



El networking es la habilidad empresarial más infravalorada. Aquí te explicamos cómo hacerlo bien.

Por: Entrepreneur

A continuación, le indicamos cómo construir una red que realmente funcione.

En los negocios, como en la vida, a menudo no se trata solo de *lo que* sabes, sino de *a quién* conoces. He visto esto repetidamente en mi carrera, particularmente en el sector de servicios comerciales de limpieza y desinfección. Si bien los conocimientos técnicos y la excelencia operativa son esenciales, muchas de las oportunidades más significativas de nuestra empresa y las mejores asociaciones de franquicias comenzaron con una conversación, una reunión de café o un apretón de manos en un evento de la industria.

El networking no se trata solo de intercambiar tarjetas de presentación o agregar contactos en LinkedIn. Se trata de construir una red de relaciones genuinas y basadas en la confianza que puedan apoyarlo a lo largo de su viaje profesional. Y sí, requiere esfuerzo, pero el retorno de esa inversión es exponencial.

Esto es lo que he aprendido sobre cómo construir conexiones comerciales significativas, y una advertencia sobre lo que *no* se debe hacer.

El networking comienza con el servicio, no con uno mismo

En los primeros días de liderar Anago Cleaning Systems, con frecuencia me encontraba asistiendo a convenciones y exposiciones, donde conocí a posibles franquiciados, clientes y proveedores. Lo que quedó claro rápidamente fue que las conversaciones más impactantes no comenzaban con un lanzamiento, comenzaban con curiosidad.

Si quieres ser memorable en una sala llena de profesionales, haz mejores preguntas. ¿En qué están trabajando? ¿A qué desafíos se enfrentan? ¿Qué les entusiasma?

Cuando lideras con interés en los demás, generas confianza y la confianza es la base de cualquier relación duradera.

Uno de nuestros propietarios de franquicias maestras de mayor rendimiento llegó a nosotros no a través de un esfuerzo de ventas directas, sino después de varios años de mantenerse conectado a través de eventos mutuos de la industria. Cada vez *que nos* encontrábamos, la conversación se centraba en lo que estaba construyendo y cómo *podíamos apoyarnos* mutuamente. Para cuando llegó el momento adecuado, ni siquiera era una pregunta: sabía que éramos los adecuados.

Haz un seguimiento como un profesional

Una buena primera impresión abre la puerta, pero es lo que haces después lo que determina si la relación se desarrolla. He convertido en una práctica hacer un seguimiento de cada conexión significativa dentro de las 24 horas. Incluso una breve nota, como "Encantado de conocerte, aquí está el artículo que mencioné" o "Mantengámonos en contacto sobre X", transmite profesionalismo y autenticidad.

También aprendí a mantener un sistema liviano de "CRM de por vida". Ya sea una hoja de cálculo, una aplicación de gestión de contactos o una nota en tu teléfono, haz un seguimiento de a quién has conocido, dónde y qué les importa. ¿Acaban de lanzar un nuevo producto? ¿Se está graduando tu hija? Estos pequeños puntos de contacto personales crean una profunda lealtad profesional.

Construye antes de que lo necesites

Una de las lecciones más importantes que he aprendido es construir la red antes de que lo necesite. Una crisis es el peor momento para conocer a alguien nuevo, pero un buen momento para acercarse a alguien con quien ha construido buena voluntad a lo largo de los años.

Por ejemplo, durante los primeros días de la pandemia, muchas empresas se esforzaban por encontrar servicios de limpieza confiables que cumplieran con los estándares de desinfección más estrictos. Debido a las relaciones que nuestros franquiciados habían fomentado a lo largo de los años, estaban en marcación rápida para los principales administradores de instalaciones, proveedores de atención médica y minoristas. Nuestra red se convirtió en nuestro salvavidas y en su solución.

Diversifica tu red

En las franquicias y los negocios en general, es fácil mantenerte en tu carril y hablar con personas de tu mismo sector, tu función exacta o tu misma geografía. Pero el crecimiento real ocurre en los bordes de tu red.

Algunas de mis conversaciones más esclarecedoras provienen de conectarme con personas ajenas a la industria de la limpieza comercial, incluidos empresarios tecnológicos, líderes sin fines de lucro e incluso artistas. Piensan de manera diferente, desafían tus suposiciones y, a menudo, abren puertas que no sabías que existían.

Una cosa que *no* se debe hacer: la trampa transaccional

Al principio de mi carrera, asistí a una reunión de networking en la que un joven emprendedor prácticamente me arrojó una tarjeta de presentación antes de lanzarse a

un discurso de ascensor memorizado. Nunca me preguntó mi nombre, nunca hizo una pregunta y en treinta segundos estaba escaneando la habitación en busca de otra persona.

Guardé la tarjeta, no para hacer un seguimiento, sino para recordarme a mí mismo lo que *no* debía hacer.

El networking no es una cita rápida. Si tratas cada conexión como un trampolín hacia algo que quieres, te encontrarás construyendo puentes que no conducen a ninguna parte. Las personas sienten cuándo están siendo "trabajadas" en comparación con cuando alguien está genuinamente interesado en quiénes son y qué les importa.

El networking significativo tiene más que ver con la calidad que con la cantidad. No se trata de crear la lista de contactos más grande. Se trata de construir las relaciones más sólidas. Ya sea que esté en servicios de limpieza comercial o en las artes creativas, invertir en relaciones profesionales auténticas y a largo plazo siempre generará rendimientos mayores que cualquier discurso frío.

Sé generoso. Sé curioso. Sé consistente. Porque en los negocios, las conexiones más fuertes no solo se hacen, sino que se ganan.

