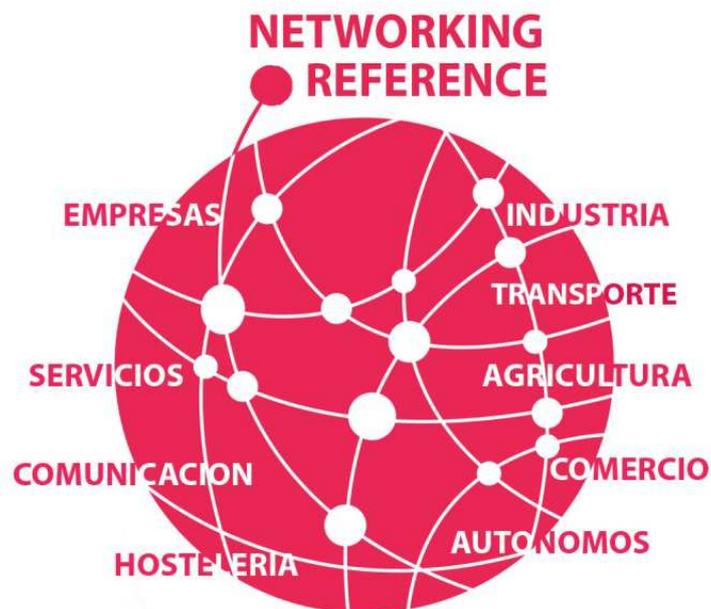


Castellón, 12 de junio de 2015

## ACTIVIDAD NETWORKING

### CONCEPTO **REFERENCE**



acciónate  
apoyo y trabajo

# CONCEPTO REFERENCE



Tanto si es una nueva iniciativa o una empresa consolidada, has trabajado mucho para conseguir estar en disposición de generar negocio. ¿Cuál es la mayor dificultad con que te encuentras? Seguro que **localizar tu potencial cliente**.

La mayor deficiencia de las Pymes es la de conseguir notoriedad y generar confianza para conseguir disponer de una adecuada cartera de clientes.

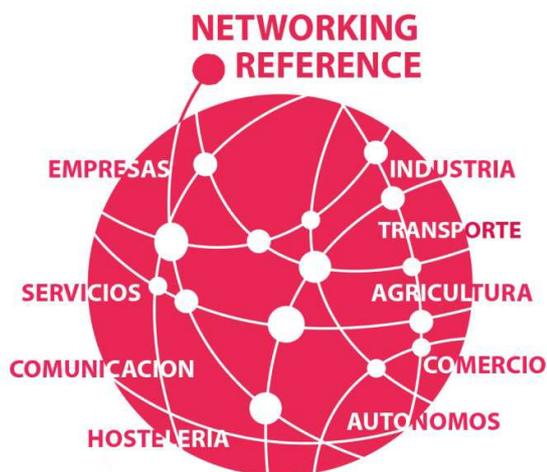
Éste es el mayor reto con que toda empresa se enfrenta y desgraciadamente los recursos económicos que se disponen para invertir en publicidad tradicional sea off-online o on-line son limitados.

El **Networking** permite incidir en esta deficiencia. Está demostrado que el contacto directo genera mayor confianza y multiplica viralmente la difusión de la empresa, sus servicios y productos.

Se multiplican las actividades Networking. Tanto a nivel público como iniciativas privadas y son muchos los empresarios que se interesan por estas clase actividades.

Cuando decides participar, sales muy satisfecho de la jornada. Habitualmente están realizadas de forma amena y dinámica. El resto de participantes están tan colaborativos e integrados como tú y consideras que de allí mismo van a salir clientes de forma casi instantánea.

La realidad es que en muchas ocasiones es sólo una burbuja de positividad, que se va desinflando a los pocos días.



Si Networking funciona. ¿Qué estamos haciendo nosotros mal, para que el Networking no pase de ser un rato agradable de compartir ilusiones sin un resultado palpable a medio plazo?

El fundamento del **CONCEPTO REFERENCE** se basa precisamente en identificar claramente qué pasos hay que realizar para conseguir un Networking de éxito y trabajar todos ellos, pues quedándose en los primeros sin profundizar más, es muy difícil conseguir clientes y colaboradores de calidad.

# Los 4 PASOS **REFERENCE**

**CONCEPTO RERERENCE** marca 4 pasos a seguir. Aunque tengan su secuencia y algunos de ellos necesitan haber potenciado con anterioridad los otros, se debe tener en cuenta que en su globalidad reside la potencia y la efectividad del sistema.

## **Darse a CONOCER**

Debes tener clara tu propuesta de valor, la imagen que quieres dar y preparar un mensaje claro, conciso, real y convincente.



## **Localizar Contactos**

Buscas compañeros de viaje, tanto como clientes como aliados estratégicos, ponte en su lugar, así te será más fácil ingresar en su círculo de influencia.

## **Generar Confianza**

Enseña tu imagen real, si intentas vender lo que no eres serás rechazado. Se gana con el tiempo, por ello es importante llevar un seguimiento.

## **Colaboración mutua**

Ayuda desde el principio, pregunta a los demás en qué puedes serle útil, busca posibilidades de apoyar su demanda y qué contactos puedes dirigirle. Conseguirás tener un nutrido grupo de colaboradores que estarán apoyando firmemente tu negocio.



# Claves CONCEPTO REFERENCE

A menudo damos la culpa a la ineficacia del método networking y no caemos en la cuenta de que pueden ser nuestros propios errores los que ocasionan su fracaso. Debemos tenerlos en cuenta, pues siempre están íntimamente ligados a nuestra forma de ser e impaciencia por los resultados.



## Que **NO** hay que hacer:

### ❑ Ser Cortoplacista

Los resultados no son inmediatos. Hay que contar con llevar un seguimiento marcarse unos plazos razonables. La generación de confianza requiere tiempo y dedicación.

### ❑ Ser Egoísta

El no escuchar y entender a los demás provocará el rechazo a tus comentarios. Procura participar el grupo y además colaborar con la organización para una buena dinámica.



## Que hay que hacer:

### ❑ Ser Generoso

Después de comprender las necesidades de los demás, intentar aportar soluciones reales y ayudar a conectar a los demás facilitará y mucho la involucración de los demás para ayudarte.

### ❑ Tener objetivos claros

Plantearse objetivos concretos y realizables. Tanto de magnitudes como en el tiempo. La mejor forma de saber si son factibles es la posibilidad de medirlos y evaluarlos.

### ❑ Ir preparado

Disponer de un mensaje claro, real y conciso, no lo dejes a la improvisación. Disponer del apoyo documental o con Ipad puede ayudarte a hacer entender mucho mejor tu propuesta.

### ❑ Seguimiento posterior

Dedicarle tiempo de análisis, evaluando las prioridades. Contactar de nuevo en breve, adecuando el mensaje a la situación concreta de cada contacto. Es muy positivo disponer de manual de seguimiento, tipo CRM pues permite sacar el máximo partido a medio plazo.