



En el networking, las relaciones son moneda de cambio

¿Cuántas veces crees que ocurre lo siguiente?

Un profesional (puede que incluso tú mismo) acude a un evento de networking empresarial, conoce a un montón de gente buena, luego se marcha y no vuelve a hablar con ninguno de ellos.

Ocurre demasiado a menudo, ¿Verdad? Entonces... ¿Por qué ocurre?

No es porque no les gustaran las personas que conocieron o porque no quieran volver a verlas. Suele ser porque, como muchos otros hoy en día, son personas muy ocupadas con una agenda muy apretada y hay tantas cosas que ni siquiera recuerdan si han desayunado, y mucho menos se acuerdan de volver a contactar con las personas que conocieron en un evento de networking.

Es una pena, porque de esos nuevos contactos nacen futuras oportunidades de negocio, si empiezas a cultivar una relación con ellos.

Los contactos son valiosos, y tus relaciones son moneda de cambio. Cuando se trata de tus contactos, lo que cuenta es lo bien que se conocen, no cuántos contactos tienes. Son los que conviertes en relaciones duraderas los que marcan la diferencia.

Prueba a hacer 10 llamadas en frío para presentarte. ¿Qué tal te ha ido?

Ahora bien, si llamas a cinco personas que ya conoces y les dices que estás elaborando un plan de marketing para el año que viene y que agradecerías enormemente cualquier ayuda que pudieran prestarte en forma de referencias o nuevos contactos comerciales, ¿crees que los resultados serán mejores? Por supuesto que sí. Ya tienes una relación con esas personas y la mayoría de ellas están encantadas de ayudarte.

Siempre obtendrás mejores resultados si te esfuerzas por profundizar en las relaciones con personas que ya conoces que si empiezas a relacionarte con desconocidos. ¿Cuál es para ti la mejor manera de hacer crecer y aprovechar tus relaciones?

Cuatro pasos para empezar

1. Llama personalmente a tus clientes y pregúntales cómo les va con el proyecto en el que participaste. Pregúntales si puedes hacer algo más para ayudarles. Importante: No pidas referencias en este momento.
2. Llama personalmente a todas las personas que te han ayudado o te han dado una referencia profesional y pregúntales cómo les va en su negocio y en su vida. Infórmate sobre sus actividades actuales para que puedas recomendarles empresas.
3. Elabora una lista de las 50 personas con las que quieres mantener el contacto este año. La lista debe incluir a cualquiera haya hecho negocios contigo en los últimos 12 meses (de los pasos 1 y 2) junto con cualquier otro cliente potencial con el que hayas conectado recientemente y envíales un mensaje.
4. Dos semanas después de enviar las tarjetas, llámales para ver qué pasa. Si son antiguos clientes o personas con las que ya has hablado, es el momento perfecto para pedirles una referencia. Si son clientes potenciales, quizá puedas concertar una cita para tomar un café, conocer mejor su negocio y averiguar si entre sus planes está utilizar tus productos o servicios.

Recuerda que se trata de un proceso y que estos pasos te ayudarán a entablar relaciones con otros empresarios. No se trata de un discurso de venta.

En pocas semanas, estarás en camino de crear y fortalecer relaciones de negocios y construir suficiente capital social para aprovechar durante el resto del año.