

## INDICE

Prefacio	9
¡Leer esto antes de seguir adelante!	11
<b>1. El Estado de la Industria</b>	15
La mercadotecnia de multinivel: ¿La industria de la década de 1990?	16
¿Por qué...?	23
El estigma de la mercadotecnia de multinivel: ¿Somos nosotros mismos nuestros peores enemigos?	27
El golpe de la mercadotecnia de multinivel en los medios de comunicación: porque quizá nunca termine y qué es posible hacer al respecto	31
Vigilancia gubernamental de la mercadotecnia de multinivel: ¿es proteccionismo, prejuicio o un escalón a la reelección?	37
Empresas que se inician en la mercadotecnia de multinivel: ¿están estrangulando a la industria?	42
¿Qué hay en un nombre?	50
¿La mercadotecnia de multinivel nos hace tontos?	53
<b>2. Qué Deberíamos Hacer (Pero que no Hacemos)</b>	61
La mercadotecnia de multinivel y la publicidad de pedidos postales en su punto más loco: ¡mis favoritas en todos los tiempos!	61
La técnica ABC	65
La tierra de los 100, 000 bateadores de poder no reclutados	71
¿Qué desean los prospectos en realidad?	75
El cierre perfecto	79
Estrategias de mercadotecnia de multinivel: nivel de base o momento de inercia	83
Cortejar a la mercadotecnia de multinivel: ¿habrá matrimonio?	89
<b>3. Qué no Deberíamos Hacer (Pero que Hacemos)</b>	97
Fracasos en mercadotecnia de multinivel: ¿quién es en realidad responsable?	98
¿Es un esquema de pirámide?	110
Programas de mercadotecnia de multinivel que nunca funcionan: pero que no desaparecerán	114
El mito de la saturación	122
La gran mentira	127
Piratas de la línea de auspicio: la plaza de la industria de mercadotecnia de multinivel	130
<b>4. El Juego de los Números</b>	139
Mercadotecnia de multinivel: el mito detrás de los números	140
Besar a los bateadores de poder	144
Si se tortura lo suficiente a los datos, se les puede hacer decir cualquier cosa	158
Cómo reclutar a 100 distribuidores al día, todos los días de la semana	166
Resultados de la encuesta (y lo que quieren decir)	171
Conclusiones	179
Términos de un plan de compensaciones	181
Lecturas recomendadas	183
Índice analítico	185

