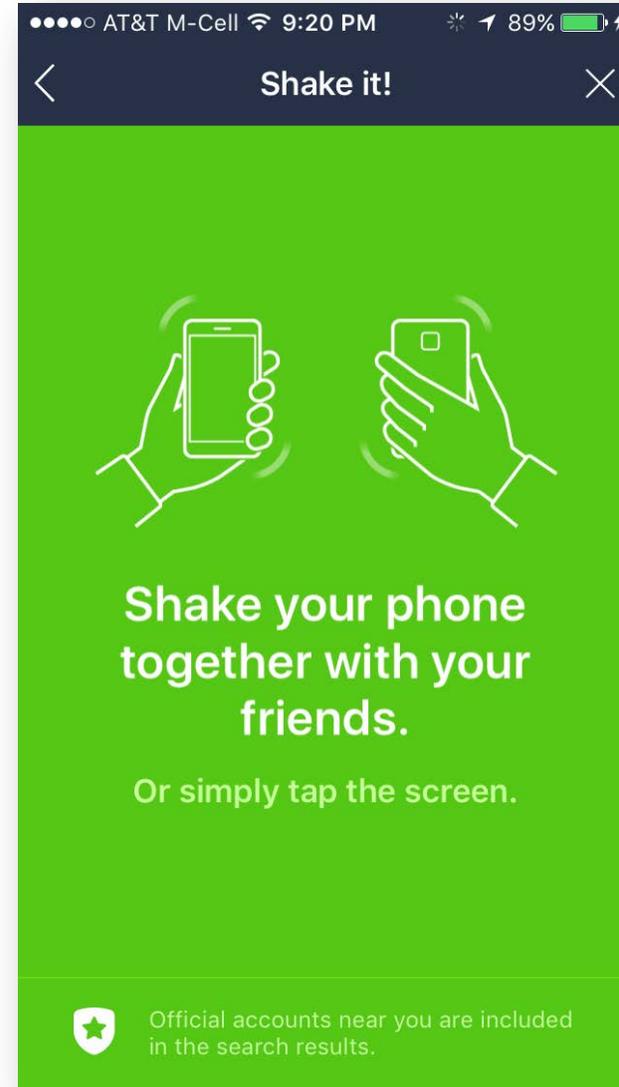
5. Aplicación de mensajería instantánea : Añadir amigos



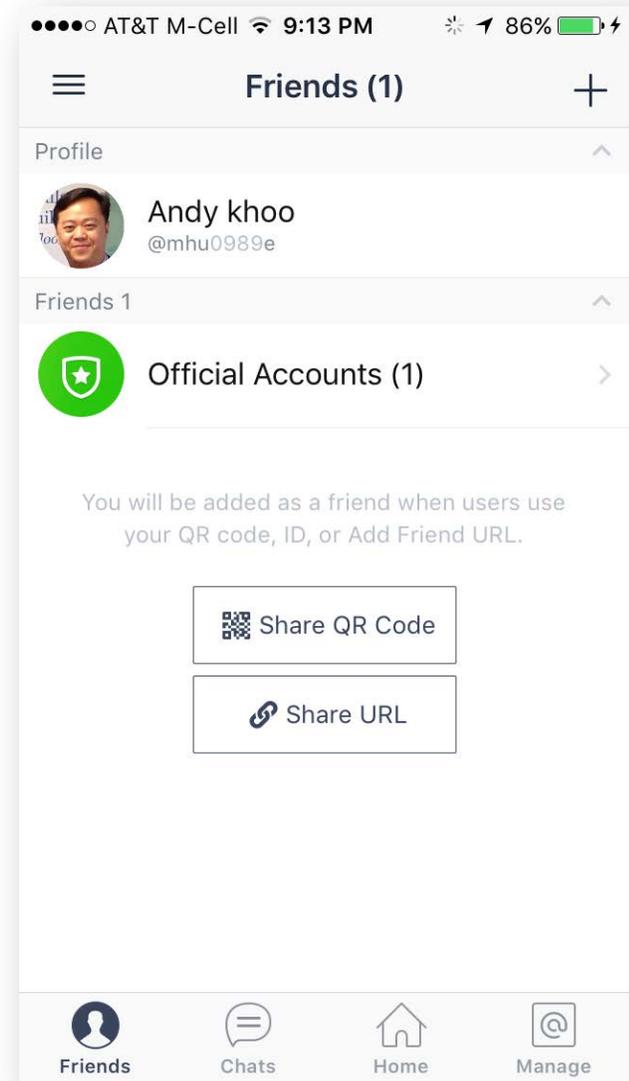
5. Aplicación de mensajería instantánea – Códigos QR



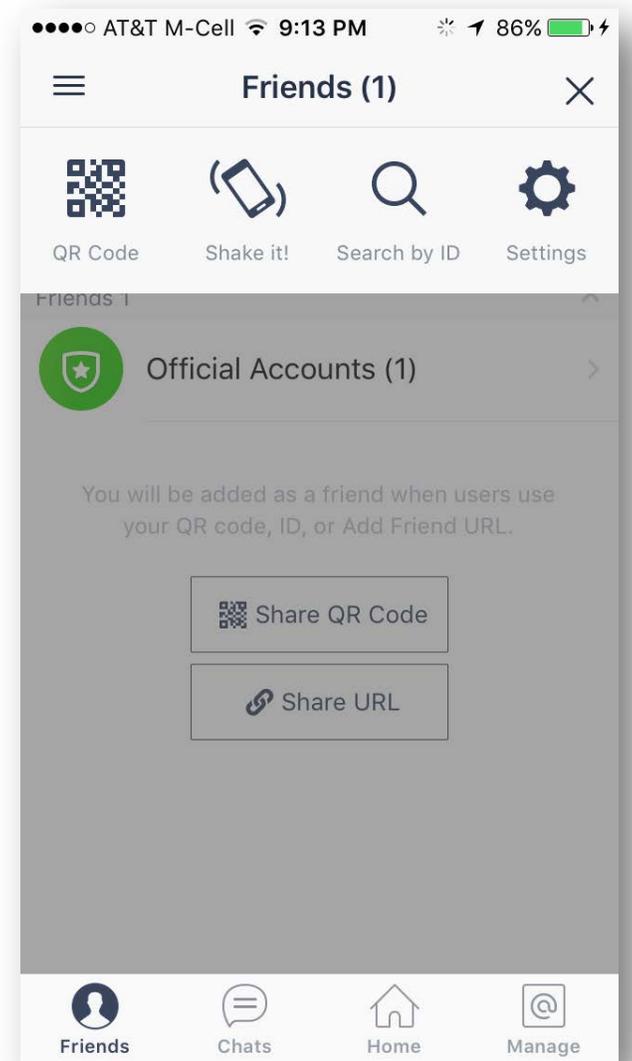
5. Aplicación de mensajería instantánea - Agitar!



5. Aplicación de mensajería instantánea – LINE @



5. Aplicación de mensajería instantánea – Códigos QR



Diferenciar las redes profesionales y las redes personales

Redes profesionales



“Aprovechando su *marca profesional* para llenar su embudo con las *personas correctas, ideas y relaciones.*”

- Koka Sexton

Redes personales

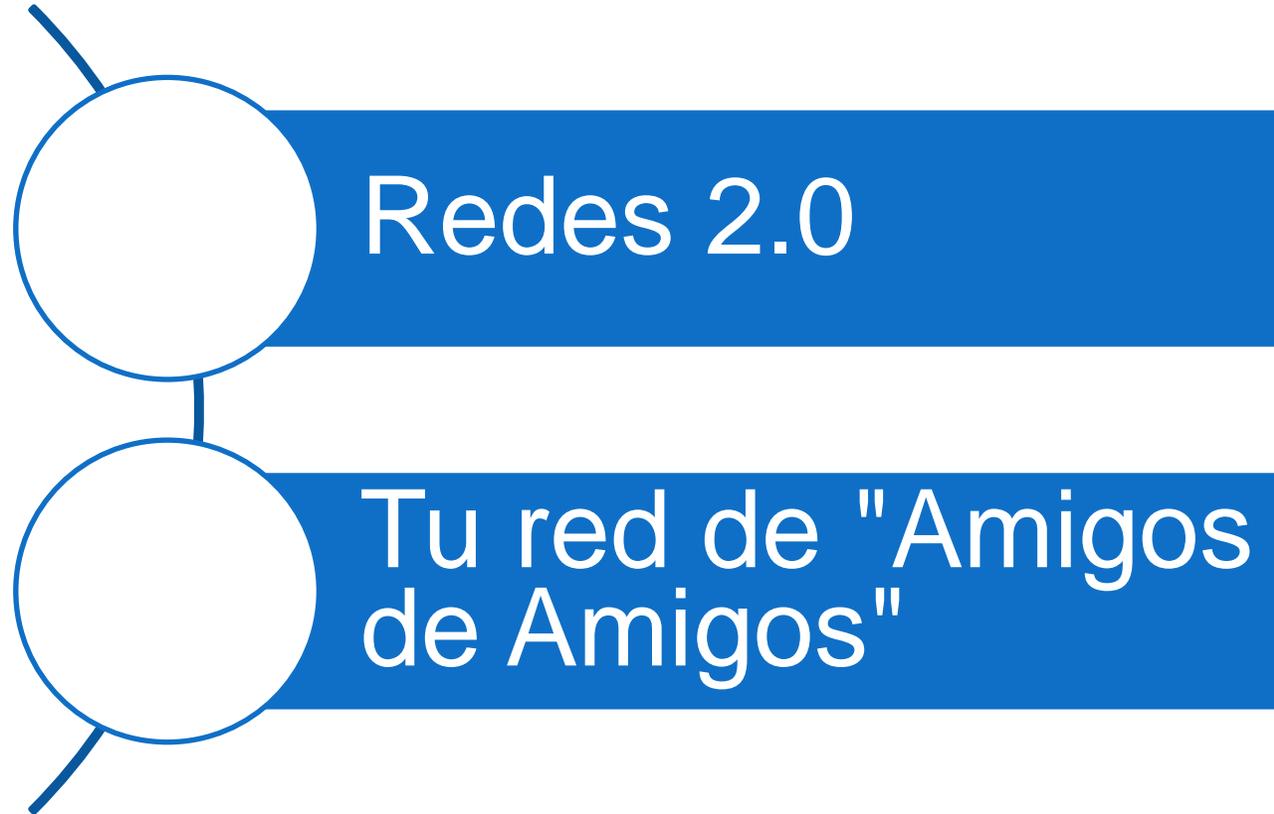
- Evite la presentación de ventas en las redes sociales.
- No seas "ventas".
- Construir relaciones ofreciendo asesoramiento y experiencia.
- Conviértete en un asesor de confianza.



Redes sociales

Cómo social cambió la llamada fría

Convirtió la llamada fría en "la cálida llamada"



Redes sociales

Cómo social transformó el ciclo de ventas

Dos maneras de mejorar su productividad:

- Glean insights sobre los clientes
- Participar en una comunicación informal



Diferenciando entre redes



- Más popular
- Como estar en la fiesta de un amigo
- El estilo de comunicación es relajado
- Compartir experiencias y conexiones



- Red de negocios
- Expande tu negocio red e intercambio de información comercial
- Reclutamiento



- Fragmentos de sonido - noticias, anuncios
- Gran fuente de información, que puede usarse para identificar y calificar prospectos y referencias

Perfiles objetivo



**Llegar a las personas
que son como tú**

¿Cómo prospectar en Facebook?



- **Disparadores**
- **Segmentación**
- **Grupos**

¿Cuáles son los desencadenantes comunes en Facebook?



**Nuevo
trabajo**



Promoción



**Aumento de
sueldo**



Nueva bebe

¿Cómo prospectar en LinkedIn?



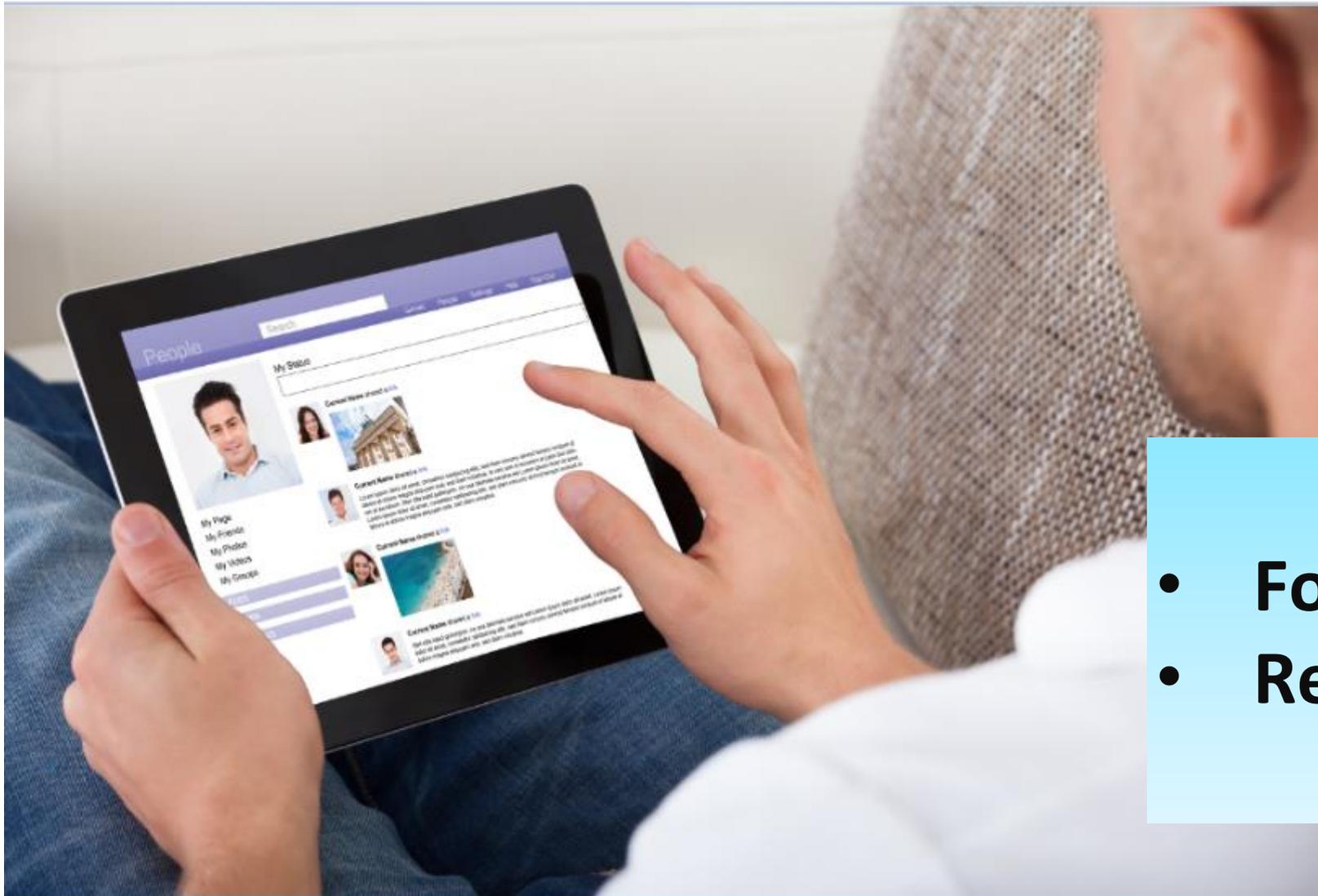
- **Redes de negocios**
- **Recomendaciones y referencias**
- **Grupos**
- **Foros de discusión**

¿Cómo prospectar en Twitter?



- **Auto promoción**
- **Seguidores**
- **Palabras clave y hashtags**
- **Comentario**
- **Mensaje directo**

Mantener su perfil de red social



- **Foto de perfil**
- **Resumen del perfil**

Redes sociales: qué hacer y qué no hacer

Hacer

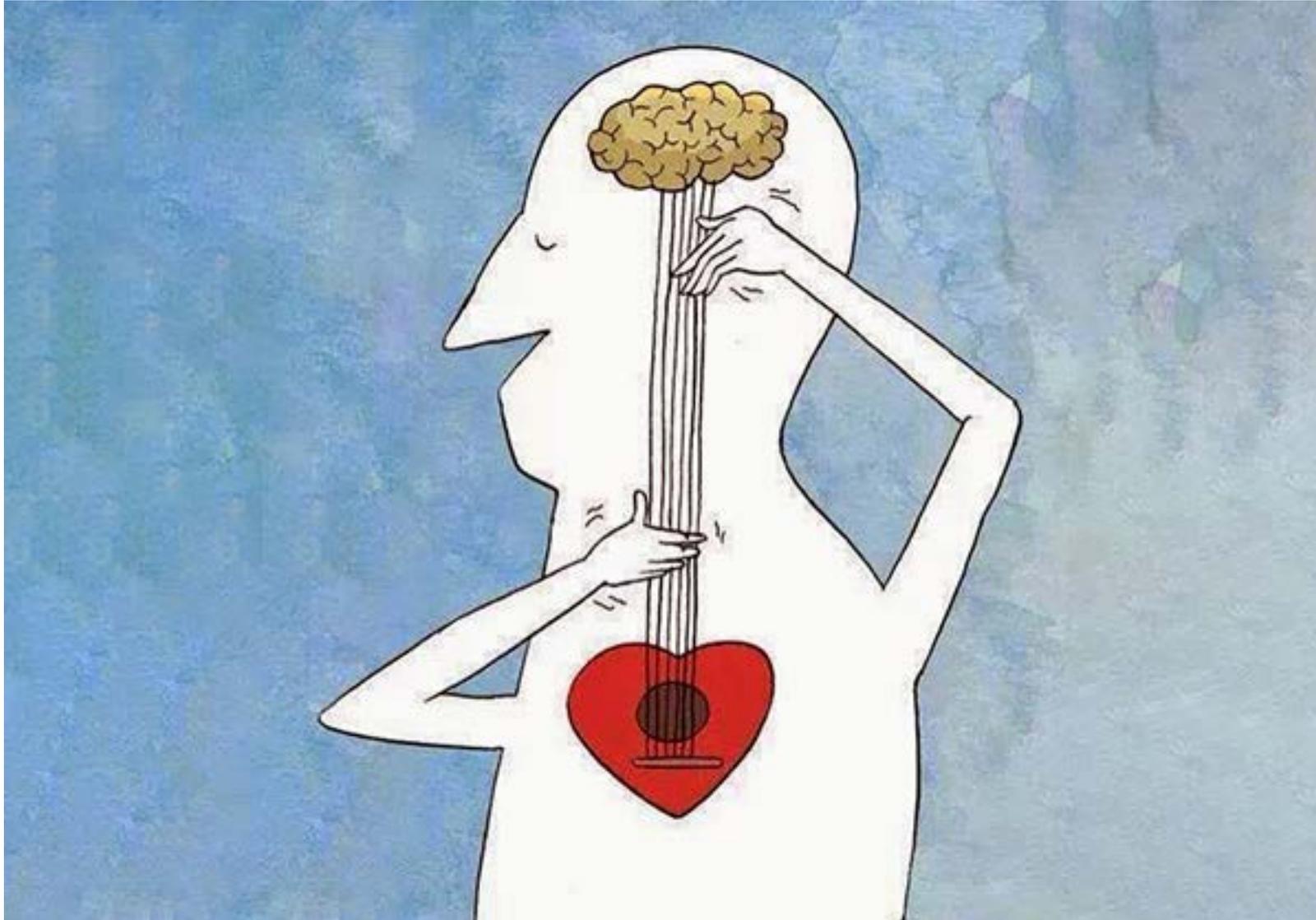
- Considera las redes sociales como parte de tu trabajo.
- Invita al menos a una persona al día a conectarte en tus primeros tres meses.
- Se selectivo sobre a quién le pides conectarse / seguir.
- Participa - responde, sé relevante y humano.
- Construye relaciones.
- Piensa en CALIDAD, no en cantidad.
- Siempre envía mensajes personales cuando solicites conectarte en LinkedIn

No hacer

- Intenta vender demasiado pronto, ¡y no vendas con fuerza!
- ¡Publica cualquier cosa que no quieras que tu abuela vea!
- Piensa que cualquier cosa es privada y confidencial.
- Espere obtener negocios de inmediato: trátelo como una inversión a más largo plazo.

La regla más importante de las redes sociales: ¡HAZLO AHORA!

Rápidas razones para su adopción



Nuestra realidad ha cambiado



El teletrabajo no tiene aún fecha de caducidad



 PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

ENTREVISTA

“El Covid-19 llegó para quedarse y a futuro nos enfrentaremos a nuevas variantes”

Sergio Marshall
Académico del Instituto de
Biología de la PUCV

pucv.cl

Tuvimos la primera navidad virtual



Nuestros hábitos y costumbres ya cambiaron

¿Por qué pagar \$3 mil usd mensuales por 100M2 de oficina que además te cuesta vestir?

¿Por qué gastar en electricidad, consumibles, agua, gas, etc. cuando te los puedes ahorrar?

¿por qué gastar en avión ,hotel y viáticos cuando con un click te puedes encontrar con quien sea en cualquier parte del planeta?

No hay duda de lo que se ha dicho, pues ha quedado grabado



Nunca antes una mejor opción que ahora

- 1. Ahorras tiempo de traslado**
- 2. Ahorras costo del traslado**
- 3. Maximizas tus citas por día**
- 4. Mayor tiempo para capacitarte**
- 5. Puedes publicar cosas de interés**
- 6. Generas tu propia marca**
- 7. Optimizas la administración**



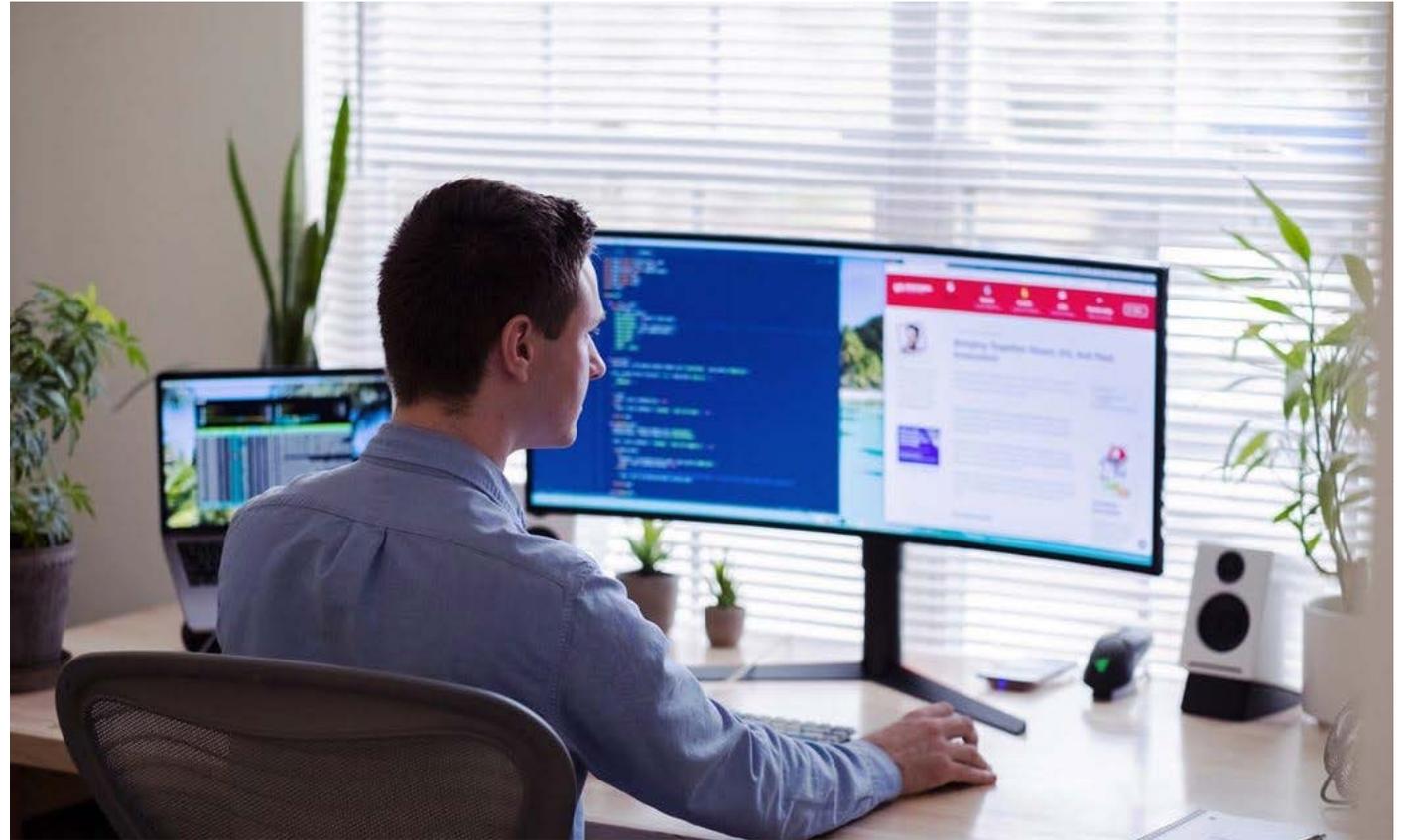
¿Cómo influir en las redes, cómo te hacen caso?



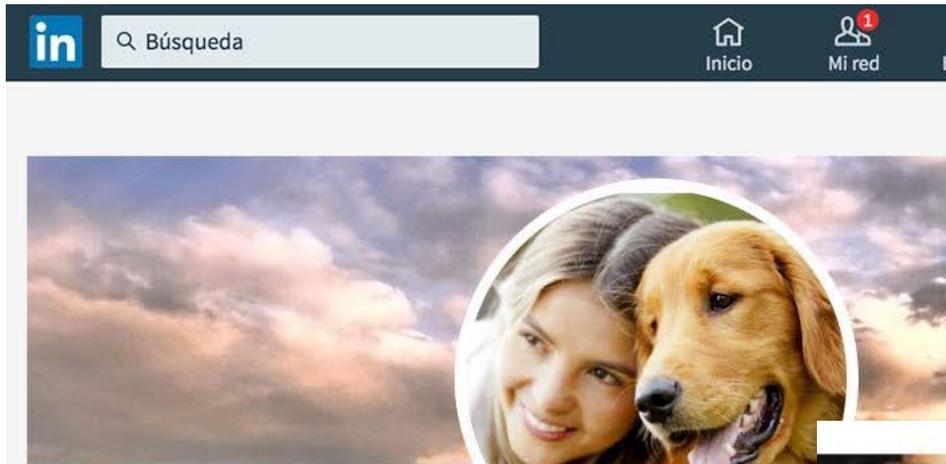
Tú eres tu propia marca

Por lo tanto...

- **Cuida cómo te presentas**
- **Qué haces en el ciberespacio (“lo que ahí haces ahí se queda”)**
- **Como te aproximas a tu mercado**



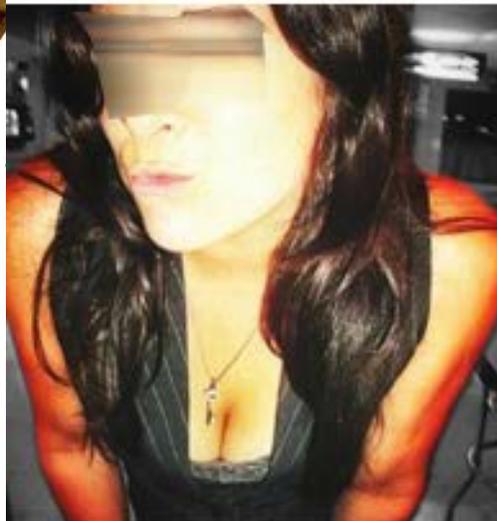
Evita esto...



Súper tierna la foto, pero...

¿Será lo suficientemente madura para hablar de mi patrimonio?

A screenshot of a LinkedIn profile for a dog named '2nd'. The profile picture shows the dog wearing a brown aviator hat and sunglasses. The bio reads: '¿Lo tomarías en serio como consultor?'. The 'Previous' section lists 'Travelling, Hunting, barking up trees, chasing my tail, networking with cats and squirrels'. The 'Education' section lists 'Hounds Town University, New York'. There are 'Connect' and 'Send InMail' buttons, and a '500+ connections' indicator.



¿Cómo saber si lo que desea es trabajo o fiesta?

A screenshot of a LinkedIn profile for a woman. The profile picture is the same woman as in the previous image. The 'Current' section is empty. The 'Previous' section lists 'University of California, San Diego'. There is a 'Send a message' button and a '500+ connections' indicator.

Esto es mejor

Como te presentas

Andy Khoo CFP, FLMI, AIAA, ACS, MBA, LLIF

Offering Comprehensive LIMRA Global Training Resource to Improve Insurance Executive and Agency Productivity

Windsor, Connecticut | Insurance

Current LIMRA

500+ connections

Profile Strength: All-Star

ST REGIS The St. Regis Princeville Resort Best Rates Guaranteed ROLLOVER TO BOOK NOW

“Debo de tener el mejor trabajo del mundo, pues profesionalmente me dedico a darle dinero a personas familias y empresas en los momentos en que más lo necesitan”. Me gusta cuidar el patrimonio de mis clientes, darles consejos a cerca de como alcanzar sus metas financieras, mejorar su hábitos de ahorro y garantizar la continuidad ante la adversidad.

Siempre busco llegar antes que la única competencia que enfrento en mi profesión... la vejez sin recursos, la muerte prematura o la falta de ahorro.

Como te aproximas

“Todo indica que a este personaje solo le faltó anunciar que en septiembre vende también pasteles o que los sábados repara refrigeradores”

A pesar de que esta publicación es buena...

Leopoldo Casas

Editar perfil Registro de actividad

Biografía Información Amigos Fotos Archivo Más

Crear publicación Foto/Vídeo Vídeo en directo Acontecimiento importante

¿Qué estás pensando?

Foto/Vídeo Etiquetar a ... Senti miedo...

Publicaciones

Administrar publicaciones Vista de lista Vista de cuadrícula

Leopoldo Casas 4 min

Sabías que en la actualidad el 65% de los adultos mayores no tienen el ahorro ni pensión suficiente para retirarse. Yo con mucho gusto te puedo ayudar a que eso no pase, llámame y gratuitamente te asesoro. 55-100-080-00

Fotos Añadir foto

Los hospitales privados son para ricos. Ganar clase media con seguro de gastos médicos. Seremos pobres. Un seguro para tu familia.

Recuerda... Santo que no es visto, no es adorado

Las personas nos relacionamos mejor con aquello que nos es afín, con aquello o aquellos a quienes reconocemos, lo que forma parte de nuestra cotidianeidad.

Debes tener consistencia en tu Presencia en las redes.



Siempre será mejor que presuman por ti

Si un cliente satisfecho valida tus aptitudes, tu reputación mejorará

The screenshot shows the LinkedIn profile of Carlos Islas Murguía, a representative of LIMRA and LOMA in Mexico and Latin America. The profile features a navigation bar with icons for Inicio, Mi red (1), Empleos, Mensajes, and Notificaciones (6). Below the profile picture and name, there is a section for 'Aptitudes y validaciones' with a button to 'Añadir una aptitud nueva'. A prominent button says 'Hacer test de aptitudes'. The profile lists three aptitudes: 'Planificación estratégica' (62), 'Estrategia empresarial' (65), and 'Negociación' (52). Each aptitude is validated by a specific person and has a company logo (AXA) indicating validation by colleagues.

Carlos Islas Murguía
Representante de LIMRA y LOMA en México y Latinoamérica

Aptitudes y validaciones Añadir una aptitud nueva

[Hacer test de aptitudes](#)

Planificación estratégica · 62

Validada por Ricardo Casares y 3 personas más que poseen grandes aptitudes en este campo

Estrategia empresarial · 65

Validada por Guillermo Hajar y 5 personas más que poseen grandes aptitudes en este campo

Validada por 2 compañeros de trabajo de Carlos en AXA

Negociación · 52

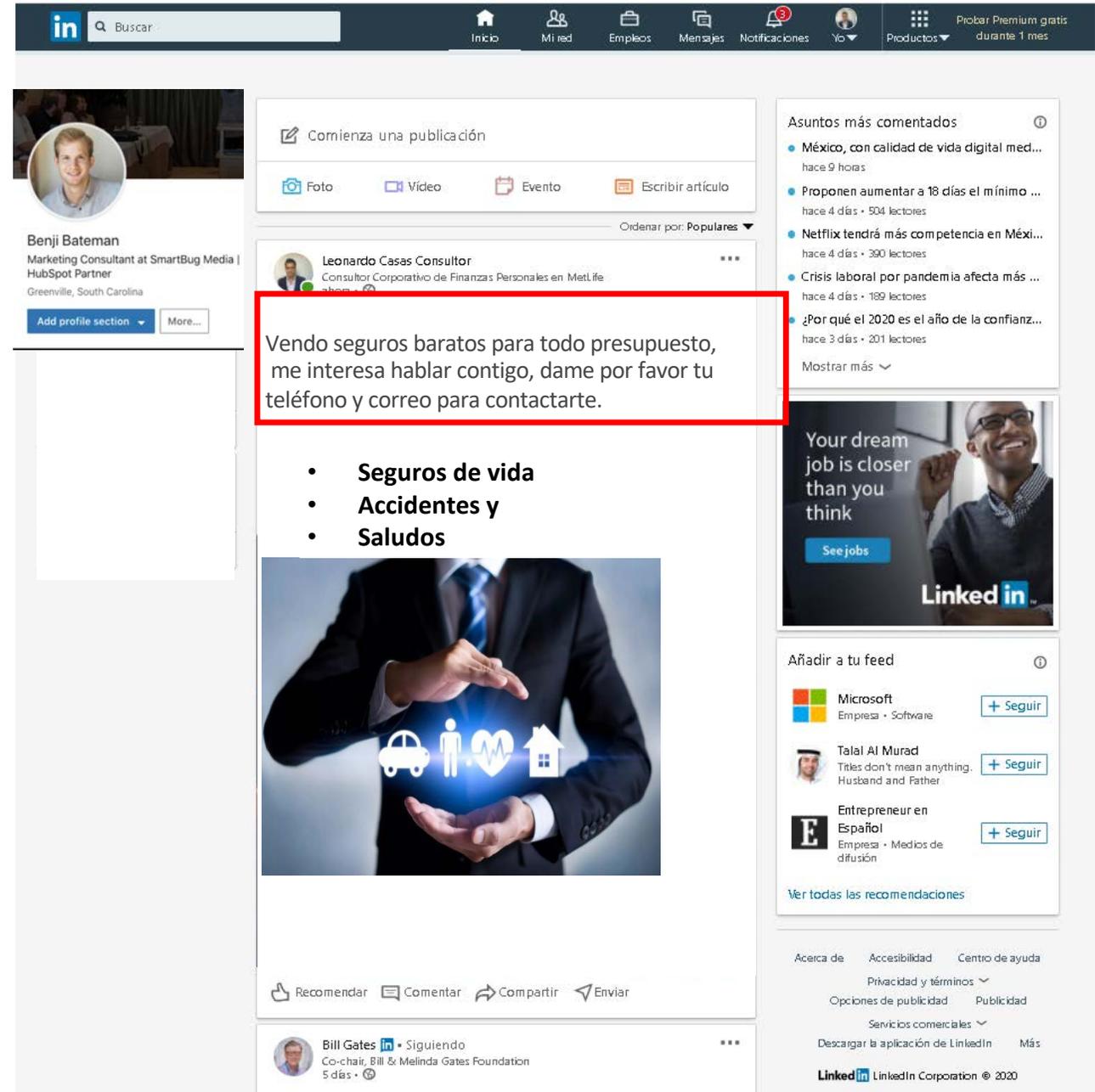
Validada por Ricardo Casares y 2 personas más que poseen grandes aptitudes en este campo

Validada por 3 compañeros de trabajo de Carlos en AXA

Sí tenemos hambre por vender, pero... no la muestras

Quando leo algo así, me da la impresión de que el interés está puesto en vender para ganar una comisión.

- ¿Te sentirías usado?
- ¿Cómo saber si lo que te ofrece realmente te conviene?
- ¿Es realmente el precio lo más importante?
- A las personas no nos gusta que nos vendan, nos gusta que nos acompañen a comprar.
- No es que sea malo, simplemente es poco efectivo



LinkedIn interface showing a profile for Leonardo Casas Consultor. The profile includes a post with a red border containing the text: "Vendo seguros baratos para todo presupuesto, me interesa hablar contigo, dame por favor tu teléfono y correo para contactarte." Below the text is a list of insurance types: Seguros de vida, Accidentes y Saludos. The profile also includes a photo of a man in a suit holding a glowing orb with icons for a car, a person, a heart, and a house.



Será mejor tomar estas consideraciones:

- **Toma tiempo para hacer algo bien**
- **Piensa muy bien en tu imagen y perfil**
- **Comienza por las redes sociales más taquilleras y conocidas**
- **Revisa qué han hecho tus competidores**
- **Asígnate un momento al día para hacer escucha social**
- **Si de cualquier modo lo vas a hacer, hazlo bien.**



Mercado natural vs mercado objetivo

*Aquellos quienes te conocen, con quienes conviviste por escuela, vecindad, familia, etc., son tu **MERCADO NATURAL***



Ellos te van a recibir y a recomendar

*Personas con quienes tienes una clara afinidad producto de tu experiencia, perfil o afinidad, ellos son tu **MERCADO OBJETIVO***



A ellos son a los que más podrás ayudar y beneficiar y también te recomendarán incluso sin que tú lo pidas

La constancia es la llave del éxito

- Es inusual tener éxito en el primer intento, no te des por vencid@
- Todo lleva una cadencia, requiere aprendizaje
- La investigación es buena consejera
- Reflexiona sobre lo bueno y malo que te suceda
- Un hábito se gesta después de 32 repeticiones sucesivas, haz que suceda y asígnate un momento en el día



Ayúdales a ayudarte



La gente muchas veces quiere recomendarte pero no sabe cómo hacerlo; por ello, ayúdales, mándales un mensaje para que simplemente ellos lo reenvíen a su contacto. Diles ¿le podrías decir a tu referido que lo voy a buscar? Para que se te haga más fácil, te sugiero le mandes este mensaje que yo mismo te estoy mandando ahora, léelo, ¿te parece bien?

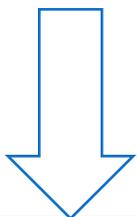
“Hola _____, le pedí a Carlos Islas que es mi agente financiero y de seguros que te contacte. Por tu perfil, te va a encantar recibirlo”

Asígnate un momento del día para ejercer escucha social

Una noticia como esta



Podría merecer una recomendación como esta



“Además de las medidas ya conocidas para evitar el contagio, habría que colocar en primerísimo lugar un seguro de salud y de Vida, se convertirá en el mejor aliado en este tiempo”



SinLínea.Mx @SinLinea_Mx · 5 oct.

Pero no querían hacerle caso a Gatell... y ahí están las **consecuencias**.

👉 Jalisco con cifras récord de aumento de **Covid-19**; Alfaro dice que está cerca el 'botón de emergencia'



Jalisco con cifras récord de aumento de Covid-19; Alfaro dice que es...
De acuerdo con las cifras oficiales de la Secretaría de Salud del estado de Jalisco, se encuentra cerca del límite de tasa de incidencia seman...
sinlineamx.com

258

1,6 mil

2,3 mil



Genera un prontuario de preguntas inteligentes



¿Cuánto dirías cuesta en promedio en un hospital privado una noche en cuidados intensivos?

¿Cuál es el internamiento hospitalario promedio por COVID-19?

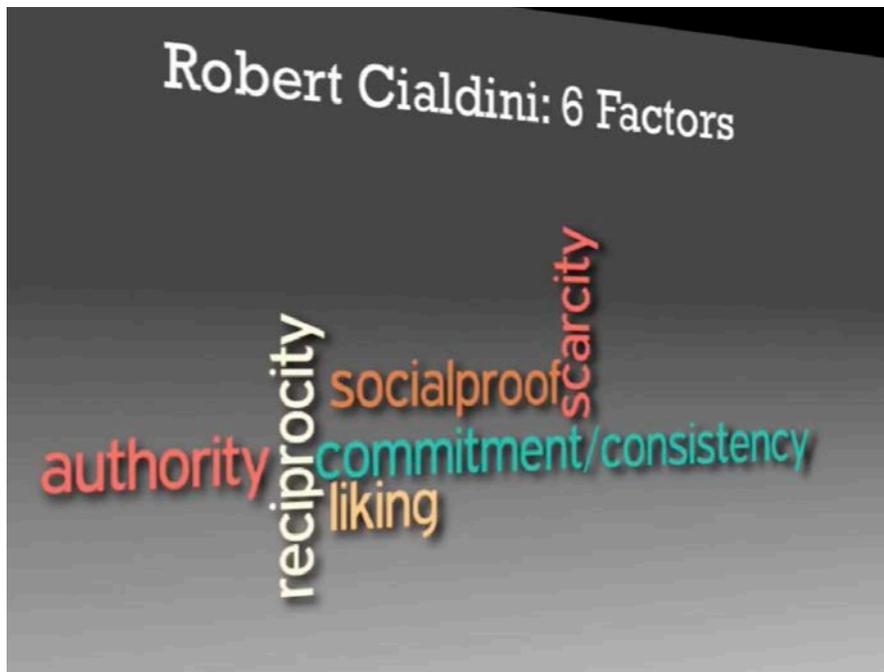
¿Podrías vivir con 15 mil pesos mensuales si hoy te retiraras?

¿Cuánto dirías cuesta una carrera profesional en una universidad privada en México?

¿Cuánto cuesta criar a un hijo desde que nace hasta que cumple su mayoría de edad?

¿Cuánto pagas de interés por un préstamo personal?

Apégate al principio de la reciprocidad



Las personas reaccionamos muy bien al recibir algo:

- a) personal,**
- b) de valor e**
- c) Inesperado**

¿A qué nos referimos con esto?

A publicar información de valor dentro de las redes sociales, donde el lector la reciba como si hubiere sido hecha especialmente para él o ella

Ejemplos sencillos de qué postear



La creatividad siempre se agradece, un mensaje corto soportado con una buena imagen tienden a tener mejores resultados.

Te permiten posicionarte como una persona experimentada en el ramo y es probable que tengas “likes”, comentarios y eventualmente algún contacto para platicar.

The image shows a Facebook profile for Leopoldo Casas. The profile header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Buscar amigos', and 'Crear'. Below the header, there are filters for 'Biografía', '2020', and 'septiembre', along with options to 'Administrar publicaciones', 'Vista de lista', and 'Vista de cuadrícula'. The 'Detalles' section lists professional information: 'Consultor Corporativo de Finanzas Personales. Convenios con Empresas y Gobierno', 'Consultor Corporativo FP en MetLife', 'Vive en Ciudad de México', 'De Ciudad de México', 'Centro educativo', and 'Situación sentimental'. There is a section for 'Fotos' with a grid of images and a 'Añadir foto' button. The main post is a large image featuring a brown dog sitting on a couch next to a baby. The text on the image reads: 'Yo estoy para proteger tu casa' at the top and 'Un seguro a tu familia' at the bottom. The post is timestamped '15 min' and includes a location pin icon.



Hay información que es útil compartir pues abre la mente de las personas a quienes llega, los deja pensando en la realidad y eventualmente abre las puertas a querer saber más a cerca de ¿cómo puedo escaparme de ese destino y dejar de formar parte de la estadística?

Leopoldo Casas
Hace un momento · 🌐

Sabias que en la actualidad el 65% de los adultos mayores no tienen el ahorro ni pensión suficiente para retirarse. Yo con mucho gusto te puedo ayudar a que eso no pase, llamame y gratuitamente te asesoro. 55-100-080-00

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...
Pulsa "Intro" para publicar.

Reacción a la escucha social

Cuando un tweet sale así, es el momento correcto para responder, ¿por qué?

- Es justo el instante de la emoción
- Tiene en mente ese problema
- La probabilidad de que responda y llame es realmente alta



  **Martha Torres**
@mtorres Follow

[@UniversidadAnahuac](#) Si ahorita el mes cuesta 24 Mil pesos en 14 años que mi hijo quiera entrar va a ser carísimo

5,240 Retweets 11,407 Likes

247 5.2K 11.4K

 **Leopoldo Casas**
@elconsultorleo

[@mtorres](#)

Yo te ayudo con eso no te preocupes llámame y yo te digo cómo, te vas a sorprender 55 10008000

5:23 p. m. · 20/9/20 · [Twitter for iPhone](#)

||| Ver la actividad del Tweet

Otra publicación para incrementar la consciencia

- No podemos entender un negocio con finanzas sanas sin tener primero un empresario con finanzas personales sanas también, así que veamos: ¿En cuál de los siguientes supuestos te encuentras tú?

1



*En el pozo, con deudas
que crecen cada día.*

Otra publicación para incrementar la consciencia

- No podemos entender un negocio con finanzas sanas sin tener primero un empresario con finanzas personales sanas también, así que veamos: ¿En cuál de los siguientes supuestos te encuentras tú?

1



En el pozo, con deudas que crecen cada día.

2



Sin dinero, pero sin deudas, viviendo al día

Otra publicación para incrementar la consciencia

- No podemos entender un negocio con finanzas sanas sin tener primero un empresario con finanzas personales sanas también, así que veamos: ¿En cuál de los siguientes supuestos te encuentras tú?



En el pozo, con deudas que crecen cada día.



Sin dinero, pero sin deudas, viviendo al día



Con ahorros incipientes pero sin previsión a futuro

Otra publicación para incrementar la consciencia

- No podemos entender un negocio con finanzas sanas sin tener primero un empresario con finanzas personales sanas también, así que veamos: ¿En cuál de los siguientes supuestos te encuentras tú?

1



En el pozo, con deudas que crecen cada día.

2



Sin dinero, pero sin deudas, viviendo al día

3



Con ahorros incipientes pero sin previsión a futuro

4



Fondos que superan un año del gasto corriente y con seguros

1



*Unir las deudas en
una sola cuenta*

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Unir las deudas en una sola cuenta

Negociar una tasa preferente



Pagar SIN falta

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214 *
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214 *
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Unir las deudas en una sola cuenta

Negociar una tasa preferente



Economía de guerra



Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

Revisión del mapa de riesgo



Revisar cajones de inversión rentables



La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Revisión del mapa de riesgo



Equivalente a 3 meses del gasto

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Unir las deudas en una sola cuenta

Negociar una tasa preferente



Economía de guerra



Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

Revisión del mapa de riesgo



Revisar cajones de inversión rentables



La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

Revisión del mapa de riesgo



Revisar cajones de inversión rentables

4



Adquisición de bienes de capital

La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

Revisión del mapa de riesgo



Revisar cajones de inversión rentables

4



Adquisición de bienes de capital

Planear el retiro y cambio estafeta



La solución a la publicación anterior... Sigüientes pasos

1



Negociar una tasa preferente



Unir las deudas en una sola cuenta

Economía de guerra

Pagar SIN falta

2

El Presupuesto

Ingreso Mensual: \$2000

Tipos de Gastos	Gastos Estimados	Gastos Reales	Diferencia
Pago de vivienda	\$1000	\$1000	\$0
Comida	\$300	\$514	+\$214
Transporte	\$100	\$78	-\$22
Celular	\$50	\$53	+\$3
Luz y Gas	\$40	\$28	-\$12
Cable	\$60	\$63	+\$3
Internet	\$30	\$28	-\$2
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

Presupuesto con el 80% del ingreso

Ahorro del 20% sin discutir, sin excepción



Equivalente a 3 meses del gasto

3



Equivalente a 3 meses del gasto

Revisión del mapa de riesgo



Revisar cajones de inversión rentables

4



Adquisición de bienes de capital

Planear el retiro y cambio estafeta



Decidir el testamento



Un video qué subir...



Hazlo siempre personal



Las personas nos dejamos guiar por aquellos que se presentan ante nuestros ojos como conocedores, expertos y creíbles.

Cuando ofreces una solución genérica o que así lo parece, pierdes impacto, cuando siento por la forma en que lo dices, escribes, filmas o dibujas como una solución que toma en cuenta las variables de mi caso, me sentiré atraído naturalmente a escucharte.

No vendas un seguro de vida, habla de una solución concreta para aliviar mi situación personal, desde el lugar y momento donde yo me encuentro. Comienza diciendo “Lo mejor para tu caso...” o bien “En una situación como en la que hoy te encuentras, una solución será...”

Evita algo así



Palabras... mantenlas suaves y dulces por si te las tienes que tragar.

 **Mark Cuban**
@mcuban Follow

@HospitalAngeles Son unos rateros por 2 noches pague 130 mil pesos por nada.

5,240 Retweets 11,407 Likes

 **Leopoldo Casas**
@elconsultorio

@mcuban no es cierto, conmigo te ahorras hasta el 97% llámame 5510008000

5:23 p. m. · 20/9/20 · Twitter for iPhone

Ver la actividad del Tweet

ACTIVIDAD





"Nosotros estamos casados"

Desencadenantes - Actividad



"Tengo mucha envidia, mi hermano acaba de comprar su primera casa. ¡Creo que la alquilaré para siempre!"



"Conoce al miembro más nuevo de nuestra familia"

Tener las relaciones correctas
es clave para el éxito



3 pasos más importantes para
transformar tu presencia
digital

3 pasos más importantes para transformar tu presencia digital



PREGUNTAS?



Gracias!

