

Introducción

En los últimos años se han explorado distintas alternativas de trabajo derivadas de la evolución de los medios digitales, así como de las necesidades generadas en los últimos meses por los cambios de hábitos de compra generados por la pandemia. En gran parte, esta evolución ha forzado a las áreas comerciales a pasar de un ambiente de presencia física a uno de relaciones virtuales. Esto lo han hecho utilizando las plataformas digitales para realizar llamadas o juntas virtuales, además de echar mano de canales como las redes sociales, con el fin de ayudar en la promoción o captación de nuevos prospectos. Todas las actividades se han visto alteradas en algún grado, teniendo que adaptarse al entorno virtual para mantener la continuidad de los negocios.



Hasta el momento, se ha dejado fuera una actividad que constituye una de las principales herramientas para el crecimiento del entorno cercano de cualquier persona que emprende o persona del área comercial: el *networking*.

De acuerdo con Emprendedores Digitales (2020), el networking es el arte de crear, mantener y expandir nuestras redes de contacto, generando relaciones de confianza. Es abrir la capacidad de relacionarse con la gente adecuada, sin importar si tu proyecto es solo una o si te encuentras en una etapa más avanzada.

¿Sabes cómo está tu red de contactos profesionales? y ¿la usas adecuadamente para generar impacto positivo en el ámbito profesional? En esta experiencia de aprendizaje conocerás puntos relevantes del networking y aprenderás cómo aprovecharlos en tu campo profesional y personal.

Explicación

La importancia del networking en la actualidad

En los últimos meses los cambios tecnológicos han sido muy dinámicos; provocando que muchas de las cosas que se realizaban de forma específica, ahora se hagan de una manera totalmente distinta. Además, ahora se requiere que las personas cuenten con perfiles y habilidades diferentes que mejoren los procesos y los resultados.



El *networking*, como lo menciona Emprendedores Digitales (2020), "es el arte de crear, mantener y expandir nuestras redes de contacto, generando relaciones de confianza". El autor lo considera un arte, pues no solo consiste en ampliar la lista de contactos, sino que tiene un beneficio mucho más enriquecedor, en muchos sentidos.

Al mencionar la palabra redes se puede referir a varias situaciones de diversos ámbitos. Por ejemplo, puede ser una red del tren subterráneo o metro, red de suministro de agua potable, de energía eléctrica o de informática. Lo cierto, es que todas ellas implican la *interconexión, aprovechamiento de recursos, confiabilidad y disponibilidad*. Sobre este tema, Ruiz (2019) comenta que, si esas características se presentan en la red de contactos, entonces se crea una red eficiente y eficaz, pero sobre todo real, que permita el aprovechamiento de recursos e información.

El networking es considerado por diferentes personas expertas como una acción, porque tiene inicio, pero no un fin preciso, ya que es algo que debe estar en movimiento y actualización constante. Según Ruiz (2019), "es como el diseño de redes que cuenta con etapas que van desde la creación y seguimiento hasta la administración de la red".

Se podría pensar que este es un concepto relativamente nuevo, pero en realidad se trata de una actividad que tiene varias décadas de uso. Su utilidad y evolución se ha visto potenciada por el desarrollo de las redes sociales y del entorno digital, así como ha sucedido con muchas otras actividades del área comercial.

Antes de verse afectadas por el encierro de la pandemia, las reuniones de networking se hacían cada vez más frecuentes, gracias a diferentes organizaciones que se daban a la tarea de reunir a profesionales con el fin de establecer lazos entre ellos y facilitar el entorno de negocios. Aunque estos eventos pueden ser de gran utilidad para personas novatas, también los son para aquellas con algunos años de experiencia acumulada en el ámbito comercial. Para las primeras tiene un valor importante, al permitirles empezar a establecer lazos con personas que puedan representar algún potencial de nuevos negocios.

Networking como estrategia profesional

De acuerdo con Antoni Porras en Ruiz (2019), "networking es el arte de crear, gestionar, ampliar y mantener tu red de contactos, vía *online* (virtual: redes sociales, profesionales, IM, blog, web, etc.) y *offline* (presencial: eventos, desayunos, comidas y cenas de negocios, encuentros, etc.) de manera sistemática para que ambas partes ganen, se generen sinergias, colaboraciones y negocios, consolidando relaciones duraderas y de confianza".

Este autor muestra dos formas estratégicas de practicar el networking:

La tradicional (offline): es la más practicada de forma natural y desde hace mucho tiempo. Es de manera presencial y se da a través de eventos, desayunos, comidas y cenas de negocios, encuentros, entre otras actividades empresariales.

La tecnológica (online): es la más utilizada a partir de la introducción de las nuevas tecnologías, puede llevarse a cabo a través de diversas aplicaciones de manera virtual como redes sociales, profesionales, IM, blog y web.

A continuación, se hace una analogía de los alcances que puede tener el networking con una cadena de favores. Por ejemplo, asistes a un curso acerca de fotografía, ya que ha sido tu *hobby* por muchos años. En los descansos has entablado algunas pláticas con otras personas; una de ellas ha sido Pedro, que además de ser fotógrafo de paisajes, es veterinario. Ambos crean una buena dinámica con sus experiencias y hacen intercambio de sus números celulares para seguir en contacto. Al paso de unos días, un conocido te pregunta si conoces un buen veterinario en la zona norte del país, ya que su mascota requiere atención especializada. Entonces recuerdas a tu compañero y le compartes sus datos. El veterinario logra que la mascota de tu conocido recupere su salud y posteriormente te contacta con clientes potenciales para tu negocio. Lo anterior, es un ejemplo de una red de contactos tradicional, pero esto también puede suceder a través de las redes sociales.

Objetivo del networking

El *networking* busca crear una red de contactos, la cual no solo busca tener una gran cantidad de números telefónicos, semejando una Big Data. También pretende crear relaciones de calidad y confianza en donde, a través de la aplicación de diversas herramientas, se logre un crecimiento personal y profesional para que las personas que están involucradas propicien el crecimiento mutuo.



Aunque se trata de una estrategia que se define en el mundo de los negocios, el networking es una actividad que no está limitada al entorno de un evento u organización específica. Quienes son profesionistas deben poner atención a cualquier oportunidad que se presente para hacer networking, ya sea en un evento en la oficina, en alguna reunión social o en el gimnasio. La interacción con otras personas siempre presenta la oportunidad de intercambiar información sobre lo que las personas hacen y necesitan.

Otro punto para destacar es que uno de los principales factores que hay que considerar, es que se debe contar con un *elevator pitch* (discurso de presentación) con el que seas capaz de describir quién eres, qué haces y qué ofreces de manera rápida y concisa. Este discurso de presentación no debe durar más de un par de minutos y debe ser capaz de generar el interés de la persona con la que dialogas, de forma que busque conocer más sobre lo que le contaste.

Aunque este discurso no es exclusivo de la estrategia de networking, sí es uno de los elementos principales para que funcione correctamente. Piensa que se trata de tu carta de presentación. A partir de esta breve información las personas con las que hablas determinarán si puedes ser de interés para ellas.

Aunque este discurso no es exclusivo de la estrategia de networking, sí es uno de los elementos principales para que funcione correctamente. Piensa que se trata de tu carta de presentación. A partir de esta breve información las personas con las que hablas determinarán si puedes ser de interés para ellas.

Como se ha mencionado, debido al encierro provocado por la pandemia, estas actividades también se han visto seriamente afectadas al imposibilitar las opciones de reuniones físicas. Por esta razón, las redes sociales se han consolidado como una herramienta fundamental para el desarrollo de contactos en un ámbito profesional. Además, esta estrategia es un complemento natural para el *branding*. De esta forma, las actividades de desarrollo de marca personal deberán incluir acciones relacionadas con el networking y un plan de desarrollo en redes sociales. Entre estas redes se tiene a LinkedIn, Facebook y Twitter, siendo la primera la que ofrece un entorno natural para desarrollar contactos desde un ámbito profesional, pero esto no significa que las últimas dos queden descartadas.

Si se mantiene la estrategia de desarrollar un perfil profesional, prácticamente cualquiera de estas redes puede ayudar a desarrollar el networking. Aquí es importante retomar el tema de la relevancia de separar las actividades personales de las profesionales. Recuerda que la imagen que se busca brindar, desde el punto de vista laboral, tenderá a ser muy diferente a lo que se publica día a día en el ámbito personal.

Una vez que comienzas a desarrollar tu estrategia, puedes implementar actividades que se complementen con las campañas en redes para llevar a cabo actividades de prospección. Entre ellas se encuentran algunas herramientas como el *mailing*. Ésta permite enviar publicaciones periódicas como *newsletters* o promociones que desarrolla la empresa y que ayudan a mantener presencia con los contactos.

Después del envío de estos correos, se pueden programar algunas llamadas o mensajes de seguimiento que también permitirán mantener la actividad, pero hay que ser cuidadosos de no hostigar a los contactos. También es importante no caer en el error de trabajar únicamente para conseguir una reunión. Recuerda que el networking se trata de desarrollar relaciones interpersonales, por lo que, si en el acercamiento con alguien que es cliente no se obtiene el resultado deseado, se debe cuidar de no cerrar la puerta para oportunidades futuras. En el networking lo más importante no es el resultado inmediato de una reunión o llamada de contacto, sino el vínculo que se logre crear y que pueda rendir frutos en el futuro. Por mucho que se busquen resultados inmediatos, recuerda que esta estrategia es solo una herramienta más para el desarrollo de tus ventas.

Conforme se avanza en la creación de la red y se estrechan los vínculos con las personas, se llega al punto en el que, si en algún momento se necesita establecer contacto con alguna persona u organización, se puede recurrir a esta fuente para solicitar la referencia.

Cierre

Finalmente, es muy importante considerar la ética y la educación. Los mensajes que transmites no deben parecer necesitados. Si incluyes frases como *realmente necesito hablar con usted*, se está mostrando una inseguridad que no denota algo positivo. Mantente con una actitud abierta al contacto y al diálogo, y siempre prepárate para un rotundo *no* o para la falta total de respuesta. Recuerda que tus acciones y tu educación son tu marca; no permitas deslices como interrumpir una conversación, contestar al teléfono masticando un chicle o reaccionar mal ante una negativa.

Es importante la creación o desarrollo del networking en cualquier situación, ya sea personal o profesional, donde una red de contactos enriquecida puede generar grandes resultados. Recuerda la analogía con la cadena de favores y ten presente que para las empresas se vuelve necesario que no solo el personal de ventas tenga una red de contactos, sino que todos en la compañía puedan ampliar la capacidad de hacer llegar sus productos a los lugares necesarios.

También considera poner en práctica ambos tipos de networking, dependiendo del ámbito en donde te desenvuelvas, considerando siempre la disposición y apertura de ayudar a los demás y de solicitar apoyo cuando así se requiera. Recuerda que en medida de que la red se vuelve más grande, mayores serán las posibilidades de crecimiento y apoyo que recibirán todos.

Checkpoints

Asegúrate de:

- Emplear de manera correcta el concepto de networking.
- Aplicar las estrategias tradicionales y tecnológicas del networking en el ámbito profesional.
- Utilizar los conceptos de networking profesional para crear una red de contactos profesionales.

Referencias

- Emprendedores Digitales. (2020, 14 de septiembre). *Networking – El arte de generar negocio, relaciones y oportunidades* – Antonio Domingo | Podcast ep. 195 [Audio podcast]. Recuperado de <https://josemiguelgarcia.net/networking-el-arte-de-generar-negocio-relaciones-y-oportunidades/>
- Ruiz, N. (2018). *Networking para Dummies*. España: CEAC.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es EXCLUSIVAMENTE PARA fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.