



## **Convertir referencias en clientes**

### **Dr. Ivan Misner**

Conseguir referencias es estupendo, pero hasta que el cliente potencial no realiza una compra, sólo se trata de un negocio potencial. El número de referencias que conviertes en clientes mide el verdadero éxito de tus esfuerzos.

#### **Activo, no pasivo**

La única forma de generar referencias es a través de otras personas. Aunque este método puede funcionar con relaciones nuevas y en desarrollo, lo he diseñado para utilizarlo principalmente con relaciones sólidas, personas con las que compartes un fuerte interés común durante un largo periodo.

El núcleo del método es la captación activa, no pasiva, de fuentes de referencia. Por supuesto, puedes poner en marcha el sistema en el momento en que alguien te diga que conoce a alguien que puede necesitar tus productos o servicios. Pero no esperes a recibir referencias, ve a buscarlas. Cuantas más referencias de alta calidad puedas generar, mejor irá tu negocio.

Debes reclutar fuentes de referencia que cumplan los seis criterios siguientes:

- Que quieran o puedan inspirarse para ayudarte.
- Que tengan tiempo o estén dispuestas a ayudarte.
- Que sean capaces de hacer lo que tú quieres que hagan para ayudarte, o que puedan recibir formación para ello.
- Quienes tienen los recursos necesarios para ayudarte.
- Aquellos que tienen relaciones con el tipo de personas a las que quieres llegar.
- Aquellos que podrían ser buenas referencias para tus conocidos.

Es crucial que tus fuentes cumplan todos, o la mayoría de los seis criterios, para garantizar una relación de referencias sostenible a largo plazo. Una y otra vez he trabajado con empresarios que no entienden por qué no consiguen las referencias que deberían. A primera vista, parece que están haciendo todo lo correcto. En muchos casos descubren que han diagnosticado mal el Proceso VCR con sus fuentes de referencia, o

que están trabajando activamente con fuentes de referencia que no cumplen la mayoría de los seis criterios anteriores.

Para fortalecer tus relaciones con ellos, es muy importante realizar periódicamente reuniones 1 a 1 para conocerlos mejor. Esto te ayudará a entender qué tipo de ayuda necesitarás de ellos. Y aunque una relación sólida con ellos es por sí misma uno de los mejores generadores de referencias, decide utilizar también otras tácticas. Una de las mejores formas de motivar a tus fuentes es ofrecerles ayuda para que utilicen este sistema generador de referencias para conseguir sus propios clientes y oportunidades de negocio.

### **Contacto inicial**

Una vez recopilada la lista de posibles fuentes de referencia, lo siguiente es ponerse en contacto con ellas. ¿Cuál es la mejor manera de hacerles llegar tu mensaje? ¿Deberías enviarles una carta, enviarles un correo electrónico o un mensaje de texto, o quedar con ellos en persona? Cualquiera de estos formatos puede funcionar; sin embargo, la primera comunicación con una fuente potencial es mejor hacerla por teléfono. Es más personal y amistoso que un mensaje escrito, pero también más cómodo para ti y para tu fuente que una reunión cara a cara.

Antes de llamar, planifica la llamada. Decide qué temas quieres tratar. Recuerda que el propósito de tu llamada es pedir apoyo para generar referencias, dar una breve visión general de tus planes y concertar una cita para discutir tus planes en detalle.