



BNI®

ESPAÑA CNM

EDICIÓN 9 • 2022

**Mayores Redes,
Mejores Conocimientos
y Negocios Más Sólidos**

Índice



7 Convención Global 2022



Casos de éxito



Testimonios de Directores Consultores

Mejor Juntos™

- 3 Dr. Ivan Misner®: Fundador de BNI®
- 9 Reconocimientos
- 12 Evento: Récord mundial
- 13 Preguntas sobre tu plan de networking
- 17 Formaciones
- 20 ¿Cómo es y qué busca el cliente sostenible?



info@bniespanacnm.com



www.bniespanacnm.com/es/index



91 250 1001 - 678 474 115



Dr. Ivan Misner®:
Fundador de BNI®

Vas a necesitar un barco más grande



En la exitosa película de 1975 "Tiburón", Martin Brody, el jefe de policía de una pequeña ciudad del noreste de Estados Unidos, pronuncia una de las frases más citadas de la historia del cine cuando ve por primera vez de cerca al gran tiburón blanco. Nada más verlo, retrocede lentamente hacia el puente de mando y le dice al capitán Quint: "Vas a necesitar un barco más grande."

Este es el típico "Momento Brody": Una comprensión impactante de que los recursos actuales ya no son una opción viable para lograr los resultados que se buscan.

Espero explicar cómo surgió mi Momento Brody. Sin embargo, lo más importante, es que pienses en "tu" Momento Brody mientras lees el mío. Entender tu Momento Brody puede ayudarte a pensar en tus motivaciones y a avanzar con éxito en tus esfuerzos empresariales.

Mi momento Brody llegó a finales de 1985, después de haber abierto 20 Grupos de BNI® por accidente, sin un plan. Fue entonces cuando me di cuenta de que había tocado una fibra sensible en la comunidad empresarial.

Yo era un Consultor de Gestión en el sur de California y necesitaba referencias para mi práctica de consultoría. Necesitaba referencias para mi propio negocio y esperaba poder referir a algunos de mis amigos. Así que reuní un Grupo en el que podíamos empezar a pasarnos negocios unos a otros.

El Dr. Ivan Misner, llamado el "Padre del Networking Moderno" por el canal de televisión CNN, es un autor de bestsellers del New York Times. También es el Fundador de BNI® (www.bni.com), la organización de networking y referencia más grande del mundo.

Su libro, Infinite Giving, Los 7 Principios de Givers Gain® es un libro sobre la construcción de una vida y un negocio en el que no hay que elegir entre ganar o ayudar a los demás.

Antes había asistido a redes que eran increíblemente comerciales, todo el mundo intentaba venderme. Fui a otros grupos que eran totalmente sociales, con happy hour y aperitivos, pero en esos eventos no había negocios.

Quería algo que se centrara en los negocios sin ser comercial y que fuera relacional, pero no transaccional; algo que no fuera totalmente social porque quería ese aspecto de construcción de relaciones que llevara a los negocios. Por lo tanto, creé una red que esperaba que satisficiera esas dos consideraciones.

Quería fusionar ese enfoque en el negocio con el aspecto relacional, y el elemento que lo mantendría unido es el valor principal de Givers Gain®: La idea de que si yo te ayudo y tú me ayudas, todos nos beneficiaremos al trabajar juntos.

Ese Grupo de networkers llevó a otro y a otro hasta que en 12 meses había veinte Grupos. Era joven, tenía 28 años, y realmente pensaba que la mayoría de las empresas lo tenían claro. La cuestión es que nadie lo tenía resuelto porque no se enseña networking de negocios en los colegios y universidades de todo el mundo. Lo que no esperaba encontrar era que todo el mundo tiene este reto y ese fue mi Momento Brody.

BNI® fue un ejemplo de que la necesidad es la madre de la invención y ayudó a muchas empresas. A finales de 1985, me di cuenta de que "iba a necesitar un barco más grande". Esta forma de hacer networking empresarial iba a ser mucho más grande de lo que había previsto, así que me senté y creé mi plan de negocio para ampliar la empresa.

En junio de 1986, tenía un objetivo en mente. Fui a la biblioteca a recopilar información sobre las poblaciones. (Recuerda que en ese momento no existía Google). Tras una amplia investigación y muchos cálculos, pensé que BNI® podría tener 10.000 Grupos algún día.

Sí, era un gran objetivo. Y todos los años, a finales de diciembre, me tomaba un tiempo para reflexionar. Me fijaba en lo que funcionaba bien y en lo que no funcionaba en absoluto. Cada año, ajusté mi plan y revisé los pequeños objetivos para convertir mi empresa en una compañía global.

En diciembre de 2020, lo alcanzamos: ¡BNI® había crecido hasta alcanzar más de 10.000 Grupos! Y seguimos creciendo, ayudando a los Miembros de BNI® de todo el mundo a hacer negocios a través del marketing por referencias.





ESPACIO PATROCINADO POR:



91 435 27 59



info@aypgrupogalilea.com

Redes más grandes, mejores conocimientos y negocios más sólidos

La Convención Global 2022 se realizó del 16 al 19 de noviembre en Singapur, dando la bienvenida a más de 2.500 Miembros y Directores de todo el mundo para hablar de negocios y maximizar la red de BNI®.

Este año, con el tema **redes más grandes, mejores conocimientos y negocios más sólidos**, la Convención Global no solo elevó el perfil de los empresarios, sino que también empoderó a los líderes empresariales para lograr un crecimiento extraordinario en cualquier entorno empresarial.

La Convención contó con la participación de grandes ponentes, como **Víctor Antonio** con sus excelentes conocimientos de ventas, **Karen Leong** con sus consejos sobre la resiliencia, **Ron Kaufman** sobre la excelencia en el servicio al cliente y nuestros propios líderes, como el **Dr. Ivan Misner**, para inspirarnos a lograr nuestros objetivos.

De igual forma, los asistentes tuvieron la oportunidad de generar grandes conexiones y participar en sesiones de networking, presentaciones, formaciones dinámicas y una prestigiosa gala.

Durante el evento, se le concedió un reconocimiento especial (*Founder Award*) a nuestro Director Nacional, **Mark Gibson**, por los años de servicio y por contribuir a *Cambiar la Manera en la que el Mundo Hace Negocios*.

El último día, anunciaron una noticia que nos enorgullece enormemente, al ser el país anfitrión de la próxima Convención Global, que se llevará a cabo del 8 al 11 de noviembre en Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center.

La Convención Global 2022 contó con una red ininterrumpida y ponentes de clase mundial y ahora los asistentes no pueden esperar para reunirse en Madrid. Para asistir a la Convención Global 2023 regístrate en: www.BNIGlobalEvents.com







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® Valencia	2333	5163	17,413,351 €
BNI® Pontevedra	3240	4281	13,280,834 €
BNI® A Coruña	2621	4174	8,876,786 €
BNI® Islas Baleares	1301	3470	8,484,118 €
BNI® Córdoba	3213	5028	7,737,463 €
BNI® Murcia Capital Norte	950	2926	5,035,046 €
BNI® Álava y Guipúzcoa	1240	1816	5,013,940 €
BNI® Asturias	949	1591	3,280,696 €
BNI® Zaragoza	1117	1778	2,981,061 €
BNI® Bizkaia	1060	1653	2,947,959 €

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® VLC Congresos	219	652	6,787,049 €
BNI® PTV Cenit	316	358	4,407,693 €
BNI® PTV Verbum	250	184	4,039,665 €
BNI® BAL Midday	139	185	3,628,736 €
BNI® VLC Negocios	111	274	2,878,159 €
BNI® CDB Profesionales	366	914	2,584,552 €
BNI® AGI Negocios Gasteiz	463	654	2,243,135 €
BNI® ACO Dolmen	875	995	2,120,937 €
BNI® AST Futuro	102	157	2,056,091 €
BNI® CDB Crecimiento	400	776	1,592,997 €

Evento: Récord mundial

BNI® España CNM organiza el primer evento “Récord mundial” con Ayush Bansal. Ayush lleva 5 años en BNI®, y estuvo un año como Miembro, para después convertirse en Director Ejecutivo. Ha batido todos los récords en BNI®: Lanzó 5 Grupos en un día, lanzó los dos primeros Grupos con más de 100 Miembros, lanzó los dos primeros Grupos con más de 200 Miembros, consiguió incorporar a 500 Miembros en una región en un día, y luego consiguió incorporar a 1.000 nuevos Miembros en una región en un día. Actualmente su región se encuentra en la posición nº1 de casi 2.000 regiones a nivel mundial.

Además, Ayush es socio de Ideal Insurance, la principal correduría de seguros de la India y dirige la mayor lavandería comercial y una empresa de formación con el nombre de Start Seekhna.

Pero todo esto fue en la India, y ahora lo hará en España CNM. Nuestro objetivo consiste en incorporar a 2.000 nuevos Miembros en dos fechas, la primera en junio, y la segunda en noviembre de 2023, mediante una serie de eventos. El primero de los cuales tendrá lugar en Madrid los días 15 y 16 de febrero junto a Ayush. Más adelante se realizarán eventos en abril, junio, septiembre y noviembre, para culminar en las fechas próximas a la Convención Global en Madrid.

Esperamos un muy alto nivel de participación de todas las Regiones, donde se formarán Equipos para el récord mundial compuesto por Directores, Embajadores y Miembros destacados.

Cada evento incluirá aspectos de crecimiento personal y profesional, networking, uno-a-unos, así como nuevas herramientas que nos ayudarán a prepararnos para lograr este récord y hacer historia en BNI®.

Lograr este récord supondrá un incremento exponencial del número de referencias y oportunidades generadas en BNI® España CNM, además de la generación de nuevos empleos y la participación de la comunidad en España.

¿Participarás?

¡Cuando se sueña a lo grande, se alcanza lo grande!





ESPACIO PATROCINADO POR:

SER  EXPERTO
DIGITAL

 919 04 92 92

 <https://serexpertodigital.com/>

Tres preguntas sobre tu plan de networking



¿Quiénes son mis mejores prospectos?

¿Quiero conocer a más propietarios de pequeñas empresas?

¿A quién quiero conocer exactamente?



Para determinar quiénes son tus clientes prospectos hazte estas preguntas:

¿Quiénes son tus mejores clientes?,
¿A qué sectores pertenecen? y
¿Cuánto tiempo llevan en el negocio?

Una vez que hayas elaborado un perfil de tus antiguos clientes, consúltalo con algunos amigos de confianza. Los que están cerca de ti suelen tener una visión de los patrones que tú tiendes a pasar por alto.

Deberás pasar tiempo en tu Cámara de Comercio Local, en una Asociación Empresarial Local o en un Grupo de Referencia.

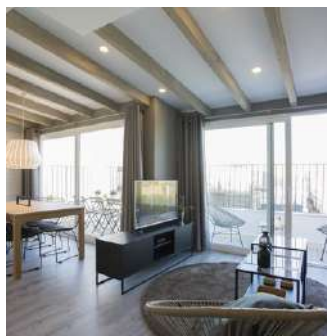
Estos grupos no solo tienen exactamente el tipo de público que quieres conocer, sino que, además, con los Grupos de Referencia, suele haber un sistema que te ayuda a ti y a los demás a conseguir más referencias.

Cuanto mayor sea el número de networkers a los que estés conectado, mayor será la posibilidad de que haya una pequeña cadena de contactos entre tú y cualquier persona que te interese conocer.

Todo lo que tienes que hacer es hacer una o dos preguntas concretas a algunas personas. Incluso si no puedes nombrar a las personas concretas que quieres conocer, cuanto mejor las describas, más posibilidades tendrás de conocer a tu contacto ideal.



ESPACIO PATROCINADO POR:



ES TIEMPO
de viajar

Contáctanos:

665 31 32 23

www.singularstays.com



ESPACIO PATROCINADO POR:

REMOTO



**CASCO TRIAL UNIK
CT-07 ROJO S**



**ARENA VT3
ELECTRICA**



**BOTA THOR
BLITZ WH/BK 10**

www.remoto.es

Aprendizaje Continuo

Formaciones

BNI® Valencia

Construir relaciones y equipo

24 de enero

16:30 a 18:00 hrs

Fundamento, valores y actitud
BNI®

22 de febrero

16:30 a 19:00 hrs

BNI® Madrid Este

Jornada nuevos Equipos de
Liderazgo y Coordinadores

27 de marzo

9:00 a 13:00 hrs

3ª Gala Givers Gain

23 de junio

9:00 a 2:00 hrs

BNI® Baleares

¿Por qué no tengo referencias?

16 de enero

1:30 a 3:30 hrs

Invitar con éxito y sin complejos

21 de noviembre

3:30 a 17:00 hrs

BNI® Asturias

Taller de referencias segunda
parte

19 de enero

9:00 a 10:00 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:

Worldwide Independent Lawyers League

Soñamos con un mundo en el que la protección jurídica de la más alta calidad esté democratizada y sea fácilmente accesible a nivel mundial para cada individuo, empresa o entidad.

WILL reúne a abogados senior de todas las partes del mundo con décadas de experiencia a sus espaldas, con el objetivo de hacer accesible el más alto nivel de asistencia jurídica y eliminar las distancias geográficas.

La asistencia jurídica de WILL cubre 20 zonas horarias gracias a una comunidad de profesionales en constante expansión. Estaremos a tu lado y resolveremos los conflictos legales. Podemos convertirnos en socios de marketing jurídico para las empresas que aspiran a expandirse en países distintos al tuyo.





ESPACIO PATROCINADO POR:

RALiE

RED NACIONAL
DE ALIMENTACIÓN

www.redalimentacion.com



¿Cómo es y qué busca el cliente sostenible?

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

¿Sabías que siete de cada 10 españoles quieren llevar una vida sostenible? Este enfoque sostenible de la mayor parte de los ciudadanos está impactando cada vez más en cómo consumimos cualquier producto o servicio. Por eso, quiero profundizar en los diferentes tipos de clientes sostenibles y qué podemos hacer desde nuestras empresas para realizar junto a ellos el proceso de transición hacia un estilo de vida y un consumo más sostenible.

Para ello, voy a compartir contigo las principales conclusiones del informe "El cliente sostenible", elaborado por la consultora PwC junto a Uncommon, realizado por una encuesta a más de 1.000 consumidores españoles, entre 18 y 75 años, y cuyo resumen ejecutivo no deja lugar a dudas de que todo esto de la sostenibilidad no es una moda pasajera, sino un profundo cambio en la manera en que los consumidores se relacionan con las marcas.

Apenas hemos comenzado el camino y son muchos los consumidores que, hoy en día, afirman haber llevado a cabo un enfoque sostenible, pero cuando miramos de cerca, muchos no pueden y otros no lo hacen, incluso cuando dicen que sí. La encuesta deja una advertencia para aquellos empresarios que aún no han entendido la necesidad e importancia de llevar a cabo una transición hacia un modelo más sostenible de sus productos o servicios.

A medida que la crisis planetaria se intensifica, la demanda de soluciones sostenibles en los negocios también aumenta y el sentimiento de urgencia es cada vez mayor, lo que está generando un escenario de transición acelerada hacia nuevos modelos empresariales. Por lo tanto, la sostenibilidad no es una moda o tendencia puntual, sino una visión transversal y de relación en la vida individual que combina hábitos, costumbres, consumo e ideales.

La brecha entre el querer y el hacer

Uno de los factores que analiza el informe es lo que denomina “la brecha entre el querer y el hacer”, una clave muy interesante para los que analizamos las preferencias de los consumidores, ya que hay una serie de barreras asociadas a las implicaciones que la sostenibilidad genera entre los ciudadanos.

Esta brecha se expresa en cuatro barreras clave que, bien trabajadas por parte de las empresas, pueden convertirse en palancas para captar clientes sostenibles. Hablamos del precio (para el 48% de los encuestados la barrera del precio es la más relevante); la falta de información o mensajes ambiguos que impactan a la hora de tomar decisiones sostenibles; la dificultad en el acceso a productos sostenibles en un mismo espacio comercial; y el rechazo que genera en el consumidor la falta de claridad, lo que los lleva a no modificar sus hábitos de consumo.

Ocho perfiles de consumidores sostenibles

Uno de los puntos que desarrolla el informe y que más puede interesar a los profesionales que trabajan por y para el cliente final en cualquiera de sus vertientes es la formulación de hasta ocho perfiles de consumidores sostenibles que van desde los que ya están plenamente convencidos de la sostenibilidad hasta los que la rechazan. Estos ocho perfiles son: El cliente moralista; buscador; combativo; espabilado; seducido; estancado; ahorrador y negacionista.

Eso sí, estos perfiles están en constante movimiento, ya que todos cambiamos, evolucionamos y adoptamos hábitos que nos hacen querer y hacer cosas diferentes. Cada uno de estos perfiles comerciales es una oportunidad de activación para captar nuevos consumidores que igual no se habían fijado en nosotros si no hubiéramos apostado por un modelo más sostenible y entender el valor de cada perfil es clave para que las empresas les entreguen ofertas de impacto alineadas a su estrategia de sostenibilidad.



La sostenibilidad como motivación comercial

Además, el informe evidencia el impacto positivo de la sostenibilidad, aunque aún se presenta como una carga para los consumidores, generando una percepción negativa y un sobreesfuerzo que no todos los perfiles pueden o están dispuestos a asumir.

Ante esta circunstancia, se hace cada vez más necesario ayudar a las personas en sus decisiones con refuerzos positivos para facilitar el consumo sostenible y para transitar por la “brecha entre el querer y el hacer”, necesitamos convertir el sacrificio en beneficio y la culpa en colaboración, a través de productos y servicios que sean asequibles, accesibles, claros y completos.

¿Cómo podemos gestionar todo esto desde el ámbito empresarial? Pues, básicamente, dando pequeños pasos que nos lleven a ofrecer a nuestros clientes un producto o servicio que ellos entiendan que está alineado con sus nuevos intereses. Pero, ojo, hay muchas empresas que optan por una postura neutra, actuando según el mercado y su demanda, algo que en el caso de la sostenibilidad no funciona porque una marca que espera señales de cambio explícita está perdiendo el tiempo. Hay que pasar del verbo a la acción y ayudar a nuestros clientes a definir un estilo de vida y un consumo más sostenible.



ESPACIO PATROCINADO POR:

lomba



Contáctanos

📞 638711651 ✉️ juan@lomba.pro

🏠 Calle Felipe II, 2 Bajo Alcantarilla, Murcia



Casos de éxito

Nuestras Historias

Valores, compañerismo y responsabilidad en BNI®

Gregorio Sanchez (Presidente BNI® BIZ Networking)



Gregorio Sanchez - Soluciones Nerle, S.L.

Mi nombre es Gregorio Sánchez. Soy el actual Presidente del Grupo BNI® Networking Bizkaia y ocupo el cargo desde el pasado mes de abril.

Cuando me llamó mi predecesor para decirme que quería que ocupara la Presidencia del Grupo, me di cuenta de la responsabilidad que iba a asumir pero en cuanto pensé en los Miembros del Grupo al que pertenezco, esa presión desapareció rápidamente.

A fecha de hoy, no sólo cuento con excelentes Vicepresidentes y Secretaria Tesorera; sino que la gran mayoría de Miembros nos demuestran su colaboración cada semana; ocupen cargos, o no.

¿Qué está suponiendo para mí esta experiencia? Para responder a esta pregunta voy a recurrir a nuestro VCR: Visibilidad, Credibilidad, Rentabilidad; pero solo para usar las iniciales. En primer lugar, para mí esta experiencia está suponiendo **VALORES**. Me refiero a la experiencia que aporta presidir un Grupo de más de 50 empresarias/os. Este conjunto de valores está siendo útil para mi vida profesional y personal.

En segundo lugar, está suponiendo **COMPAÑERISMO**. El cargo propicio mucha más comunicación con tus compañeros/as y estrechas relaciones con quienes colaboran contigo; insisto, ocupen cargos, o no.

Por último, termino como empecé, refiriéndome a la **RESPONSABILIDAD**. BNI® es una organización con más de 10.800 Grupos en el mundo y con una experiencia acumulada de 37 años. Ser Presidente del Grupo BNI® Networking Bizkaia, es un orgullo, pero también es una responsabilidad que, en mi caso, afirmo que está siendo muy gratificante.

ESPACIO PATROCINADO POR:



¿Qué hacemos?

Con una cámara 3D se pueden hacer muchos tipos de proyectos: Tours virtuales, imágenes 360º, planos, digitalización de objetos.

¿Qué ventajas obtienes? Una diferenciación con la competencia que hace el proyecto más atractivo, novedoso y rentable.

ESPACIOS VIRTUALES, NEGOCIOS REALES.

El único sistema de captura que crea experiencias realistas e interactivas en 3D y RV. Parecen tan reales como si estuvieras allí.

VÍDEO, FOTOGRAFÍA Y TOUR VIRTUAL TODO EN UNO

Tours virtuales:

Crea la oportunidad de que conozcan tu negocio antes de visitarte. Fortalece un vínculo con las personas e impulsa más visitas en tu establecimiento.

Pon tu negocio en el mapa:

Colocamos tu negocio en Google Street View, para que aparezcas en los mapas de Google y generes más visibilidad para tu negocio.

Tu negocio en sus casas:

Los usuarios tendrán la experiencia de conocer tu proyecto, negocio, casa, al detalle y sin tener que salir de sus propias casas.

Para más información, visita:

www.matterportvalencia.com

Nuestras Historias

Mi evolución en BNI®: Desde Grupo hasta EQUIPO

Roberto Bartolomé (Miembro BNI® AGI Aurrera Araba)



Roberto Bartolomé - Iconica Imagen Corporativa Aplicada

Asistir a la reunión semanal no solo no es inconveniente si no que es una fiesta. Haber conseguido formar un equipo estructurado y confiable supone un apoyo incalculable en el día a día.

Tras una primera etapa (Grupo) en la que domina el cálculo económico muy rápidamente fui consciente de que el factor social y el escalado exponencial superan con creces al retorno económico directo (Equipo).

El equipo me acompaña día tras día y curiosamente cuando visito otros Grupos o contacto con otros Miembros este sentimiento enseguida se impone y nos alinea en la consecución de un objetivo común.

BNI® Aurrera Araba: ¡Sois unos kraks!

En el mundo de las marcas y de la imagen en el que me muevo aprendes que no solo nada es inmutable, sino que todo cambia a toda velocidad.

Quién me iba a decir que tras una simple mención de BNI® al finalizar un montaje en Lisboa me iba a convertir en el primer Miembro de BNI® en Álava e iba a tener la oportunidad de participar en la creación del Grupo BNI® Aurrera Araba y convertirnos en uno de los Grupos mejores valorados de España.

Como íbamos a saber que tendríamos que superar una pandemia y que se nos acercaban negros nubarrones...

Todas estas circunstancias se sobrellevan mejor con compañeros que te entienden y con los que la colaboración es natural.

ESPACIO PATROCINADO POR:



91 329 28 16  info@criquetpublicidad.com

 Calle de Gascueña, 26, 28022 - Madrid



**Testimonios de
Directores Consultores**

Nuestras Historias

Cuanto más das, más recibes y el “Givers Gain®” se convierte en una filosofía de vida

Enrique Graciani (Director Consultor BNI® CNM Córdoba)



Enrique Graciani - Gráficas Minerva de Córdoba

Hace ya 6 años desde mi incorporación a BNI®. Al principio el objetivo estaba claro, aumentar la facturación y hacer crecer mi empresa, pero con el paso del tiempo te das cuenta de que a pesar de que allí todos vamos a facturar, aparecen personas. Personas que entran en tu vida por lo profesional y se quedan en lo personal.

A los dos años de membresía los Directores Ejecutivos de mi zona ponen su confianza en mí, hago la formación de Director Consultor, me plantean el reto de crear un Grupo y esto cambia mi vida personal y profesional.

La responsabilidad aumenta y el objetivo se amplía y sabes que cuanto más das, más recibes y el “Givers Gain®” se convierte en una filosofía de vida.

Tanto es así, que en los momentos más duros que hemos vivido en los últimos años sufriendo una pandemia, BNI® ha sido un enorme punto de apoyo en lo personal y en lo laboral. Siempre había un compañero dispuesto a tenderte una mano, buscarte un contacto, ayudarte a realizar una estrategia diferente y ejecutar un plan de marketing con tal de intentar superar la situación que por desgracia estábamos viviendo y lo apasionante de esto era que ahí estábamos nosotros, los Directores, apoyando esas iniciativas, aportando contactos, experiencia y convirtiéndonos en referentes dentro de nuestros Grupos hasta tal punto de que un día te das cuenta de que sonríes más cuando alguien te da un gracias por negocio cerrado que cuando lo das tú.

Está claro que cuanto más das, más recibes. Ser Director es sencillamente apasionarte por todo lo que esto implica. En la actualidad tengo el placer y el orgullo de dirigir dos Grupos en Córdoba, BNI® Desarrollo y BNI® Futuro, dos Grupos espectaculares, dos Grupos “Givers Gain®” y como Director de Área tengo el proyecto de ampliar la zona sur de Córdoba.



ESPACIO PATROCINADO POR:



nexo

GLOBAL TELECOM COMPANY

 676222777  contacto@nexotelecom.es

 www.nexotelecom.es

Nuestras Historias

BNI® se ha convertido en una forma de vida para mí

Santiago Alfageme (Director Consultor BNI® CNM Zaragoza)



Santiago Alfageme - Construcciones Metálicas Cerlasa

Hace 4 años apareció en mi vida BNI®. Siempre estaré agradecido a José Miguel Lanau, que me invito a mi primera reunión. Era un Grupo Core, el primero en Zaragoza, BNI® Expansión dirigido por Adrián Ferrer.

Allí conocí a un valenciano llamado Goyo Abad, quien nos explicaba que era BNI® y porque era bueno pertenecer a un grupo de trabajo. En cuanto salí por la puerta lo tuve claro, tenía que entrar a ese Grupo y así fue. En la actualidad aún sigo como Miembro.

Siempre sentí que esta herramienta era muy importante para mi empresa, lo que no me esperaba, ni me imaginaba, era lo que estaba por venir.

Desde el primer día empecé a recibir referencias que se convertían en trabajos. Ampliando instalaciones y personal. Actualmente, el 60% de mi facturación viene de mis compañeros y sus referencias y en algún momento llego a ser el 90%. No sabría como valorar lo que me ha dado BNI® durante estos 4 años. Se que me ha dado, da y dará mucho trabajo. Pero sobre todo los grandes resultados a nivel personal y empresarial.

Durante este tiempo he conocido a muchas personas que se han convertido en contactos, amigos e incluso en socios, con los que he llegado a crear una nueva empresa, que por supuesto está en BNI®.

Hace un año y medio recibí una llamada de mi querido amigo Goyo Abad ofreciéndome ser Director Consultor de un Grupo y me paso como en mi primera visita a BNI®, no lo dude, "Si quiero." Desde aquí quiero agradecer por el regalo de ese día y por la confianza recibida. Uno de los motivos que me ha llevado a querer ser Director Consultor, es dar la oportunidad a otros empresarios que puedan cumplir sus objetivos y hacer crecer la comunidad de BNI® en Aragón.

Por eso, quiero devolver el favor que me hicieron al invitarme a una reunión y hacer lo mismo por otros empresarios.

Desde ese día me puse manos a la obra y junto a mis compañeros creamos en unos meses BNI® ZGZ Cierzo. Sin olvidarme de la gran ayuda y apoyo de Adrián Ferrer, gracias amigo.

He podido vivir miles de experiencias y vivencias, pero una de las más bonitas fue el lanzamiento del Grupo BNI® ZGZ Cierzo en el que soy su Director Consultor.

Recientemente, hemos cumplido nuestro primer año. Hemos superado todos los objetivos marcados.

Actualmente, somos 47 Miembros y vamos creciendo. No hay límites y eso me gusta. Dentro de un año estoy seguro de que los nuevos objetivos marcados estarán cumplidos.

Desde aquí, quiero dar un agradecimiento a mi Grupo por tener confianza en esta herramienta como BNI®. Para terminar, quiero dejar una reflexión: ***“Seremos tan fuertes como unidos estemos, y tan débiles como lo divididos que estemos.”***



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



OS DESEAMOS UNA

Feliz Navidad

Y PRÓSPERO AÑO NUEVO

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:

[f BNI® España CNM](#)
[bniespanacnm](#)
[in BNI® España CNM](#)
[@BNIEspanaCNM](#)
[BNI® España CNM](#)