



EL NETWORKING COMO HERRAMIENTA CLAVE PARA EL DESARROLLO DE TU NEGOCIO

Sumario

Elementos básicos para hacer Networking

Herramientas principales para el desarrollo de la red relacional

Eventos genéricos relevantes de Networking

La valoración de los especialistas: algunos enfoques y fuentes de información interesantes



Elementos básicos para hacer Networking

Hoy en día cualquier jornada de formación, o encuentro empresarial cuenta con un espacio de Networking. Pero realmente qué es el Networking? ¿Por qué nos sirve?

La traducción literal de Networking sería "trabajando tu red de contactos".

La base principal del Networking es construir relaciones con personas de tu entorno profesional que quieran hacer negocios contigo o con las que puedas hacerlo en un futuro de una forma u otra. Este trabajo bien aplicado nos servirá para incrementar nuestro volumen de negocio gracias a un incremento de contactos siguiendo una estrategia comercial y generando notoriedad hacia nuestra empresa.

Cada vez tenemos herramientas más potentes que nos permiten acceder a más contactos, redes más amplias. Y precisamente por eso tenemos que seguir cuidando con mucha atención las personas, primando siempre la calidad sobre la cantidad, y estableciendo objetivos claros tanto buscamos, como por lo que podemos ofrecer y esperamos obtener de estas (nuevas) relaciones. La tentación de ampliar continuamente nuestra red no mejora significativamente los resultados de nuestra empresa. Al contrario; posiblemente nos roba tiempo para hacer lo que es realmente beneficioso: trabajar y cuidar los detalles de la relación con aquellas personas con las que hemos establecido una conexión positiva, de confianza personal y productiva. En definitiva: cuidar nuestras relaciones de valor, más allá de cuando tenemos necesidad de pedirles algo.

Y como principio general, debe entenderse que las relaciones se basan en el interés mutuo, y por tanto en el intercambio bidireccional. Es fundamental pensar y elaborar lo que podemos ofrecer a cada persona, aparte de establecer lo que queremos obtener.

Aunque no hay fórmulas pre-definidas o cerradas que puedan constituir un "manual de Networking" (dado que cada empresa o profesional tendrá objetivos diferentes, y por tanto requerirá de la construcción de una red diferente, con acciones y necesidades diversas), hay ciertos principios básicos en los que los especialistas a menudo coinciden. En este caso, mencionaremos el decálogo que formula Jeffrey Pfeffer, profesor de Comportamiento de las Organizaciones en la Universidad de Stanford, junto con el emprendedor Ross Walker:

1. **Valorar el contacto cara a cara.** Los contactos deben ser gestionados personalmente cara a cara, y no sólo a través de redes sociales.
2. **Encontrar una conexión mutua.** Las personas son la clave detrás de las redes; hay que entender cómo leer rápidamente a las otras personas y encontrar lo que tienen en común. Hoy tenemos mucha información publicada sobre nuestros interlocutores, por lo que es mucho más sencillo encontrar y potenciar los intereses compartidos antes de iniciar el contacto.
3. **Crear una red sólida.** Las conexiones deben ser construidas sobre la base de argumentos de calidad, objetivos, perfiles reconocidos, e intereses claramente comunes.
4. **Hay que ser muy específicos.** Habitualmente queremos iniciar vínculos con personas que tienen agendas complicadas, con las que tendremos que interactuar de manera directa y concreta. Hay que articular propuestas,



demandas específicas de apoyo o interacción, proyectos, ofertas, etc. Siempre es mejor ofrecer algo tangible a considerar, sobre la que sea fácil dar una respuesta.

5. **Hay que ser diversos.** Aunque hay que enfocar nuestros intereses y concentrarnos en el ámbito de actuación de nuestra empresa o perfil, no se debe subestimar la importancia de los "lazos débiles" de la red. Gente diversa, varias industrias y diversos lugares aunque estas conexiones puedan parecer remotas a nuestros objetivos y nuestras previsiones. La diversidad también puede ayudar en las diferentes dimensiones de nuestro perfil.
6. **Hay que hacer lo que se dice.** Un comportamiento coherente es la base para la creación de nuestra reputación y mantener un buen nivel de credibilidad que nos permita establecer relaciones con estas características. Hay que satisfacer las expectativas, ofrecer el seguimiento adecuado, cumplir los compromisos adquiridos, y en general actuar de forma que nos ganamos la confianza de nuestra red.
7. **Hay que ser auténtico.** La mejor manera de ser convincente es tener un relato coherente, atractivo, y real.
8. **Pensar a largo plazo.** La construcción de una red relacional debe considerarse una inversión, que requerirá por tanto la dedicación de tiempo y recursos. Habrá que renunciar a beneficios inmediatos, o la realización de esfuerzos aparentemente sin fruto a corto plazo, con el fin de alcanzar objetivos estratégicos a medio y largo plazo.
9. **Cuidar las formas y el lenguaje.** Habitualmente, nuestros primeros contactos con los futuros nuevos miembros de nuestra red se realizarán por escrito, a menudo por correo electrónico. Hay que tomar el tiempo necesario para elaborar los mensajes y el contenido que queremos comunicar, los objetivos que queremos alcanzar, las conexiones que queremos establecer, los argumentos a los que queremos recorrer; y sobre todo, tener en cuenta los intereses de nuestros interlocutores.
10. **Mantener el contacto y ofrecer feedback continuo.** Una manera fácil de mantenerse en contacto con los miembros de nuestra red es enviar mensajes de correo electrónico de vez en cuando, incluso presentando a terceras personas que puedan ser interesantes para sus intereses, o respondiendo a demandas de conexión para ampliar nuestros círculos.

En este mismo sentido, Keith Ferrazzi y Dorie Clark (especialistas en networking también reconocidos a nivel internacional, y autores de diferentes libros y artículos en este ámbito) ofrecen un enfoque complementario y sugieren los siguientes principios básicos para impulsar una red relacional eficaz y productiva. Establecen que el networking, cuando se hace bien, puede ser un acelerador para nuestra carrera profesional y empresarial, e incluso un modo de enriquecer nuestra vida personal:

1. **Crear un Plan de Acción Relacional.** Ferrazzi sugiere la creación de un "plan de acción relacional" para garantizar que se invierte y se prioriza el tiempo con las personas más importantes. Las categorías serán diferentes para cada persona, en base a sus objetivos personales y profesionales. Ferrazzi dice que es también útil pensar acerca de qué tipos de conexiones serían valiosos a otros en nuestra red, como headhunters.



2. **Organizar eventos relacionales** invitando a personas de nuestro interés. Y sobre todo, parece que lo más efectivo es compartir comidas con nuestra red como una poderosa manera de llegar a conocerlos como personas, lo que permite profundizar en relaciones de mayor calidad.
3. **Re-evaluar regularmente.** Incluso si estamos acostumbrados a hacer networking regularmente, no nos podemos permitir ir en "piloto automático". Es posible que hayan cambiado nuestras prioridades, y en general, a medida que cambiamos también debe cambiar nuestra red, las personas con quienes nos relacionamos
4. **Establecer ciertos contactos aspiracionales.** Si hay alguien destacado que queremos encontrar, puede ser difícil acceder, pero eso no significa que no lo tengamos que probar. Hay que establecer siquiera un plan de contacto a medio y largo plazo, evaluando qué valor le podemos ofrecer y aportar a estas personas. Contactos en las redes sociales, publicaciones, eventos comunes de networking, etc., son buenos argumentos para definir y provocar los contactos.
5. **Hacer presentaciones.** Las redes no consisten sólo en la creación de nuestra propia lista de contactos. Se trata también de enriquecer las redes a personas de nuestro entorno, poniéndolos en contacto con la gente que sería útil para ellos. La clave para hacer presentaciones efectivas es pensar en la creación de beneficio mutuo y de conexiones realmente útiles.

Herramientas principales para el desarrollo de la red relacional

A menudo se piensa en la red social profesional LinkedIn como herramienta principal para el desarrollo del networking. Aunque esta es, efectivamente, una de las herramientas actualmente más utilizadas entre los muchos instrumentos disponibles, hay que mencionar también que esta es una red muy útil y utilizada para la búsqueda y conexión de perfiles (es decir, para una primera fase de la construcción relacional), pero si el vínculo se desarrolla y da frutos, es probable que salga de LinkedIn para solidificarse. En este sentido, LinkedIn es una manera efectiva para conectar, pero no tanto para mantener y hacer crecer las relaciones.

De una manera mucho más tradicional, nuestra red relacional deberá trabajar a partir de nuestra agenda personal y empresarial; y las nuevas conexiones, aquellas que tienen más probabilidad de desarrollar de manera sólida y productiva, provendrán en un alto porcentaje de introducciones a partir de personas en común o miembros de confianza de nuestra red actual.

Igualmente, las TIC nos ofrecen muchas ventajas para desarrollar nuestra red pero también nos obligan a alimentarla continuamente. En este sentido, es imprescindible construir y mantener una identidad digital para proyectar en nuestra red (nuestros intereses, proyectos, fuentes, actividades, etc.), así como mantener y alimentar una reputación digital coherente y equilibrada. Habitualmente, esta presencia se articula a través de redes sociales genéricas como Facebook, Twitter, y lo mismo LinkedIn, aparte de otros entornos más específicos relacionados con la curación de contenidos (como Instagram, Pinterest, Youtube, Flickr, Quora, Google+ , o los más recientes SlideShare, StumbleUpon, Digg, o Scoop.it).



En cualquier caso, hay que tener en cuenta que podemos tener herramientas para conectar, comunicar, y relacionarnos. En general, la conexión y la comunicación pueden ser multilaterales y públicas, pero la relación se establecerá en base a los canales tradicionales de forma bilateral y privada, o al menos restringida (fundamentalmente, el canal presencial real o virtual, la voz, y el correo electrónico).

Eventos genéricos relevantes de Networking

Los eventos de networking presencial son muy numerosos y diversos, en función del sector de actividad, el campo profesional, los intereses específicos, o la fase de la cadena de valor en la que se orienten (financiación, col • Colaboraciones, búsqueda de talento, etc.). Prácticamente todos los días se puede asistir a diferentes eventos de networking organizados por entidades públicas u organizaciones privadas (aparte de otros eventos como seminarios, talleres, jornadas, conferencias, etc., que a menudo también se utilizan como espacio de networking).

Sin embargo, hay algunos eventos genéricos que tienen el networking como objetivo principal:

- Congreso Cataluña Emprende: <http://accio.gencat.cat/cat/agenda-activitats/activitats-emblematicues/forum-inversio/2014/>
- BizBarcelona: <http://www.bizbarcelona.com>
- 22@Breakfast: <http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/85/607/lang,es/>
- First Tuesday: <http://www.firsttuesday.es>
- Seed & Click: <http://blog.seedandclick.com>

La valoración de los especialistas: algunos enfoques y fuentes de información interesantes

- Alfonso Alcántara: <http://yoriento.com>
- Proyectos TIC (Rosaura Alastruey): <http://www.proyectostic.com>

El Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Catalunya velará para asegurar la exactitud y fidelidad de esta información y de los datos contenidos en los informes.

Estos informes se publican para proporcionar información general. El Departamento de Empresa y Empleo de la Generalitat de Catalunya no aceptarán bajo ninguna circunstancia ninguna responsabilidad por pérdidas, daños o perjuicios o de otras decisiones empresariales basadas en datos o informaciones que se puedan extraer de este informe.