

El Sentido de Network Marketing,

por Jorge Pinkus

Cuando alguien nos pregunta “¿Qué es eso de *Network Marketing*?” o “¿me explicas lo de *multiplicación dinámica*?”, ¿tenemos lista una respuesta para contestarles? Inclusive, ¿entendemos bien *nosotros mismos* en qué andamos todos los días?

Probablemente, mucha de nuestra capacidad para desarrollar organizaciones estables y generadoras de ingresos residuales crecientes se deba a nuestra capacidad de dar a conocer, convincentemente, todas las maravillas de esta ocupación/negocio/actividad. Y una de las primeras situaciones que nos preguntamos es cómo tener redes más grandes.

PRIMERA PREGUNTA

Quizá lo primero que debemos responder—y respondernos—es qué buscamos en esta fascinante actividad. Claro, el entusiasmo es vital, pero requerimos de una mayor conceptualización. Por tanto, entonces, ¿cuál es el sentido de *Network Marketing*?

Podemos afirmar que los grandes resultados que se observan en esta industria son debidos a que se hacen eco de una necesidad y una búsqueda básicas de todo ser humano: la necesidad de sociabilizar y la búsqueda del contacto con los demás.

SERES GREGARIOS

Los seres humanos somos *gregarios* por naturaleza. Es decir, buscamos la compañía de otros que sean como nosotros. De ahí la razón de los compadrazgos, por ejemplo.

Normalmente, cuando encontramos alguna situación nueva o sorprendente, buscamos—podría decirse que de forma instintiva—a otra persona para comentarlo con ella y escuchar sus opiniones. Igual nos sucede con algún problema. Llamamos a un amigo o familiar para contarle y escuchar su consejo. Todos podemos recordar la última vez que fuimos al cine y nos deleitamos con alguna película. Nada más salir, ya la estábamos recomendando...

Por ello, el gran auge de los sistemas de *Network Marketing* tiene su base en algo común a todo ser humano: el deseo de compartir y sociabilizar. En algunos casos, incluso, más que un deseo se convierte en necesidad.

EN MÉXICO

En México, además, la sociedad, la educación y los valores que nos inculcan conllevan el sentido de compartir (de ahí, por ejemplo, los ritos religiosos o sociales—como ir al aeropuerto a recibir a alguien o como bautizar a un bebé—que se hacen en grupo). Así, *Network Marketing* es lo que hacemos todos los días. Es la cotidianeidad vuelta industria que busca ir más allá y redituabilizar el “mire usted, compadre...”.

La esencia de este negocio—lo que llamamos aquí el *sentido* de Network Marketing—es que para sobrevivir y sobresalir en él, no necesitamos ser grandes vendedores ni elocuentes motivadores (atributos que, en todo caso, tampoco estarán de más). Requerimos más bien ser *constant*es en una actividad que la mayoría ya domina: recomendar lo que nos parece bueno.

EN BOCA DE TODOS

Es obvio que nadie recomienda—vamos, ni siquiera sugiere—lo que no le parece bueno. Pero cuando encontramos algún producto o servicio que nos satisface o que va más allá de nuestras expectativas, somos los primeros entusiastas en aplicar la Mercadotecnia de “Boca en Boca.”

Este concepto no es otra cosa que la publicidad que realizan los mismos clientes al hablar de lo que adquirieron. Sin embargo, en el mundo de la mercadotecnia y la publicidad tradicionales, ninguna compañía reparte sus ganancias con los clientes que la recomendaron a otros.

Excepto en Life Sense.

En el Sistema DMD de Life Sense, la compañía *gustosamente* reparte cantidades muy grandes entre sus Socios de Negocio, precisamente por esta razón y no por otra: recomendar que otros usen y participen en lo que ya probaron que sirve y les beneficia.

Este enfoque, además, garantiza dos aspectos básicos para el éxito: tal recomendación siempre será entusiasta y, al ser hecha por una persona conocida, es mucho más creíble.

LO QUE SE RECOMIENDA

Al integrarnos como Socios de Negocio de Life Sense, lo que realmente estamos haciendo es comprometernos a hacer partícipes de sus productos a otros de nuestros conocidos y familiares. A recomendar lo que nosotros usamos y que nos beneficia.

Así, el primer requisito para triunfar es usar amplia, constante y frecuentemente, en lo personal, los productos que compartimos.

ESTILO DE VIDA ENVIDIABLE

Además, los Socios de Negocio de Life Sense recomiendan algo más esencial. Y que es lo que les producirá sus altos niveles de ingreso residual. Invitan a otros a *formar parte de un estándar de vida envidiable*.

Importante: no tratan de convencerlos que se “metan a otro trabajo,” que “cambien de profesión” o que, como algún bromista dice, “se salgan del error.” Lo que tienen que hacer es dejar que los demás les admiren la chispa de vitalidad y entusiasmo en sus ojos. Dejar que vean la felicidad, y facilidad, con la que juegan con sus hijos. Permitirles atisbar las posibles grandes ganancias por realizar un trabajo en un negocio que verdaderamente disfrutan y que, de hecho, nunca sienten como trabajo (de ahí su disposición a realizarlo en cualquier momento y casi en cualquier lugar).

El Socio de Negocio que quiera convertirse en gran líder debe hacer que todos los que están a su alrededor se den cuenta que ese *estilo y sentido de vida* está a su alcance. No dentro de 20 ó 30 años. Sino mañana mismo. O la próxima semana o el siguiente mes. *Tan pronto como se decidan.*

Y es que Network Marketing y por ende el negocio de Life Sense es, en esencia, no un trabajo, una ocupación ni una profesión—aunque debemos considerarlo con todo el profesionalismo posible—sino la mejor *forma de vida* posible.

JORGE PINKUS es tanto Director de Nuevos Negocios como Socio de Negocio de Life Sense. Y su hijo de cuatro años, con toda seguridad, recomendará el estilo de vida generado por el negocio de Network Marketing.

Obtén **gratuitamente** su libro digital *Sea Dueño de su Dinero* en: <http://www.ActivaTuVida.com.mx>

Y conoce **todo lo que obtienes** con tu propio negocio independiente en todo México sin salir de tu ciudad, en: <http://TuExito.LifeSense.com.mx>