

BNI[®]
ESPAÑA CNM



EDICIÓN 8 • 2022

**Genera Más Ventas Construyendo
Relaciones de Confianza**

Índice



7 Jornada de formación avanzada



Casos de éxito



Testimonios de
Directores Consultores

Mejor Juntos™

- 3** Dr. Ivan Misner®: Fundador de BNI®
- 9** Reconocimientos
- 13** El poder del proceso VCR
- 16** Formaciones
- 19** Desentrañando las motivaciones de los compradores online

 info@bniespanacnm.com

 www.bniespanacnm.com/es/index

 91 250 1001 - 678 474 115



Dr. Ivan Misner®:
Fundador de BNI®

La vista desde el parabrisas

Hay una razón por la que tu parabrisas es más grande que tu espejo retrovisor. Es importante tener una visión de hacia dónde vas. Por ello, tu parabrisas es más grande que tus retrovisores. No me malinterpretes, es importante saber qué hay detrás de ti y aprender de dónde has estado.

Sin embargo, si todo lo que miras es tu espejo retrovisor, es porque estás yendo hacia atrás. Si te sucede esto es porque no estás viviendo el presente y no eres consciente de lo que puede haber delante de ti. Por momentos, tenemos que retroceder un poco. Pero, tan pronto como sea posible, tenemos que poner ese coche en marcha y avanzar hacia nuestro destino previsto. Para llegar a ese destino, debemos tener un mapa o una aplicación que nos lleve a donde pretendemos ir.

Fijamos nuestro objetivo e identificamos la ruta para llegar a él. En ocasiones, tenemos que tomar una ruta alternativa debido al tráfico intenso o a los accidentes que se producen en el camino (ambas buenas metáforas de la vida). Pero en cualquiera de los casos, hay que tener una idea general de hacia dónde se quiere ir.

Conozco a personas que trabajan duro, tienen un ritmo de vida acelerado y están siempre muy ocupadas, pero no se fijan objetivos vitales (y algunas ni siquiera se fijan objetivos empresariales).

Desde mi punto de vista, la mayoría de estas personas están perdidas. Están perdidos porque si no saben a dónde quieren llegar, ir más rápido no les hará llegar más rápido.

Los limpiaparabrisas son otra gran metáfora de la vida. A veces el tiempo es tan malo que necesitas algo que te ayude a mantener las cosas claras. Otras veces, necesitas incluso más ayuda que eso.

Hace años, conducía con mi familia hacia nuestra casa del lago en Big Bear, California. De repente, nos encontramos con una niebla tan espesa que no podía ver la carretera. Peor aún, estábamos conduciendo por una montaña, así que no podía ver ningún lugar que fuera seguro para mover el coche fuera de la carretera.

Así que bajé la ventanilla, saqué la cabeza y conduje literalmente hacia adelante mirando los pequeños Botts Dots de cerámica blanca que hay en tantas carreteras del país.





Conduje muy, muy despacio manteniéndome alineado con los puntos mientras mi mujer miraba hacia delante para avisarme si veía las luces de algún coche delante de nosotros.

Después de uno o dos kilómetros, la niebla se despejó lo suficiente como para que pudiera subir la ventanilla y simplemente conducir lentamente.

Una última observación: no dejes que los objetos obstruyan tu visión por el parabrisas. Habrá personas en la vida que se interpondrán en tu camino. No se lo permitas.

Habrán personas que desearán detenerte o impedir que mires hacia adelante. Tampoco se lo permitas. Mantén el parabrisas de tu vida tan despejado como deberías mantener el parabrisas de tu coche.

ESPACIO PATROCINADO POR:



EDUCACIÓN FINANCIERA



91 435 27 59



info@aypgrupogalilea.com



Jornada de formación avanzada

Del 17 al 20 de octubre, celebramos 4 días de formación intensiva para Directores; Ejecutivos, Consultores, de Área, Embajadores y Miembros del Club de Oro. En esta oportunidad contamos con la participación de tres grandes ponentes invitados: **Ayush Bansal**, Director Ejecutivo de BNI India, Experto en la Creación de Equipos, Marketing y Estrategia, **Christophe Ribaimont**, Director de EMEA y Director Nacional de BNI Francia y **Michael Mayer**, Director Nacional de BNI Austria y Alemania.

Esta formación reunió a más de 140 asistentes de diferentes ciudades de España en Madrid. El objetivo de la formación fue brindar conocimiento y experiencia de los mejores del mundo en cuanto a Lanzar, Llenar y Fidelizar Grupos de BNI.

“Lanzamiento”, a cargo de **Ayush Bansal**; ponente a nivel mundial que ha conseguido casi todos los récords mundiales en lanzamientos de Grupos en BNI.

“Crecimiento”, a cargo de **Christophe Ribaimont**, Director Nacional de BNI Francia; país que tiene una de las mejores tasas de Crecimiento en BNI. Durante su ponencia Christophe explicó cómo debemos responder a las demandas de crecimiento de los Miembros y cómo crear un crecimiento constante en los Grupos Activos.

“Fidelización”, a cargo de **Michael Mayer**, Director Nacional de BNI Austria y Alemania. Michael, presentó herramientas para aumentar la tasa de fidelización con acciones relevantes que funcionan en los países de BNI que tiene a cargo.

Además de esta oportunidad única de aprendizaje, los asistentes disfrutaron de un coctel de despedida desde la terraza del hotel Amura, lo que propicio mayor integración para crear nuevas relaciones y hacer networking.

Gracias a la experiencia y conocimiento de estos grandes Directores, los asistentes tuvieron la oportunidad de aprender técnicas para alcanzar sus objetivos empresariales y centrarse en el negocio.





¡Invierte en tí mismo para convertirte en el líder que quieres ser!

Si deseas ver nuestra galería de fotos, haz clic [aquí](#).
Etiquétate mencionando nuestra cuenta @BNIespanaCNM y usando los hashtags #BNIespanaCNM #BNIFORMACIÓN2022

BNI
ESPAÑA CNM



Reconocimientos

Top 10 de nuestras Regiones con mejor desempeño en GNC durante los últimos 3 meses



Región	Referencias Internas	Referencias Externas	Gracias Por Negocio Cerrado
BNI® Pontevedra	3026	3905	10,782,847 €
BNI® Valencia	1669	3685	9,906,226 €
BNI® Islas Baleares	1128	3004	9,458,397 €
BNI® A Coruña	2525	4030	8,723,536 €
BNI® Córdoba	2558	4103	5,647,071 €
BNI® Murcia Capital Norte	705	2269	3,667,124 €
BNI® Álava y Guipúzcoa	886	1323	3,569,755 €
BNI® Asturias	812	1282	2,556,086 €
BNI® Madrid Oriental & Guad.	754	1166	2,493,984 €
BNI® Zaragoza	822	1282	2,233,478 €

Top 10 de nuestros Grupos con mejor desempeño en GNC durante los últimos 3 meses

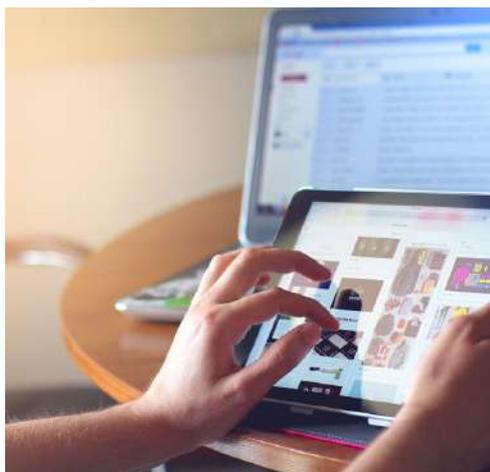


Grupo	Referencias Internas	Referencias Externas	Gracias Por Negocio Cerrado
BNI® PTV Verbum	204	133	3,894,710 €
BNI® BAL Midday	94	152	3,425,965 €
BNI® ACO Dolmen	912	1174	2,817,102 €
BNI® VLC Negocios	71	175	2,811,989 €
BNI® PTV Cenit	287	311	2,422,024 €
BNI® BAL Mallorca Internat.	7	30	2,010,760 €
BNI® VLC Congresos	173	508	1,591,970 €
BNI® CDB Profesionales	305	800	1,579,802 €
BNI® ACO Albatros	816	1069	1,512,754 €
BNI® MDG Conectividad	310	449	1,459,023 €



ESPACIO PATROCINADO POR:

SER  **EXPERTO**
DIGITAL



El poder del proceso VCR

Es importante comprender el proceso VCR para establecer una red de contactos eficaz. Se trata de una mentalidad que implica el concepto de que el networking empresarial tiene que ver más con la agricultura que con la caza. Se trata de desarrollar y hacer crecer las relaciones con personas afines y saber en qué punto del proceso, V, C o R, te encuentras con cada uno de tus socios de referencia.



Visibilidad:

Cuanto mayor sea tu visibilidad, más conocido serás, más oportunidades se te presentarán y mayores serán tus posibilidades de ser aceptado por otras personas o grupos como alguien a quien pueden referir sus negocios.

Credibilidad:

"Los resultados hablan más que las palabras" es cierto y muy importante para construir tu credibilidad en las relaciones comerciales que estás desarrollando dentro de tu red de negocios.



Rentabilidad:

La relación que se ha desarrollado ya sea comercial o personal, puede definirse en términos de "rentabilidad". Hay que cultivarla y, al igual que la agricultura, requiere paciencia.





ESPACIO PATROCINADO POR:

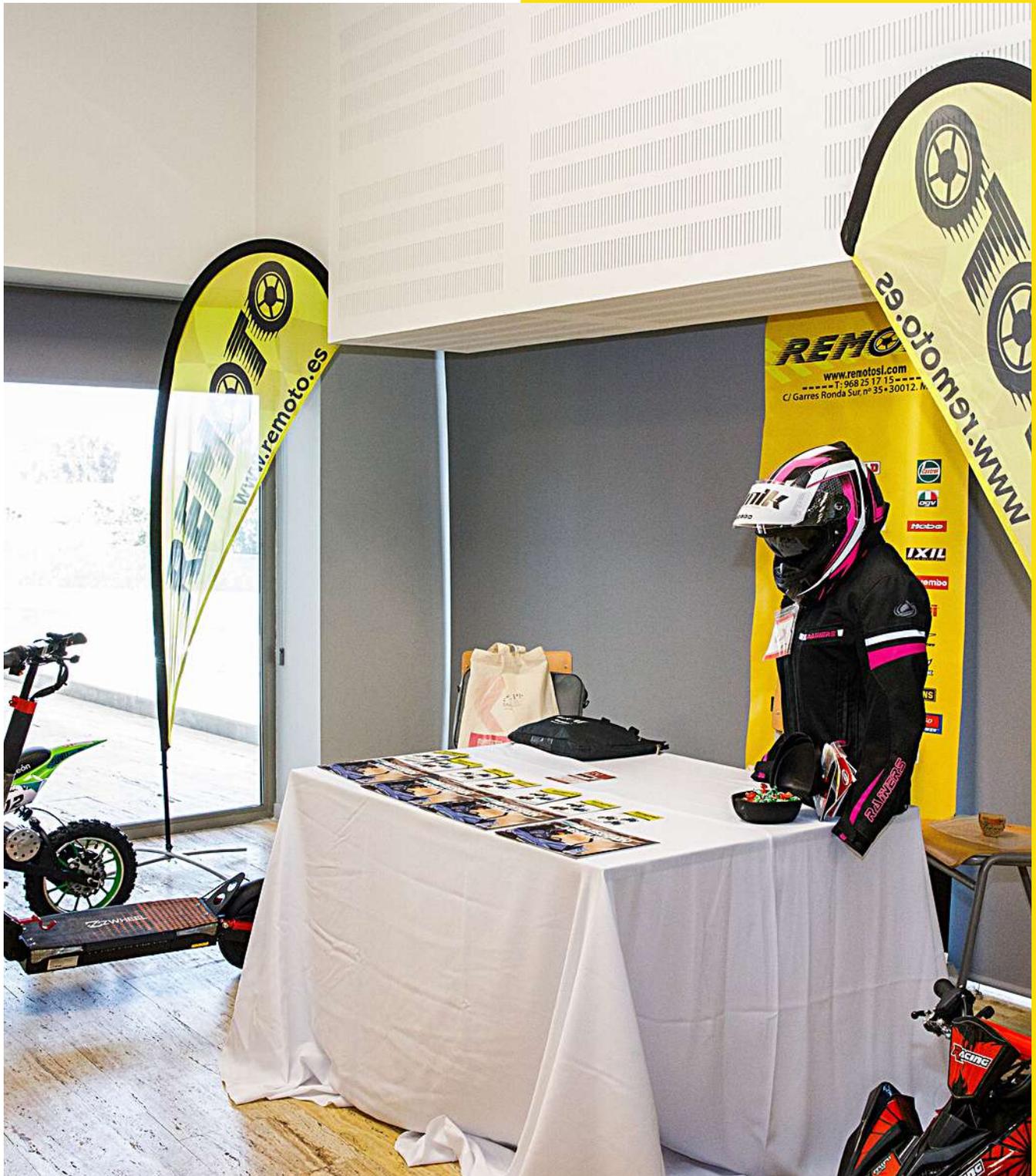


ES TIEMPO
de viajar

Contáctanos:
665 31 32 23



www.singularstays.com



ESPACIO PATROCINADO POR:

REMOTO

www.remoto.es

Aprendizaje Continuo

Formaciones

BNI® España CNM

[Módulo 1 para
Directores Consultores](#)

22 de noviembre

16:00 a 18:30 hrs

[Módulo 2 para
Directores Consultores](#)

5 de diciembre

16:30 a 19:00 hrs

BNI® Asturias

[¿Cómo invitar a BNI?](#)

8 de noviembre

9:00 a 10:00 hrs

[Sinergias inteligentes](#)

29 de noviembre

9:00 a 10:00 hrs

BNI® Baleares

[Conecta con tu equipo](#)

11 de noviembre

9:15 a 11:30 hrs

[Invitar con éxito
y sin complejos](#)

21 de noviembre

3:30 a 17:00 hrs

BNI® Córdoba

[Programa de éxito
para Miembros](#)

1 de diciembre

17:30 a 20:00 hrs

Si te perdiste alguna de las formaciones recuerda que puedes ver la grabación en Business Builder (Siempre y cuando estén disponibles.)



ESPACIO PATROCINADO POR:



91 435 27 59



info@aypgrupogalilea.com



ESPACIO PATROCINADO POR:

RALiE

RED NACIONAL
DE ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN DE ESPAÑA - EXCELENTE CALIDAD

Desentrañando las motivaciones de los compradores online



Por: Agustín Nuño, CEO de Escuela de Ventas "EDVE" y Miembro de BNI® MDC Conexiones

Las compras digitales se han transformado para adaptarse a las necesidades de los compradores, pero ¿Alguna vez te has preguntado por qué elegimos una determinada plataforma de comercio electrónico en lugar de otra? Con el objetivo de comprender a los compradores online para acelerar el crecimiento del ecommerce, voy a resumirte las principales conclusiones del estudio 'eCommerce ON 2022', elaborado por la consultora Kantar y que, entre otras cuestiones, revela cómo utilizamos el comercio online, en qué categorías compramos y nuestras motivaciones de compra.

Tal y como detalla el resumen del informe publicado en la web de la consultora, es un hecho que la pandemia ha acelerado el crecimiento del comercio electrónico, y todo indica que esta tendencia seguirá en todo el mundo. De hecho, ha resultado sorprendente no solo la expansión del ecommerce, sino también las formas en que se ha arraigado, además de haber llegado a un tipo de población que hasta hace poco más de dos años vivía prácticamente ajeno a esta forma de comprar sin salir de casa.

Principales variantes del ecommerce

Uno de los fenómenos más comentados de la pandemia respecto a nuestros hábitos de compra ha sido el incremento de las aplicaciones de entrega rápida. Tanto que, según el informe, alrededor del 60% de los compradores de comercio electrónico las usan en la actualidad.

Las tasas de uso de las aplicaciones de entrega a domicilio varían mucho según el país, así como las tipologías de productos comprados. España es uno de los países europeos con una mayor tasa de uso. De hecho, el 57% de los compradores online ya han usado una aplicación de delivery rápido, siendo de especial importancia la compra de productos de bebé, como leche, pañales, snacks, bebidas refrescantes y alcohólicas.



Uno de los resultados del estudio que más me ha llamado la atención por los cambios en el comportamiento y los hábitos de los clientes, muestra que los compradores comienzan a probar con una o dos categorías, y una vez que se eliminan las barreras, otras categorías los siguen rápidamente. Ante esta situación, la conclusión a la que llega el estudio es que estamos hablando de un nuevo canal que hay que considerar en el momento de desarrollar las estrategias de shopper marketing.

Mix de categorías en las compras online

A nivel global, el 60% de los procesos de compra online de bienes de consumo involucraron la compra de múltiples categorías, siendo Alemania y Japón las excepciones, con niveles mucho más bajos. En el caso de España, el 61% de las compras online en gran consumo incluyen varias categorías, lo que supone una oportunidad para las marcas que sepan qué categorías se cruzan con la suya.

Uno de los aspectos en los que incide el estudio es en la necesidad de conocer si cuando un comprador visita una tienda online, lo hace con el propósito de comprar en múltiples categorías. Este factor es clave, ya que debemos asegurarnos de ser visibles a lo largo de todo el proceso y lograr estar en la cesta de la compra, ya que el número de visitas a las tiendas se reduce, y las oportunidades también.

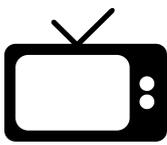
¿Y cómo podemos lograr esta visibilidad online? El primer paso que te recomiendo es conocer qué categorías actúan como categorías de destino y con cuáles tenemos más afinidad para desencadenar compras de nuestra categoría y de nuestra marca.

¿Qué plataformas de comercio electrónico venden más?

Según los datos de 'eCommerce ON', el dominio de Amazon se centra en América del Norte, Europa e India, país en el que representa más del 40% de las compras online, seguido de Flipkart. Sin embargo, en otras partes de Asia, el panorama competitivo es muy diferente y aumenta la participación de los principales actores locales. En España, si nos centramos en los gigantes del comercio electrónico, el 14% de las ventas online se dan en Carrefour, mientras que más de 1 de cada 4 suceden en Amazon. Sin embargo, además de grandes players, a nivel local aparecen otros actores que varían mucho por categoría.

En el caso de los electrodomésticos Amazon lidera la categoría con el 20% de las ventas online junto con Mediamarkt con el 19%. Le sigue El Corte Inglés (14%) y Carrefour (13%) mientras que el resto de retailers ya cuentan con proporciones menores.

A modo de conclusión, una vez analizados los principales factores que inciden en los hábitos y comportamiento de los compradores online, hay una tarea que cualquier responsable comercial debe tener en cuenta y de la que quiero destacar su importancia. Me refiero a adelantarse a las expectativas de tus clientes para responder a sus necesidades e identificar nuevas oportunidades de negocio para tu estrategia omnicanal.

Spots



Storytelling



Corporativos



Testimonial



Marketing

ESPACIO PATROCINADO POR:

lomba

Contáctanos
638 711 651



Casos de éxito

Nuestras Historias

BNI® es la mejor red comercial que conozco

M^a Jesús Minguez (Miembro BNI® VLC Fomenta)



M^a Jesús Minguez - Nebo Comunicación

¿Cómo conociste BNI®?

Lo conocí a través de un cliente que pertenecía al Grupo y me invitó justo en el momento en el que mi empresa necesitaba un empujón y ganar músculo comercial.

¿Qué te ha aportado BNI®?

Actualmente, BNI® es entre el 15% y el 20% de la facturación de Nebo Comunicación. Me ha permitido verme a mí misma como una empresaria, con los mismos problemas que miles de empresarios y PYMES en toda España.

Pero al mismo tiempo, me aporta el entusiasmo y la energía de contar con un equipo de compañeros que trabajan también por mi empresa. Para las PYMES, la red comercial es fundamental y BNI® es, por ahora, la mejor red comercial que conozco.

Además, me ha permitido asentar una red de colaboradores habituales que ofrecen un servicio completo de comunicación a mis clientes. Ahora me llaman para pedirme tantos trabajos de comunicación como cualquier otro servicio porque saben que tengo una amplia red de contactos y eso refuerza mi compromiso con BNI®.

¿Cómo resumes tu experiencia en BNI®?

Con todo lo que he comentado anteriormente es totalmente positiva. Tanto por facturación recibida, como aportada, por los invitados que he llevado y los que se han quedado. También debo destacar que, después de tantos años, he conseguido amistades que trascienden lo profesional. BNI® es una red empresarial, económica, social, afectiva y emocional.

ESPACIO PATROCINADO POR:



Contáctanos

www.matterportvalencia.com

Nuestras Historias

El secreto de un pequeño Grupo de provincias

Javier Yoller (Miembro BNI® AGI Aurrera Araba)



Javier Yoller - CoachPyme

¿Cuál ha sido el secreto? Una combinación de tesón, buenos profesionales, trabajo y buen hacer para generar la confianza necesaria para que nos podamos referenciar con la mayor de las garantías. Pero el mayor secreto es que dejamos de ser un Grupo para convertirnos en un "Ekipo" (con K de Kampeones). Un "Ekipo" en el que se cumple la filosofía principal de BNI®: Givers Gain®: Los que dan, recibirán. Con un objetivo común y alineado, conscientes de que el trabajo de uno repercute positivamente en los demás y con la generosidad suficiente para pensar que ese trabajo te enriquece a largo plazo.

Y a mí personalmente, este "Ekipo" me ha permitido crecer en mi actividad de coaching empresarial, gracias a un ingrediente que BNI® tiene en su ADN, la generación de confianza, junto con el proceso VCR (Visibilidad, Credibilidad y Rentabilidad) para mí el segundo es fundamental. Encontrarme con un Grupo de colaboradores que confían en mis servicios, quienes también han sido mis clientes y luego se han convertido en mis mejores embajadores ante terceros. La mejor forma de conseguir clientes es que un buen amigo te recomiende, y de esos se hacen muchos en BNI®.

Hace 3 años me integré en un Grupo de BNI® en mi ciudad, Vitoria-Gasteiz, buscando como hacer que mi proyecto de coaching empresarial pudiera llegar a más gente y ayudar a más Gerentes y Profesionales con sus negocios.

Aquel Grupo, BNI® Aurrera Araba, que al principio de la pandemia, pasaba un momento crítico con Zoom causando cada semana varias bajas y mucho desánimo, hoy se ha convertido en el Grupo mejor valorado en el semáforo de los 147 Grupos que existen en BNI® España CNM.

Hoy en día, el Grupo cuenta con 55 Miembros, se acerca a las 10.000 referencias compartidas y ha conseguido desde su creación en 2016 más de 12 millones de euros de negocio generado.

ESPACIO PATROCINADO POR:



91 329 28 16 info@criquetpublicidad.com

Calle de Gascueña, 26, 28022 - Madrid



Testimonios de Directores Consultores

Nuestras Historias

Hazlo hoy mañana puede ser tarde

Saturnino Alcañiz (Director Consultor BNI® CNM Madrid Noreste)



Saturnino Alcañiz - Netlogic Sistemas Informaticos

Me he dado cuenta de que todo el mundo que entra en BNI® lo hace para generar negocio y no para hacer amistades.

Pero al final, las relaciones que hacemos entre los compañeros se convierten en una amistad basada en el trato de confianza y un mayor conocimiento del compañero, como de sus productos o servicios, y finalmente esa simbiosis crea un compromiso y un camino seguro hacia el Éxito.

Una de las acepciones que más me gusta de la palabra “Éxito” es: El conjunto de buenas relaciones y el fracaso del conjunto de malas relaciones. Si te rodeas de profesionales con Actitud Positiva, comprometidos y trabajadores no hay hueco para el fracaso, solo hay que tener motivación.

En un mundo globalizado cada vez prima más la especialización y la atención personalizada al cliente y no hay mejor herramienta que BNI® para llegar a empresarios de todo el mundo.

Si vas recomendado por otro profesional, todo es mucho más fácil, no hay proyectos grandes ni pequeños hay proyectos con alma o sin alma. Con una recomendación ya es un proyecto que tiene el primer paso conseguido hacia un negocio cerrado.

Desde que aterrice en BNI® son experiencias y Aprendizaje Continuo. He de agradecer a la gente que he conocido y voy conociendo día a día con una gran calidad humana, que me hace cada día ser mejor persona y profesional.

Dice el proverbio chino: "El fracaso más grande es nunca haberlo intentado", y a mí me gusta pensar que "El éxito más grande es haberlo intentado una y otra vez."

ESPACIO PATROCINADO POR:



nexo

GLOBAL TELECOM COMPANY



676222777



www.nexotelecom.es



contacto@nexotelecom.es

Nuestras Historias

BNI® hizo crecer mi negocio y me ayudo a crecer como profesional

Lara Fernández (Directora Consultora BNI® CNM Madrid Centro)



Lara Fernández - Copias Centro Soluciones Graficas, S.L.

Cuando fui invitada a BNI® supe que era el lugar donde quería hacer crecer mi negocio. Lo que no sabía es que, además, me iba a ayudar a crecer como profesional.

Tuve la gran suerte de contar con el apoyo de Andrés García desde el principio quien, además, me enseñó a potenciar las virtudes de cada uno de los Miembros.

También he aprendido mucho de Miriam Medina, de su rigor y su tenacidad. Y por supuesto de Isidro Tormo, que sigue apostando por mí y a quien he de agradecer la confianza que ha depositado en mi trabajo.

Un equipo es un grupo de personas que buscan un fin común. Cada componente del equipo tiene capacidades diferentes y a mí me gusta averiguar cuáles son esas capacidades y sacarles el máximo partido. Creo que un Director Consultor ha de conocer a su equipo, ser cercano y accesible para poder identificar las necesidades y fortalezas de cada uno de ellos.

Pero también hay debilidades, y hay que hacer algo con ellas. Siendo fieles a la filosofía Givers Gain®, entre nosotros nos tenemos que ayudar a que esas debilidades dejen de serlo. Y conocer a nuestro equipo, ayudarles a conectar con los demás y darles ese empujón que a veces necesitan. Si pensamos en un equipo deportivo, de baloncesto por ejemplo, pidiendo ese tiempo muerto para volver a marcar los objetivos y ayudando a seguir el camino hacia la victoria. Entrenando y dando herramientas para mejorar y sobre todo, disfrutando del proceso.

BNI® es una carrera de fondo. A veces tus tiempos los mejoras en el primer tramo y otros, necesitas algo más de rodaje, pero si quieres, consigues tus objetivos. Muy feliz de pertenecer a BNI® y orgullosa de tener dos equipos maravillosos con los que trabajar, BNI® MDC Abundancia y Fusión.

TU ANUNCIO AQUÍ

¿Quieres dar a conocer tu marca
y/o producto en nuestra revista?

Contáctanos para más información:
comunicaciones@bniespanacnm.com

678 474 115



Happy
Business

BNI® ESPAÑA CNM



Si quieres compartir tu historia de éxito, escríbenos al correo: comunicaciones@bniespanacnm.com o [pulsa aquí](#)

Oficina Nacional:

Paseo de Europa 26, Planta 1. Oficina 2.
San Sebastián de los Reyes, Madrid.
T. 91 250 1001
info@bniespanacnm.com

Conéctate:

 [BNI® España CNM](#)
 [bniespanacnm](#)
 [BNI® España CNM](#)
 [@BNIespanaCNM](#)
 [BNI® España CNM](#)