

eBook

Guía práctica de networking para la persona emprendedora

*Una herramienta de trabajo para crear, ampliar y optimizar
tus relaciones personales y profesionales*


Andalucía
se mueve con Europa

Desarrolla:

famet-andalucía
empresasautonomas

Financian:



Unión Europea
Fondo Social Europeo



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO

ÍNDICE

1. QUÉ ES EL NETWORKING

2. CÓMO HACER UN PLAN ESTRATÉGICO DE NETWORKING

3. NETWORKING OFFLINE

4. NETWORKING ONLINE

a'ed
en
autonomas

1. ¿QUÉ ES EL NETWORKING?

Actualmente, en el **ecosistema emprendedor** se valora mucho la importancia de una buena idea, el desarrollo del plan de negocio o la búsqueda de financiación como elementos capitales para el despegue y consolidación del proyecto de emprendimiento, y no les falta razón a aquellos que opinan que el desarrollo **técnico del proyecto es imprescindible** para empezar con garantías de éxito.

Pero además de todo esto, **los contactos que la persona emprendedora realice antes y durante la puesta en marcha** del negocio serán tan importantes como la parte técnica ya que pueden facilitarles todo el transcurrir en cada una de las etapas que atravesará. Para abrir y mantener contactos será necesario el desarrollo de las habilidades comunicativas que constituirán el cimiento sobre el que las personas emprendedora tejerán su red, aunque la planificación de todas las incursiones y la preparación del escenario promoverá que estos contactos se arraiguen como relaciones personales de confianza. Esto es lo que viene a aportarnos el networking, **una herramienta para mejorar la búsqueda y creación de una red de contactos con rendimientos personales y profesionales, es decir, con objetivos claros y definidos porque de no ser así estaríamos hablando de socialworking, no de networking.**

El **networking** es una herramienta empresarial que consiste en :



que trabaja con valores en las relaciones como:

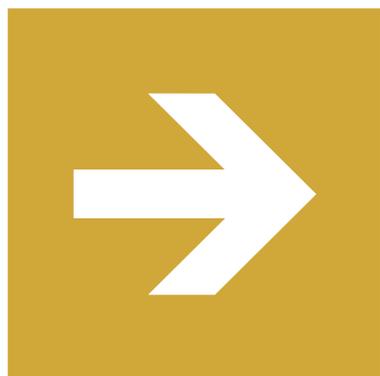


El **networking** requiere un **plan y una programación**, lo que se denomina un **Networking Plan** para recoger en un documento la hoja de ruta que te lleve a conseguir tus objetivos con tus redes de contacto.

2. CÓMO HACER UN PLAN ESTRATÉGICO DE NETWORKING

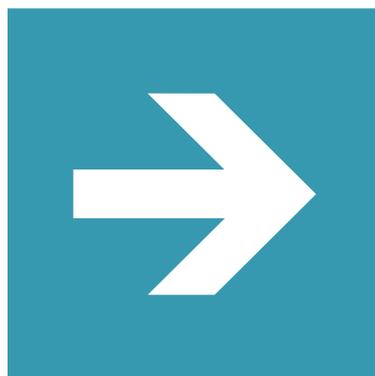
Realizar un plan de estratégico de networking no difiere de realizar un plan estratégico de empresa. Sus elementos se repiten y tan solo debes cambiar el enfoque del tema en cuestión. En definitiva, un plan estratégico es un conjunto de decisiones cohesionadas para alcanzar unos objetivos a corto o medio plazo conteniendo 3 partes bien diferenciadas:

DÓNDE QUEREMOS IR



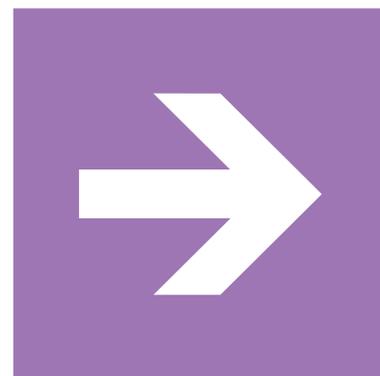
Objetivos

DÓNDE ESTAMOS



Diagnóstico

CÓMO VAMOS A LLEGAR ALLÍ



Plan de acción

➔ DÓNDE QUEREMOS IR

Las principales líneas de actuación deberán estar en línea con los objetivos que nos vamos a marcar dentro de una temporalidad. Estos objetivos pueden ser entre otros:

OBJETIVOS EN EL PLAN DE NETWORKING

- Crear una red de contacto para nuestro proyecto emprendedor.
- Aumentar el número de contactos personales y profesionales que me ayuden a mejorar la comercialización del proyecto de empresa.
- Optimizar nuestras relaciones con nuestras redes de contacto.
- Posicionarme como experto o experta en el sector en el que operaré.
- Generar visibilidad sobre la actividad de mi empresa.
- Buscar empresas asociadas para complementar mi oferta en otros territorios.

Estos objetivos y las líneas marcadas en coherencia con ellos pueden verse desvirtuados por alguna circunstancia, por ello es imprescindible **evaluar y medir el rendimiento de nuestra planificación**, permitiéndonos modificar y corregir aquellas actuaciones que sumen beneficios a nuestros propósitos.

➔ **DÓNDE ESTAMOS**

Esta es la parte más objetiva dentro del plan estratégico, ya que se trata de realizar un ejercicio de **investigación y recopilación de información basada en la realidad actual de tu red de contactos**, por ejemplo:



Una vez recopilado los datos utilizaremos una herramienta básica de diagnóstico de la situación como es el **DAFO**.

¿Qué es un DAFO?

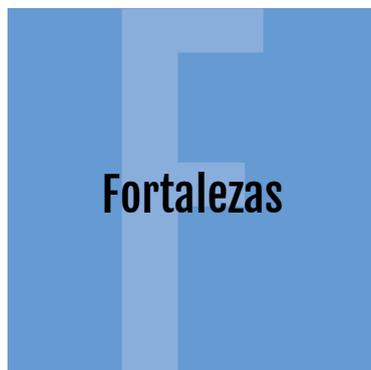
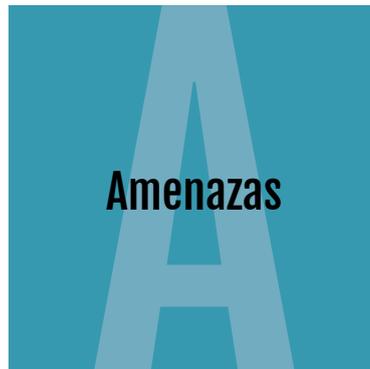
Es una metodología de análisis de la situación de un proyecto (empresa, situación, persona) que ayuda en la toma de decisiones a través del diagnóstico realizado sobre las fuerzas externas e internas que ejercen influencia sobre él.

La palabra es un acrónimo formado por las palabras:

→ INTERNO ←



← EXTERNO →



Con estas cuatro palabras realizamos el **análisis en cuatro pasos**:

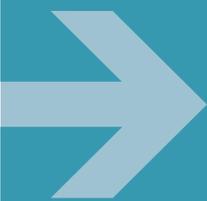
1. Análisis de la situación interna.
2. Análisis de la situación externa.
3. Elaboración de la matriz DAFO.
4. Evaluación y conclusiones.

1. Análisis externo – AMENAZAS y OPORTUNIDADES–

Enumera las de **amenazas** que supondría reducir tu red

- 
- En tu entorno empresarial/profesional
 - En tu entorno familiar
 - En el entorno institucional
 - En tu entorno de amistades

Enumera las **oportunidades** que genera ampliar tu red

- 
- En tu entorno empresarial/profesional
 - En tu entorno familiar
 - En el entorno institucional
 - En tu entorno de amistades

2. Análisis interno –FORTALEZAS y DEBILIDADES–

Enumera las **fortalezas** que favorecen tu red social. Por ejemplo

- 
- Capacidades para relacionarte
 - Actitudes para aumentar tu red
 - Competencias para relacionarme en el mi entorno

Enumera las **debilidades** que limitarán tu red social

- 
- Qué hago mal en mis relaciones personales
 - Cuáles son las actitudes que me debilitan
 - En dónde se evidencian mis debilidades
 - Cuándo se producen los errores y cómo los reconduzco

3. Una vez realizada la reflexión debes trasladarla a la **matriz DAFO**.

4. Esta matriz te ayudará a **evaluar** y realizar conclusiones para establecer las estrategias oportunas para **potenciar tus fortalezas, afrontar y disminuir tus debilidades y minimizar las amenazas aprovechando las oportunidades**.

➔ **CÓMO VAMOS A LLEGAR HASTA ALLÍ**

Es el momento de definir **cómo vamos a AMPLIAR, CONSOLIDAR, OPTIMIZAR O MEJORAR** nuestra red y pasar a la acción operativa. Vamos a definir todas las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos en nuestro plan de networking.

Existen dos maneras de hacer networking:

NETWORKING ONLINE

Es aquél que se sirve de las redes sociales en internet para establecer relaciones personales o profesionales.

NETWORKING OFFLINE

Busca realizar contactos personales en eventos en los que la participación presencial es determinante para que se produzca el contacto.

El mejor networking es una mezcla de online y offline ya que la combinación de los dos se complementan y fortalecen entre sí. El networking online nos puede ayudar a realizar los primeros contactos, pero mantenerlos en el futuro y consolidar nuestra relación será la función del networking offline.

3. NETWORKING OFFLINE

Hoy en día el **networking** se ha establecido como un método de trabajo habitual, por ello cada vez es más frecuente que muchas entidades tanto públicas como privadas, organicen actos de networking. Estos eventos **son los facilitadores** para entablar relaciones personales con las personas que nos interesan, pero no hay que desviar el objetivo en la toma de decisiones sobre los eventos, porque además de aportarnos contactos, tienen que reportarnos rentabilidad a través de la calidad de los mismos, y por lo tanto, antes de asistir a un evento hay que medir:



El estudio de la rentabilidad de acudir a un evento es la primera tarea que deberás realizar en cada acto de networking offline.

Pasos que debes seguir para hacer networking offline:

1

Investiga los eventos convocados afines a tus intereses personales (aficiones) y profesionales

Los eventos pueden ser:

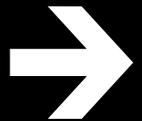
- Charlas
- Coloquios
- Cursos
- Ferias
- Actividades lúdicas/deportivas
- Congresos
- Exposiciones
- Mesas de trabajo
- Etc



2

Recopilar el máximo de información posible sobre el evento

- Temática concreta del evento
- Institución, organización o entidad que organiza
- Web/ RRSS de quien organiza
- Lugar de la celebración
- Objetivos que persigue el evento
- Ediciones celebradas del evento (nivel de consolidación del evento como indicativo del nivel organizativo del mismo)



3

Analizar y seleccionar minuciosamente los eventos a los que vas a asistir

Seleccionar los actos teniendo en cuenta la optimización de tu tiempo y tus recursos, en definitiva la rentabilidad del mismo . Piensa que no puedes estar presente en todos los acontecimientos y no todos sirven a tus objetivos.



4

Programa tu asistencia con un calendario de trabajo para que no interfiera en las actividades laborales en las que necesitas estar presente.



5

Resérvate un espacio en tu agenda dos días antes para preparar el evento:

- ¿Conoces a las personas que acudirán?
- ¿Cuál es el formato en el que se desarrolla el evento?
- ¿Puedo presentar mi proyecto? ¿Qué voy a destacar de mi proyecto? ¿Cuál va a ser mi discurso?
- ¿De cuánto tiempo dispondré para hacerlo?
- ¿Qué papel tiene las personas participantes y convocadas?
- ¿Qué soporte comercial de mi empresa llevaré al evento. Tarjetas de visitas/Tarjeta electrónica?
- Proponte un objetivo de contactos en el evento.



6

Reserva un espacio en tu agenda el día siguiente del evento que te permita organizar todos los contactos realizados y programar las actividades para que no se enfríe la relación iniciada (no tardes más de 3 días).



7

Una vez que inicies la relación, analiza los resultados obtenidos de tus nuevos contactos e invierte recursos en aquellos que aporten valor a tus relaciones personales y/o profesionales.

Recomendaciones cuando acudas a un evento:

- Mézclate con las personas durante el evento, preséntate e intercala los grupos de conversación con habilidad.
- Participa oportunamente para hacerte visible. En un debate o rueda de preguntas las primeras participaciones son las que te ayudan a que tu persona impacte.
- Todas las personas que participan en el evento pueden ser muy importantes para ti, no solo las personalidades deben ser objeto de tu atención.
- Da la mejor imagen, tanto exterior con tu forma de vestir como interior en tus modos y maneras.
- El soporte comercial tiene que estar fácilmente accesible para que cuando tengas que ofrecerlos no te obligue a perder tiempo en su búsqueda ni a generar huecos oscuros con tus personas interlocutoras.
- Twitea el evento y reseña a las personas que has conocido.

4. NETWORKING ONLINE

El networking online se sirve de las redes sociales para iniciar o crear relaciones personales o profesionales con personas que en principio no podríamos acceder a ellas por múltiples motivos.

Para la persona emprendedora, este tipo de networking es una herramienta imprescindible ya que te puede **dar un amplio alcance de visibilidad al proyecto** que el networking offline no te permite. También ofrece la ventaja **de realizar contactos de muy alta calidad de cualquier ámbito geográfico o temático**, personas que por su experiencia y proyección son consideradas como expertas a las que podemos abordar con nuestras aportaciones sobre conocimientos de un tema concreto.

Pasos para generar una red de contactos a través de las redes sociales:

1

Crear una presencia on line.

Algunos requisitos que te pueden ayudar para tu proyección personal:

- Genera contenido de calidad tanto escrito con visual. Realiza sesiones de hangouts o skipe con regularidad para que te identifiquen.
- Sé transparente y honesto. No intentes engañar. Si la comunidad capta una falsedad anula toda la credibilidad hacia tu persona, así que no te arriesgues.
- Cumple tus promesas, te ayudará a generar una presencia sólida y confiable en la red.
- Permite que la gente realice comentarios (no ofensivos ni denigrantes) sobre lo que haces y cómo lo haces.
- Aprende cada día algo nuevo y vuélcalo en la red si consideras que es algo innovador (no te repitas ni satures de información)



2

Seleccionar las redes donde queremos estar

Ejemplo:

Red	Alcance	Dedicación
Linkedin	Media	Media
Twitter	Media	Baja
Facebook	Baja	Baja
Blog	Alta	Alta



3

Identificar los sectores afines a tu proyecto de emprendimiento donde quieres hacer networking.



4

Identifica los perfiles que te interesan para conseguir contactos: amistades, compañeros y compañeras de estudios y trabajo, profesorado, profesionales de tu sector relevantes de tu entorno geográfico y personas líderes de opinión que cumplan tus expectativas. Ellos serán los conectores para la difusión de tu proyecto.

Categoriza tus contactos en función a tus intereses y desarrolla un plan de comunicación para cada categoría:

- a.** Identifica qué intereses y códigos tienen en común.
- b.** Descubre a las personas que lideran esa categoría.
- c.** Genera desde tu autoconocimiento los valores de identidad personal y profesional que vas a destacar en cada una de las categorías.
- d.** Consigna el número de intervenciones que realizarás a la semana.
- e.** Identifica tu mensaje bandera que te ayudará a posicionarte en la categoría que sea coherente con tus valores identitarios.
- f.** Crea un valor de conocimiento en cada categoría que corresponda a los intereses y códigos de la misma.



5

Pide recomendaciones a tus contactos de calidad para aumentar tu credibilidad.



6

Participa y hazte visible, no olvides que la mejor manera de participar es ayudando a los demás



7

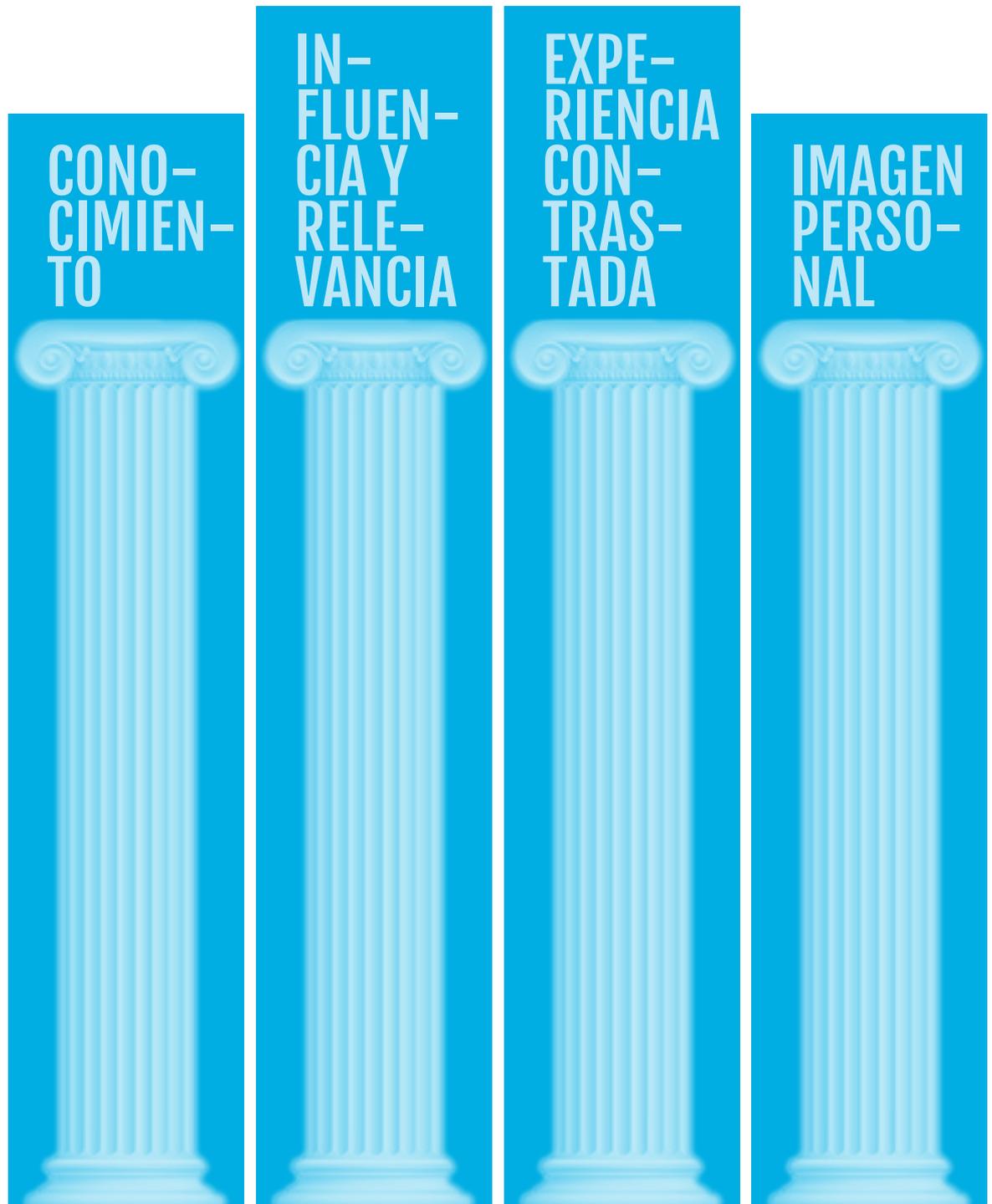
Dedícale tiempo a realizar comentarios en foros, de esta manera generarás un identidad en la comunidad en la que apoyarte para futuras actividades personales y profesionales.



8

Genera contenido de valor que aporte soluciones, información o experiencias a tus contactos. Procura utilizar terminología que te posicione como persona experta y con un lenguaje comunicativo ágil y fluido.

En definitiva, **créate tu marca personal** a través de los pilares del



Puede consultar más información en

famet-andalucía
empresariasautónomas

Federación Andaluza de Mujeres Empresarias Autónomas
Plaza Virgen de la Amargura, 2 Local D 41010 Sevilla
Tfno: 954 33 78 85

info@empresariasautonomas.es

www.empresariasautonomas.es

a^{en}**red**
autónomas