



El guardián de las referencias

Dr. Ivan Misner

Cuando empecé mi primer negocio, sabía que quería que las referencias jugaran un papel clave en mi estrategia general de crecimiento. El único problema era que no sabía exactamente qué tenía que hacer para lograr ese objetivo. Así que me uní a algunas asociaciones empresariales, empecé a establecer más contactos e hice todo lo que pude para generar marketing de boca a boca. Empecé a darme cuenta de que no era el único que intentaba conseguir más ventas a través de referencias. Muchos otros profesionales de la empresa intentaban hacer lo mismo.

También se me ocurrió que las personas que yo conocía eran diferentes de las que conocía la siguiente persona, que eran diferentes de los contactos de la siguiente persona, y así sucesivamente. Puede que consiga unas cuantas referencias de mi propia red, pero probablemente podría conseguir unas cuantas más de la red de la otra persona, y las de más allá, casi sin límite.

Entonces pensé: "¿Y si me convierto en el centro?". Si todas las demás personas intentaban hacer lo mismo que yo, tal vez podría posicionarme como una especie de guardián entre las redes de otras personas. Si alguien quisiera comprar una casa nueva y necesitara un agente inmobiliario pero no tuviera ninguno en su propia red, acudiría a mí y comprobaría a quién conocía.

La carta

Redacté una carta que enviaba a mi lista de clientes y prospectos varias veces al año. Hoy en día puedes enviar un correo electrónico rápido a tu base de datos. Sin embargo, te recomiendo que envíes una copia impresa por correo al menos una vez al año para que te distingas de todos los demás que envían correos electrónicos a sus clientes. Este es un ejemplo de mi carta:

Estimado _____:

Realmente creo en el proceso de referencias, por lo que parte del servicio que presto es asegurarme de referir a mis clientes y asociados a otros empresarios cualificados de la comunidad.

Adjunto una lista de áreas en las que conozco profesionales muy creíbles, éticos y destacados. Si buscas un profesional en un área específica de la lista, no dudes en

ponerte en contacto conmigo. Estaré encantado de ponerte en contacto con las personas que conozco que prestan estos servicios.

Cordialmente,

Dr. Ivan Misner

Es importante señalar que en esta carta sólo enumeré las profesiones (áreas de experiencia); no enumeré nombres ni números de teléfono. Quería que mis clientes se pusieran en contacto conmigo para que yo pudiera poner personalmente la referencia y el contacto. No quería convertirme en un directorio telefónico. Quería ser conocido como un networker eficaz, y eso sólo ocurriría si yo mismo hacía las conexiones.

¿Cómo ayudó a mi negocio?

1. **Me animó a seguir construyendo y profundizando mis relaciones con los demás, incluso si no creía que pudieran ayudarme de inmediato.** Nuestra tendencia natural es cultivar las relaciones con quienes creemos que pueden ayudarnos más. Sin embargo, el hecho es que nunca sabemos a quién conoce otra persona, por lo que debemos aprovechar cualquier oportunidad para establecer relaciones con las personas que conocemos. Puede que Bob Smith no sea un buen socio de referencia para mí, pero podría ser ideal para Jane Doe, otra persona que conozco.
2. **Convertirme en un guardián tuvo un efecto positivo en mi credibilidad.** Quería ser la persona a la que acudir en la comunidad empresarial, la persona a la que otros acudían si necesitaban una referencia para algo. Esto significaba que iba a profundizar en las relaciones con personas que de otro modo no habría llegado a conocer. Pues la gente hace negocios con personas que les gustan y en las que confían, ¿Quién crees que conseguía sus referencias cuando necesitaban a alguien con mis productos y servicios? . . . Sí, a mí.

Envié la carta cuatro veces durante el primer año. No recibí ni una sola respuesta hasta la tercera vez. Después de eso, se abrieron las puertas y obtuve respuestas cada vez que la envié. Poco a poco me fui ganando la reputación de guardián y ya no tuve que enviar la carta varias veces al año. La gente venía a verme porque se enteraban de que conocía a un gran número de empresarios de la comunidad.

Es difícil subestimar la importancia de convertirse en guardián para cualquiera que quiera hacer crecer un negocio con el marketing de boca a boca. Es una estrategia que consigue que la gente se ponga en contacto contigo para pedirte referencias, y también abre un diálogo con la gente sobre lo que es tu negocio y cómo puedes ayudarles. Esto conduce a más negocios con los clientes existentes, así como a nuevos negocios con los clientes potenciales.

Cuando estés haciendo networking, esfuérate por establecer relaciones con personas que puedan ser buenos socios de referencia para otros en tu red, e intenta conectarlos entre sí. Un guardián tiene las claves para ayudar a otros y hacer crecer su propio negocio. Creo que si haces esto de forma consistente, obtendrás más referencias a largo plazo.