

¿CÓMO APROVECHAR AL MÁXIMO UNA JORNADA O EVENTO DE NETWORKING SIGUIENDO UN PROTOCOLO?

I PARTE - DEFINICIÓN, OBJETIVO Y PROTOCOLO DEL NETWORKING

¿QUÉ ES EL NETWORKING?

¿Cómo definirías el Networking? ¿Se trata de una actividad de ventas? ¿Publicidad? ¿Marketing?



La definición es importante, porque determinará cómo nos preparamos para cada evento de Networking, nuestros objetivos para cada evento, cómo nos comportamos durante el evento, y qué esperamos conseguir.

¿Has asistido a una jornada de Networking y alguien ha tratado de venderte sus productos o servicios, sin conocerte, y sin averiguar tus necesidades o intereses?. **Esto sería un acto de venta.**

Es posible que no hayan intentado vendernos sus productos, pero se han dedicado a hablar “maravillas” de su empresa o persona, nos han dado su tarjeta sin interactuar con nosotros y acto seguido han ido a la caza y captura de otros. **Esto sería publicidad.**

Muchos hemos sufrido ambos casos, y no resulta agradable. **Por ese motivo, es fundamental conocer el significado del Networking y cómo conocer su protocolo para sacar el máximo partido a las jornadas a las que asistamos.**

La traducción literal de Networking sería “trabajar tu red de contactos”.

El Networking es una actividad del Marketing, es una forma de ampliar nuestra red de contactos y detectar clientes potenciales o colaboradores, y posteriormente crear un plan de acción para beneficiarse ambas partes. El Networking sirve para iniciar estas relaciones, para dar el primer paso (que suele ser el más complicado), y determinar si nos interesa seguir cultivando la relación o no. La palabra “detectar” es importante, porque para descubrir a un potencial cliente habrá que hablar con muchas personas que no lo son.

El Networking bien aplicado nos servirá para incrementar nuestro volumen de negocio gracias a un incremento de contactos rentables siguiendo una estrategia comercial o un plan de marketing y generando notoriedad hacia nuestra empresa.

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 u otra forma.

Podríamos definirlo como una venta personal en cierto modo. Debes darte a conocer, en qué eres profesional y las ventajas de la empresa en la que trabajas para que tus contactos te pidan mayor información y te ganen su confianza, que seas una buena referencia para que tus relaciones te recomienden a otras personas.

Después, iniciamos el proceso de desarrollar la conexión, generar confianza, y desarrollar la actividad comercial según las necesidades de cada uno – el famoso “ganar-ganar”.

Intentar vender a la gente sin conocerla de nada no funciona, y menos en un evento de Networking.

Ten claro tus objetivos: detecta a tus potenciales clientes o colaboradores, aprende sobre ellos, y cultiva esa relación a largo plazo basada en la confianza. Es la manera más segura de desarrollar tu cartera de clientes.

Autor: **Isabel Almagro**, Formadora y consultora en comunicación y protocolo.