

El poder del networking



Félix López Capel

El poder del networking

Trabaja tu red de contactos

netbiblo

Para comentarios sobre los títulos de esta serie:

bpocket@netbiblo.com

EL PODER DEL NETWORKING

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS 2008, respecto a la primera edición en español, por

© Netbiblo, S. L.

netbiblo

www.netbiblo.com

NETBIBLO, S. L.

c/. Rafael Alberti, 6 bajo izq.

Sta. Cristina 15172 Oleiros (La Coruña) – Spain

tlf: +34 981 91 55 00 • fax: +34 981 91 55 11

www.netbiblo.com

editorial@netbiblo.com

Miembro del Foro Europeo de Editores

ISBN 978-84-9745-251-9

Depósito Legal: C-4109-2008

Directora Editorial: Cristina Seco López

Editora: María Martínez

Producción Editorial: Gesbiblo, S. L.

Impreso en España – Printed in Spain

El autor



Félix López Capel

Responsable de desarrollo de negocio para España en XING, la plataforma de networking profesional líder en Europa. Anteriormente ha ocupado puestos de responsabilidad en marketing, consultoría y dirección comercial en prestigiosas empresas de formación, *outsourcing*, escuelas de negocios y agencias de publicidad, tales como Regus, Ítaca Global Learning, Xerox o Cesma.

A mis padres Pepe y Carmen los cuales se conocieron haciendo networking ya en el año 1962 gracias a un amigo común.

A mi padre en particular por la genética, la altura, enseñarme a cuidar la elegancia, la seriedad en el trabajo y convencerme de ser el mejor en algo siendo siempre un ejemplo a seguir.

A mi madre en concreto por inculcarme valores como la generosidad, la confianza, el respeto por todas las personas y darme su simpatía y eterno optimismo.

A toda mi familia la cual también es clave para hacer networking.

A mis buenos amigos de la carrera Joan, Enric, Toni, Óscar, Juanjo y Ángela.

A mis colegas de ICADE y Cesma: Paco, Jesús, Lucía, Ana, Leticia, Iván, Joaquín, Chano...

A mis ex compañeros de Xerox, Itaca y Regus, muy en especial a David Abrahams, Thomas Molnar, Eugenia, Harald, Rocío, Juan, Manel, Julio, Fabiola, Jorge...

y a mis mejores clientes entre los que destaco mis contactos habituales de ILL, Cepsa, Sanitas, Burger King, Aenor, Iecisa, Repsol, Catenon, KPMG, IFI, SQL, BSI, Repsol, In Out Travel, etc.

Con todos ellos he pasado y sigo pasando muy buenos momentos trabajando, saliendo, aprendiendo, colaborando, recomendando y haciendo networking en general.

Finalmente a mis nuevos compañeros de XING, más de 150 personas a las que nos apasiona el networking y mejoramos cada día más nuestra plataforma para que sea el mejor medio para practicarlo tanto on-line como off-line.

Para empezar a hacer networking empieza pensando en tus buenos amigos, no hace falta que te diga que quién tiene un amigo tiene un tesoro.

Contenido



¿Qué es el networking?

1.1	Origen del networking.....	14
1.2	Definición de networking en base a mi experiencia	17
1.3	Otras definiciones.....	18



¿Para qué me va a servir?

2.1	En mi trabajo	23
2.2	En mis resultados: Más oportunidades, más ventas, más acuerdos.....	24
2.3	En mi carrera profesional: Para cambiar de trabajo, para promocionar.....	25
2.4	En mi vida personal: Círculo de amigos, familia, hobbies	26
2.5	¿Cuándo empiezo a hacer networking?	28



¿Cómo hacer networking?

3.1	Organización de la agenda del networker.....	29
3.2	Cómo ir a hacer networking	31
3.3	Kit de supervivencia del networker	35
3.4	Los elementos clave para hacer mejor networking.....	36
3.5	Los errores típicos de l@s networkers novat@s	43



¿Dónde se puede hacer networking?

4.1	Las cámaras de comercio	45
4.2	Asociaciones profesionales, clubs, colegios profesionales.....	51
4.3	Foros profesionales, ferias, congresos	64
4.4	Jornadas, seminarios y conferencias.....	70
4.5	Las asociaciones de antiguos alumnos. <i>Alumni Association</i>	71
4.6	En tu empresa.....	72
4.7	En tu entorno más cercano	72
4.8	Eventos informales.....	73
4.9	Viajando	75



Generando tus propios eventos de networking

5.1	Elección del tema central o motivo del evento	78
5.2	Elección del lugar perfecto para el encuentro	78
5.3	La convocatoria o invitación.....	79
5.4	Búsqueda de patrocinadores y colaboradores	79
5.5	El día del evento. Logística y recepción	80
5.6	Desarrollando un evento de networking productivo	81
5.7	El seguimiento	82
5.8	¿Para cuándo el siguiente?	83
5.9	Ejemplo de una convocatoria de un evento.....	83



¿Dónde aprender las bases del networking?

6.1	El autodidacta.....	85
6.2	Las escuelas de negocios y universidades.....	86
6.3	Cursos de especialización y <i>referrals clubs</i>	87
6.4	Libros recomendados.....	88



¿Cómo gestionar de forma efectiva mis contactos?

7.1	Las tarjetas de visita.....	89
7.2	Organización del tarjetero	90
7.3	Dispositivos digitales: Palm, Blackberry, Smartphones, Iphone	91
7.4	Las plataformas de networking profesional: LinkedIn, Plaxo, Viadeo y XING	92
7.5	Directorios de empresas	110



Testimonios, experiencias y casos de éxito de networkers

111

¿Qué es el networking?

El networking hoy está en boca de todos y prácticamente a todos los niveles pero ¿qué entiende cada uno por networking?

Se presta a confusión porque cualquier gran corporación llama Network a todas sus oficinas repartidas por el mundo, también se llama Network la red informática de una empresa.

Networking no es sinónimo de Cisco, hoy en día los profesionales lo entienden como “red de contactos” y hacer networking como “acudir a actividades y eventos con el fin de incrementar su red de contactos profesionales y buscar oportunidades de negocio” y deberíamos entender plataforma de networking como “una red virtual para la gestión efectiva de tus contactos”.

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

En este libro sólo vamos a hablar del networking profesional, ya que éste se puede considerar como una herramienta más de marketing, ventas y comunicación en la empresa.

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.

Hay que saber cómo sacar el máximo partido de los contactos y hacer que tu red crezca de acuerdo a tus intereses personales y profesionales, practicando un networking profesional te llegarán buenos resultados de forma totalmente natural si sigues una serie de técnicas.



En definitiva 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.

Es una forma de venta personal en cierto modo. Tienes que dar a conocer en qué eres profesional y las ventajas de la compañía en la que trabajas para que tus contactos te pidan mayor información y te ganen su confianza.

Networking también se basa en generar notoriedad, darte a conocer, que seas una buena referencia para que tus contactos te recomienden a otras personas.

Es una herramienta que cada vez va ganando más peso en las empresas, sobre todo dando mayor valor a aquellos profesionales que cuentan con una buena red de contactos y saben moverse para generar mayor negocio para las empresas en las que trabajan.

1.1 Origen del networking

El networking más básico existe desde siempre en los grupos que se han ido formando desde la infancia, la escuela, el instituto, la universidad y nuestro primer trabajo, seguro que tienes varias de estas redes actualmente y has sacado partido en algún momento de alguna de ellas.

A nivel profesional, siempre se han cerrado acuerdos tomando café, en almuerzos de trabajo, ferias, conferencias y también siempre ha existido el asociacionismo de colectivos profesionales o en las mismas cámaras de comercio algunas de ellas contando ya con más de 100 años como la británica o la francesa en España.

Otras asociaciones profesionales que practican el networking desde hace ya más de 40 años en España son el Club de



Dirigentes de Marketing de Madrid o el de Barcelona, por poner otros ejemplos.

Siempre ha habido una gestión de contactos, los profesionales saben a quién conocen, a quién quieren conocer y cuáles son sus objetivos. Es cuestión de planificarse y seguir una metodología.

Referencias bibliográficas en libros de Management aparecen ya en los años 90, pero ha sido la popularización de Internet y la evolución de Internet con la Web 2.0 lo que nos ha simplificado enormemente la comunicación haciéndola más fluida, sencilla, profesional y permitiéndonos conservar y administrar toda la información referente a nuestra red de contactos.

Las redes sociales se basan en la teoría de los seis grados, según la cual cualquiera puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cuatro intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada *Chains*. El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.

Esta teoría fue recogida también en el libro *Six Degrees: The Science of a Connected Age* del sociólogo Duncan Watts, y que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis “saltos”. Cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos, y así sucesivamente hasta llegar a 1.000.000.000.000 de personas.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram ideó una nueva manera de probar la teoría, que él llamó “el problema



del pequeño mundo". El experimento del mundo pequeño de Milgram consistió en la selección al azar de varias personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de millas de distancia.

Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensaran que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Aunque los participantes esperaban que la cadena incluyera al menos cientos de intermediarios, la entrega de cada paquete solamente llevó, como promedio, entre cinco y siete intermediarios. Los descubrimientos de Milgram fueron publicados en *Psychology Today* e inspiraron la frase seis grados de separación.

En *The social software weblog* han agrupado 120 sitios web en diez categorías y QuickBase también ha elaborado un completo cuadro sobre redes sociales en Internet.

El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web *classmates.com*. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o seguir manteniendo el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc. En España tenemos la web *www.mipasado.com*.

En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como Friendster, Tribe.net, MySpace, Ecademy, XING (openBC), Soflow y LinkedIn. Hay más de 200 sitios de redes sociales, aunque



Friendster ha sido uno de los que mejor ha sabido emplear la técnica del círculo de amigos. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2004. Otros buscadores como KaZaZZ! y Yahoo crearon redes sociales en 2005.

Como puedes comprobar el poder del networking es ilimitado, si indagas un poco sobre las personas que conoces, te darás cuentas de hasta dónde puedes llegar.

Yo sin ir más lejos estoy a sólo dos grados o dos personas del Rey de España, Don Juan Carlos I. Si puedo llegar al Rey de España en cierto modo puedo llegar a otros contactos suyos y sin duda, Don Juan Carlos tiene una excelente red de contactos por todo el mundo al más alto nivel.

También estoy a sólo dos grados de separación de Almodóvar ya que Carmen Maura, una de mis actrices favoritas, es tía de mi mejor amiga de Madrid. Por este contacto, pues, puedo colarme en la gala de los Oscars del año que viene y saludar a Woody Allen o a quien quiera es cuestión de marcarse metas.

1.2 Definición de networking en base a mi experiencia

Para mí el networking es toda aquella actividad comercial a través de llamadas a puerta fría, recomendaciones, búsqueda en directorios, búsqueda en la red, pertenencia a asociaciones, clubs y el acudir regularmente a eventos profesionales con el fin de hacer contactos profesionales.

Toda esta actividad perseguirá diferentes fines en función de nuestro puesto en la empresa en la que trabajemos que, en concreto, podrán ser:

1. Afianzar la relación con nuestros clientes actuales.



2. Conocer mejor y en un entorno más distendido a nuestros clientes actuales.
3. Dar a conocer nuestra empresa o idea de negocio.
4. Darnos a conocer a nosotros personalmente con idea de desarrollo profesional.
5. Dar a conocer nuevos productos o servicios de nuestra empresa.
6. Detectar oportunidades de negocio.
7. Conocer a potenciales clientes o socios comerciales.
8. Retomar el contacto con personas que conocimos con anterioridad.

1.3 Otras definiciones de networking

Definición del CEO de Networking Activo

“Es una filosofía que consiste en el establecimiento de una red de contactos profesionales que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores. Se trata de intercambiar información y contactos, y de establecer relaciones con personas que compartan intereses profesionales comunes. Hacemos networking para avanzar en nuestra carrera, para expandir nuestro negocio, para aumentar nuestra visibilidad y para mejorar nuestra red de contactos.”



Emilio Márquez



Definición del Director de Valencia Knowledge Management Consulting

“Networking, más allá de su significado semántico, es una forma de trabajar alineando objetivos y acelerando procesos a través de la gestión profesional de la confianza de nuestra red de contactos.”



Alberto García-Lluis Valencia

Definición del Director Regional de BNI en España

“El networking es el INICIO del proceso del marketing de boca-en-boca. Es la oportunidad de crear una buena primera impresión y representa una herramienta poderosa para ampliar nuestra red de contactos, sean colaboradores, proveedores o potenciales clientes. Pero la eficacia del proceso depende de nuestra actividad DESPUÉS de hacer networking y de nuestras ganas de ayudar a los demás ANTES de pensar en lo que vamos a recibir a cambio.”



Mark Gibson



Definición del Director de Thursday Internet

"Una poesía:

¿Qué es networking? dices mientras intercambiamos tarjetas y estrechamos nuestras manos.

¿Qué es networking? ¿Y tú me lo preguntas?

Networking... eres tú.

Networking: compadraje, según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española: unión de personas para ayudarse mutuamente.

Networking: facilitar el cruce de oferta y demanda de productos, servicios o relaciones entre los miembros de una red.

Networking: dar primero para luego recibir.

Networking: "hay que tener amigos hasta en el infierno".

Networking: preguntarte en qué puedes ayudar a tus contactos, para que de manera natural ellos te ayuden a ti añadiendo eficiencia y valor a la red."



Ildefonso Mayorgas



Definición del Director de 6º, Club de networking

"El networking es una forma de vivir, para un networker natural como yo es una pasión, una forma de entender la vida. Los contactos, me han permitido conocer a gente muy especial, a organizar eventos en la otra punta del mundo gracias al networking virtual, y a generar negocios, crear oportunidades, y también a hacer realidad los sueños de muchos, desde crear una empresa, a conocer a alguien que creíamos inaccesible... Me ha permitido ser solidario, ayudar, colaborar y cooperar con otros no tan afortunados.

Porque queramos o no,... desde siempre hemos socializado, cuando lo estructuras consigues cosas sorprendentes."



Antoni Porras

Definición de la directora de Contactos y Negocios, Argentina

"Para mí el networking ha sido la línea conductora de mis negocios, quizá el beneficio más grande son las plataformas utilizadas que cada vez son más útiles para los usuarios. Pero mucho tiene que ver la actitud de quienes participan, es fundamental saber lo que se busca y qué es lo que se va a entregar a cambio. Siempre debe haber una ida y una vuelta, no sirve unirse a ninguna plataforma si sólo deseas recibir."



*Eva María
González*



Definición del Socio Director de *First Day*, Chile

“El networking se define como el proceso de juntar, coleccionar y distribuir información para el beneficio mutuo de uno y de las personas en su red (amigos, compañeros de trabajo, asociados, familiares). El propósito del networking es dar y recibir información valiosa.

El networking es una forma de actuar que cubre todas las áreas de nuestra vida, genera satisfacción a los niveles más profundos y vincula a la gente en una corriente de energía productiva.

El poder del networking no se define por lo que ganamos de otros, sino por la interacción humana y el valor personal generado por la interacción.

Networking es conectarse con la gente aunando ideas y recursos. Networking es establecer conexiones que son mutuamente satisfactorias, que nos ayudan y hacen desarrollarnos a todos.”

Definición del CEO y fundador de XING AG

“El networking, es decir, la costumbre de relacionarse con otras personas es un acto instintivo y natural. Cada contacto personal y profesional que estableces le aporta un valor a tu red y puede ser determinante en tu carrera profesional.

Networking es construir y mantener una red social, cuidar tus propios contactos.”



John David Joui



Lars Hinrichs

¿Para qué me va a servir?

Como he indicado anteriormente, el networking es una herramienta más de marketing, ventas y comunicación por lo que podrás darle el uso que desees. Necesitas constancia para conseguir los objetivos que te plantees y no hacer networking de vez en cuando sin guardar ni clasificar todos los contactos y oportunidades que vayas conociendo.

2.1 En mi trabajo

Como directivo, como profesional, como empresario, para realizar tu trabajo y lograr tus objetivos, te relacionas a 360° con tu equipo de trabajo, tus clientes, proveedores, socios, colaboradores... entre otros muchos. Ellos son los integrantes de tu red de contactos profesionales.

En tu trabajo hacer networking de forma profesional te va a servir para situar a tu empresa en el mercado respecto a tu competencia, colaboradores, socios, clientes actuales y potenciales, darla a conocer, darle mayor credibilidad, establecer nuevas alianzas, acuerdos estratégicos.

Dentro de tu empresa date a conocer por tus habilidades y aptitudes, que seas una referencia y que todo el mundo acuda a ti como el experto o experta en "marketing", en "eventos", en "ferias", en "hablar en público", en "planes contables", en "hablar en inglés, francés o alemán", en aquello en lo que puedas destacar. Esto te dará mayor valor y más oportunidades de



promoción interna en comparación con aquellos colegas que no salgan de su oficina y pasen desapercibidos.

2.2 En mis resultados: Más oportunidades, más ventas, más acuerdos...

Gracias a una buena política de networking en tu actividad comercial tendrás más ojos para detectar oportunidades, no te conformes con leer la prensa económica o leer periódicos digitales en Internet. En los eventos de networking podrás saber por boca de otros qué está haciendo la competencia, cambios en el mercado, entrada de nuevos competidores, etc.

Podrás conocer a más personas que trabajan en tus empresas cliente y ampliar así tu red de contactos dentro de éstas, podrás contactar con nuevos clientes potenciales y darte a conocer. Incluso si coincides con tus contactos, éstos podrán hablar de ti y recomendarte a tus contactos.

Si eres visible en los eventos de networking cuando a alguien le surja una necesidad relacionada con tu trabajo a buen seguro te llamará a ti o te recomendará a un tercero.

Si después de haber conocido a alguien en un evento, éste muestra interés por ti y tu compañía y le haces seguimiento dejarás en esa persona una buena impresión y contará contigo en el futuro.

También será fácil que coincidan intereses en estos eventos y surjan oportunidades de forma inmediata porque tu contacto necesite de tus servicios al día siguiente. Lo digo por propia experiencia, la suerte no existe, hay que estar en el lugar preciso y en el momento adecuado.

Toma el protagonismo (pero sin abusar) en los eventos que puedas, lo dicho, marca la pauta, sé una referencia en tu sector



hagas lo que hagas (empresa de traducciones, agencia de comunicación, mobiliario de oficinas, integración de sistemas, formación para directivos...).

2.3 En mi carrera profesional: Para cambiar de trabajo, para promocionar...

En mi vida profesional he enviado cientos de *currículum* a ofertas de empleo, he acudido a infinidad de entrevistas de trabajo y he realizado los engorrosos test psicotécnicos, pero al final gracias al networking, la gestión eficaz de mis contactos, he ido cambiando de empleo y promocionando.

Si eres un buen profesional en tu trabajo tus propios clientes tirarán de ti para que pases a trabajar con ellos, lo mismo ocurrirá con tus colaboradores y proveedores.

Tus compañeros que han dejado la empresa también se acordarán de ti si les va bien y necesitan de más profesionales, tus antiguos jefes también contarán contigo si se embarcan en un nuevo proyecto y quieren a alguien de confianza en su equipo.

Asimismo, si te llegan ofertas de trabajo y no tienes intención de cambiar, refiéreselas a tus contactos, te lo agradecerán y te devolverán el favor en el futuro.

Trata de estar siempre en el mercado y conocer bien tu valor real para poder negociar año tras año en tu puesto si tus resultados son buenos.

Si te das de alta en las redes profesionales de networking como XING, LinkedIn o Viadeo indica si estás o no interesado en cambiar de trabajo y mantén actualizado, detallado y claro tu perfil profesional, logros e intereses y adjunta una buena foto.

Por todo ello, sé profesional en tu trabajo y da a conocer tus buenos resultados a 360°.



2.4 En mi vida personal: Círculo de amigos, familia, hobbies

Gracias al networking no sólo vas a poder ampliar tu horizonte profesional, el practicarlo de forma continuada hará que coincidas en numerosas ocasiones con contactos entre los que surgirá más que una relación profesional y entablarás amistad con ellos.

Ya no quedarás con ellos sólo para hablar de trabajo sino que podrás quedar con ellos para desayunar, almorzar, ir a un concierto, a un evento deportivo, hacer el Camino de Santiago o cualquier actividad ya no meramente profesional y formal.

A partir de las reuniones periódicas de networking, podrán coincidir intereses comunes de varios miembros organizando así otros grupos con identidad propia: “el club del Vino”, “el club de los artistas”, “el club del Mus”, “el club de los chefs”, “el club de lo que quieras”.

La vida es algo más que trabajar y trabajar, es otra de las ventajas del networking ya que en los eventos te encontrarás con personas de diferentes perfiles, es una forma más de salir de la oficina y tomar un poco de aire y ver el mundo con otros ojos.

Así pues, no te limites a hablar puramente del trabajo, habla también de tus aficiones, de tu familia, de tus viajes y experiencias, de tus libros favoritos, todo ello te dará una imagen más humana.

Más allá del círculo de amigos, a mí el networking se me ha ido de las manos y he puesto en contacto a personas que han acabado casándose. Para ello existen empresas que ponen en contacto personas con los mismos intereses y aficiones como Match.com pero el amor está en todas partes y puede surgir en tu propio trabajo, con tus compañeros de carrera o en algún evento de networking, ¿por qué no?



2.4.1 Círculo de amigos

Como dice mi buen amigo Ney Díaz, presidente de INTRAS, “los amigos de mis amigos son mis amigos”. Es una ley que suele fallar poco, así que no tengas miedo de mezclar grupos de amigos distintos en determinados momentos o únete a grupos de amigos nuevos donde no conozcas a nadie.

Por lo general, los grupos de amigos son homogéneos, personas de edades parecidas, situaciones familiares parecidas, estudios parecidos y perfiles profesionales similares por lo que siempre encontrarás puntos de encuentro con los amigos de tus amigos.

2.4.2 Tu familia

Esta sí que es una auténtica red de contactos y en este caso ya existe, no tienes que crearla pero sí desarrollarla.

Aprovecha las reuniones familiares para ponerte al corriente sobre la actividad profesional de tus familiares, cambios, promociones, si establecen una nueva empresa, puede que en un momento dado cuenten contigo.

Si trabajas o colaboras con tu familia cuida al máximo tu reputación profesional no bajes la guardia y abuses de la confianza sólo por ser familia, cumple los compromisos que adquieras. Tu propia familia también te va a recomendar, estuve en una reunión de padres de alumnos en el colegio de mi hijo y la abuela de un niño tenía tarjetas de su hija que es abogada que iba repartiendo y no iba a comisión.

2.4.3 Tus hobbies

No hay nada más saludable para tu mente que un hobby para evadirte de tu trabajo. A mí me gustaba la salsa y el merengue y en la clase de baile conocí personas realmente interesantes con altos cargos en multinacionales que cuando hizo falta me echaron una mano aunque fuese simplemente para darme un contacto.



Da igual salsa, pintura, cocina, escultura, idiomas, filatelia o cualquier otro hobby, hay infinidad de lugares en los que coincidir con personas que tengan tus mismas aficiones, estarás en un ambiente distendido haciendo lo que más te gusta, muéstrate tal y como eres y comparte información sobre ti.

2.5 ¿Cuándo empiezo a hacer networking?

Sin saberlo ya has empezado a hacer networking.

En la escuela en la que has estudiado probablemente conservas y mantienes contacto con algunos de tus antiguos compañeros e incluso organizas encuentros periódicos con ellos.

Si has cursado estudios superiores puedes estar colegiado de acuerdo a tu titulación y recibir invitaciones a diferentes actividades organizadas por estas escuelas o universidades.

Si practicas algún deporte también establecerás relación con tus compañeros de afición y quedaréis para tomar algo, organizar cenas o excursiones.

Con tu círculo de amigos a buen seguro que les llamarás de vez en cuando y les pondrás en contacto con otras personas que consideres interesantes para ellos.

En aquellas empresas en las que hayas trabajado anteriormente mantendrás relación con algunos de tus ex compañeros y ex clientes.

Tendrás quizá tarjetas de visita de tu empresa pero también de tu hobby que distribuirás cuando tengas ocasión.

En definitiva, el ser humano es un “animal social”, no podemos vivir sin comunicarnos con los demás.

¿Cómo hacer networking?

En este capítulo te voy a dar una serie de recomendaciones 100% prácticas para que te muevas como pez en el agua en el arte del networking.

Para ello he tratado de acudir a todos los eventos de este tipo posibles, principalmente en Madrid y Barcelona y para otras ciudades me he basado en la experiencia de algunos de mis colegas.

Para ello también he cometido errores y he perdido parte de mi tiempo personal pero prácticamente siempre he sacado algo positivo de la experiencia.

El caso es no quedarse encerrado en la oficina todo el día y ver todas las opciones posibles para después poder planificar de forma clara a dónde queremos ir y cómo.

3.1 Organización de la agenda del networker

Primero has de tener claro qué ofreces tanto a nivel personal como de tu empresa. Haz una lista de todos aquellos clientes a los que te gustaría llegar para hacer negocios con ellos, busca aquellas organizaciones que te puedan dar contactos y participa en aquellos grupos que te sean afines y en los que puedas encontrar a tu público objetivo. Una vez lo tengas claro, investiga



a través de Internet, prensa especializada y tus contactos todos aquellos eventos de tu interés:

- Suscríbete a todos los boletines de noticias que toquen temas de tu interés, más vale tener exceso de información que falta de información.
- Lee y participa en blogs que también tengan que ver con tus intereses.
- Date de alta en aquellos grupos o comunidades on-line de los que puedas obtener algo, desde simplemente información o ideas hasta oportunidades de negocio. En las principales plataformas de networking *on-line* como XING y Viadeo se publican eventos y hay grupos para absolutamente todos los gustos, sino créalos tú mismo.
- Busca comunidades virtuales, foros de discusión o grupos de noticias de tu interés.
- Echa un vistazo todos los domingos a las páginas salmón, la prensa económica y las revistas especializadas para saber de próximas conferencias, seminarios, entregas de premios, todo aquello que suscite tu interés.
- Visita las principales páginas de las cámaras de comercio, por mi experiencia son de las más activas, tienen infinidad de actividades que además no son exclusivas para sus miembros.
- Recoge toda la información referente a ferias que se celebran en tu ciudad o país a las que puedes acudir como visitante e incluso como expositor.
- Recomienda eventos a tus conocidos y di que cuenten también contigo para informarte de aquellos que te puedan interesar.
- Crea tus propios eventos (detallado en el Capítulo 5) e informa de ello a todos tus contactos, hazlos visibles sobretodo en la red.



3.2 Cómo ir a hacer networking

Ahora ya tienes claro dónde puedes ir a hacer networking y cuándo, te falta el cómo. Tienes que ser un camaleón y adaptarte al tipo de evento que vayas a acudir, infórmate antes para no aparecer con traje y corbata en una reunión donde todo el mundo vaya *casual*.

Cuida al máximo tu aspecto físico de los pies a la cabeza, al igual que si fueses a una importante entrevista de trabajo, tienes que sacarte el máximo partido. Echa un vistazo al libro de *Marketing del Ego* de esta misma colección para no descuidar ni un detalle, no sólo de tu imagen.

Antes de salir de casa o de la oficina para una reunión échate un vistazo de arriba abajo en cualquier espejo.

3.2.1 Radiografía del networker

- El pelo: siempre limpio, busca un peinado que te favorezca y se adapte a la fisonomía de tu cara, si tienes caspa combátela, si se te cae el cabello mira de no tener la ropa llena de pelos. Si te lo dejas largo, llévalo cuidado y no todo alborotado.
- Las cejas: si tienes una ceja como un hombre de cromañón o las cejas muy pobladas no pasa nada si te las arreglas un poco.
- La barba y demás: simplemente perfectamente arreglada y si realmente te favorece.
- Los dientes: cuida tu sonrisa, dientes manchados, mal colocados, es una inversión alta en muchas ocasiones pero son para siempre. Y, cómo no, cuida tu aliento, si es horrible se te puede cerrar más de una puerta. A parte de una buena higiene lleva siempre a mano unos chicles, caramelos o un cepillo de dientes pequeño contigo.



- La corbata: va a decir mucho de ti, de tu personalidad así que combínala bien con la camisa y el traje que lleves. Lo mejor son los colores lisos tanto suaves como llamativos, huye de los dibujitos raros o dibujos animados, que te asesore tu pareja o tus amigos.
- La camisa: qué te voy a decir, pues que la lleves bien planchada, lisa o a rayas o cuadros, pero sin estridencias. Hay colores que no pueden faltar como el blanco, azul, amarillo, rosa, con dos de cada es suficiente y no escatimes en el precio, una buena camisa te puede durar más de cuatro años y una barata al tercer lavado estará llena de bolitas o se te romperá cuando menos te lo esperes. Ten también un par de camisas de gemelos para alguna cena de gala o etiqueta. No descuides los botones descosidos o rotos, no sólo en las camisas sino también en los trajes.
- Los gemelos: darán un toque de elegancia a tu vestimenta. Que sean bonitos, originales y sencillos.
- El traje: al igual que las camisas, no vale la pena escatimar en el coste de un traje. Tengo algunos con diez años que están perfectos y siguen estando de moda. Lléalos regularmente a la tintorería en cuanto tengan brillos. No te puede faltar un buen traje azul marino y un traje gris. Tendrás que contar con dos, tres o cinco si puedes permitírtelo por temporada otoño/invierno y primavera/verano. Si tu economía no es muy boyante, cómpralos al final de temporada o en un outlet.
- El pantalón: bien planchado, con la raya marcada, de largo justo por encima del tacón del zapato y a tu medida de cintura.
- El cinturón: siempre combinado con el color del pantalón o de los zapatos, por lo tanto cuenta con uno negro, otro marrón y uno azul marino. Que sean discretos, nada de hebillas raras.
- El reloj: es un complemento perfecto para tu vestimenta, también dirá mucho de ti, de tu personalidad, yo tengo cinco



colores distintos de correa para combinarlos con el cinturón o el color de la camisa. Invierte en un buen par de relojes elegantes, de marca, y los promocionales déjalos para el fin de semana. Los relojes deportivos son para practicar deporte por mucho que te gusten. Las pulseras y esclavas no son nada elegantes para un hombre.

- Los zapatos: limpios y brillantes, bien encerados, cuida su desgaste exterior y las suelas. Que no te falte un buen zapato negro si tienes que ir de etiqueta, unos marrones y unos de color burdeos.
- Calcetines: el calcetín o media de ejecutivo es una buena opción, no te debe faltar el negro, azul marino y marrón. Del mismo color que el pantalón o los zapatos. Al igual que las corbatas, los de dibujos animados para los niños.
- Fragancias: un desodorante que no te abandone y de olor neutro y una fragancia agradable que no ahogue a la persona que tengas enfrente, sin abusar.
- Maletín: si llevas un portadocumentos o maletín el piel u otro material para tu portátil, que esté en perfecto estado. Las mochilas déjalas para el fin de semana y tus viajes particulares.

3.2.2 Radiografía de la networker

- El pelo: igual que los hombres, limpio, sin abusar de laca o fijadores y buscando un peinado que te favorezca. Si tienes tiempo para ir a la peluquería, mejor, y si eres mañosa y te lo puedes arreglar tú misma, mucho mejor.
- Las cejas: arregladas pero no artificiales.
- Los dientes: igual que los hombres cuida especialmente tu sonrisa y tu aliento.



- La cara: no abusos del maquillaje, algo discreto, déjate asesorar para sacar el máximo partido de tus facciones y realzar tu mirada.
- Las manos: tanto el hombre como la mujer debemos cuidar el aspecto de nuestras manos y en especial las uñas, llevarlas siempre limpias y arregladas.
- La camisa o blusa: aquí tenéis mucha más libertad y posibilidades que los hombres. Para ir con traje chaqueta hay colores que no pueden faltar como el blanco, azul, rosa, lisas o a rayas pero discretas. Nada de volantes.
- El traje: como los hombres, no escatimes dinero en este aspecto. Tenéis la suerte de poder combinar falda o pantalón con la americana. Busca la opción que más favorezca a tu figura. Cuenta con un traje azul marino y un traje gris.
- La falda y el pantalón: bien planchados, que el pantalón tenga la raya marcada. Con la falda, tú eliges la longitud pero para negocios mejor por la rodilla.
- El cinturón: igual que para los hombres pero también tienes más libertad para variar. Aquí se impone el diseño, busca un cinturón que destaque.
- El bolso: es uno de los elementos clave de las mujeres, aquí el tamaño importa porque te permitirá llevar lo imprescindible, el móvil, la agenda, tarjetas de visita, maquillaje, perfume, etc. Un bolso de marca, te durará más. Los colores que combinen sin duda con tu traje o zapatos. El diseño lo dejo a tu criterio y sentido común.
- Reloj y complementos: el reloj acorde con tu vestimenta y simplemente no vayas cargada de joyas, busca tres o cuatro bonitas, originales, la discreción es un plus. Las perlas y diamantes pequeños siempre te quedarán bien.



- Los zapatos: limpios y brillantes, bien encerados, cuida su desgaste exterior, suelas y tacones. Aquí no puedo deciros nada, tenéis unos veinte pares de media por lo que tendrás unos para cada ocasión. El tacón con una altura media de cinco centímetros estará bien.
- Medias: que combinen con tus zapatos, falda o pantalón. De diseño sencillo.
- Fragancias: un desodorante de olor neutro y una fragancia agradable que no ahogue a la persona que tengas enfrente, sin abusar.

3.3 Kit de supervivencia del networker

En tu oficina en un cajón e incluso en el coche si es tu medio habitual de transporte deberías tener:

- Un cepillo de dientes, pasta de dientes y colutorio.
- Chicles, caramelos de menta, etc.
- Desodorante, colonia o perfume.
- Maquillaje, crema de manos, etc.
- Pañuelos de papel.
- Un peine, gel fijador (si sueles utilizarlo).
- Maquinilla de afeitar o máquina de afeitar eléctrica.
- Una esponja para limpiar tu calzado y cepillo para la ropa o quita pelos.
- Un paraguas, una percha para tener la chaqueta bien colgada.
- Un buen número de tarjetas de visita.
- Un identificador para colocar tu tarjeta cuando vayas a un evento.
- En tu coche, folletos de tu empresa, catálogos, presentaciones.
- *Merchandising* de tu empresa, regalos promocionales.



3.4 Los elementos clave para hacer mejor networking

Te voy a dar quince consejos básicos para que apliques, cuantos más mejor, para hacer un buen networking. Empecemos...

1. ¿A quién conoces?

Seguro que tienes un buen número de contactos, agendas, tarjetas de visitas, notas y demás. Organiza bien toda la información que tienes y mantenla organizada, te cuento cómo más adelante.

Vuelca todos tus contactos a una única base de datos y completa toda aquella información que no tengas, será una excusa para contactar con viejos conocidos.

2. Sé observador

Cuando conozcas o visites a alguien observa con atención cómo va vestido, su forma de hablar, su acento, sus complementos (corbata, bolso, reloj, gemelos, colgantes), te pueden dar pistas para buscar puntos en común.

Si le visitas en su oficina, fíjate bien en las fotos, títulos o libros que tiene, también te podrán ayudar a romper el hielo y no hablar directamente de negocios.

Visitando a la directora de marketing de una importante firma de abogados observé que tenía un buen número de fotografías tomadas en África, al hablar con ella me contó que las fotos además las había tomado ella y que colaboraba con una ONG por lo que tuvimos un punto de conexión para empezar a conversar.

A todo el mundo le gusta hablar más sobre sus hobbies y familia que sobre trabajo, por lo que no debemos dejar escapar estos detalles.



3. Transmite sinceridad

No te aceleres y seas superficial contactando con gran número de personas en un evento de networking recopilando tarjetas a toda costa sin profundizar con las personas o prestándoles poca atención.

No te muestres orgulloso o superior al resto ni quieras acaparar toda la atención hacia ti, sé cordial y haz que en una mesa o grupo de personas todo el mundo tenga ocasión de presentarse y contar a qué se dedica.

No mientas ni exageres sobre tu trabajo y tus logros y comparte la misma información que te de la otra persona, que haya reciprocidad.

4. Cuida tu presentación

Tienes que ser capaz de explicar en un minuto quién eres, a qué te dedicas, cuál es tu empresa, cuál es tu actividad, en qué destaca tu empresa, en que destacas tú y qué es lo que más te gusta de tu trabajo.

Practica tu presentación profesional para que sea perfecta, natural, clara, concisa y que despierte el interés de tus interlocutores.

Cada vez es más habitual en las reuniones de networking que inviten a todos los participantes a que se presenten así que no dejes que te pille el toro, te quedes en blanco y no sepas qué decir o, lo contrario, que te pongas a hablar sin parar y al final nadie te preste atención, no sepa al final a qué te dedicas y te catalogue como un o una "plasta".

Algunos puntos para mejorar tu presentación personal son:

1. **Muestra entusiasmo.** Sé positivo y entusiasta acerca de lo que haces, transmítelo tanto con tu tono de voz como reforzándolo con adjetivos. Si no, ¿a quién le puede interesar colaborar con una persona a la que no le gusta su trabajo?



2. **Ten sentido del humor.** El humor es un arma infalible, dará una imagen positiva de ti, no se trata de contar chistes o gastar bromas sino que hagas tu discurso más ameno y te recuerden como una persona simpática.
3. **Cuenta algo personal sobre ti.** Si cuentas algún aspecto personal automáticamente las otras personas se verán obligadas a hacer lo mismo, lo cual también es un signo de apertura. Si no lo hacen, quizá no haya conexión contigo, no pierdas el tiempo con esa persona.
4. **Sorprende con noticias o hechos relevantes.** Tienes que estar a la última a través de la prensa general, económica o especializada sobre tu sector para poder sorprender a tus contactos con alguna noticia, hechos, cifras o anécdotas que no sepa todo el mundo. Por ejemplo: “Mi empresa es el mayor proveedor de salas de reuniones con 4.000 salas repartidas por todo el mundo”.
5. **Introduce un testimonio o referencia en tu presentación.** Por ejemplo: “Mi empresa ha sido elegida este año como una de las mejores empresas para trabajar” o “acabamos de recibir el premio a la mejor campaña de marketing directo en los premios Imán”.

También pueden ser referencias hacia ti: “Mis clientes me dicen que les ahorro mucho tiempo, dinero y preocupaciones todos los años siendo su asesor financiero personal”.

5. Escucha, deja hablar

El mejor conversador es aquel que escucha. Sé breve cuando hables con alguien, no aburras con largos discursos a la otra persona.

Haz preguntas concretas y directas que te aporten información y practica una escucha activa, mira a los ojos a la otra persona, asiente, demuestra que le prestas atención asintiendo o repitiendo alguna de sus palabras, no tengas prejuicios y, sobre todo, no le interrumpas.



6. Pide referencias

Al participar por primera vez en una actividad, pide referencias incluso a personas que apenas conozcas. Pregunta: “¿Conoces a alguien experto en imagen de marca?”, “¿Hay alguna empresa que se dedique al *Project Management* aquí?”. De este modo la otra persona te ayudará a entablar conversación con otras personas.

Pregunta también: “Me dedico a la integración de sistemas ¿conoces a alguien con quien sería interesante hablar?”. De este modo te podrán proporcionar referencias a las que te podrás dirigir o llamar de parte de esa persona, lo cual te facilitará mucho el trabajo.

Tus contactos te van a proporcionar numerosas referencias así que cuídalos para que tus referencias se multipliquen.

7. Organiza tu agenda cada semana

El lunes echa a un vistazo a todas las actividades que tienes planificadas durante la semana, organízate para llegar con puntualidad a ellas y discrimina aquellas que consideres que no te van a aportar mucho.

A las que no hayas podido acudir puedes enviar a otra persona, llamar al organizador para consultar cuando es la siguiente o visitar la web para ver qué personas acudieron, de qué se habló o contactar con alguien que sí estuvo.

Revisa las próximas actividades de tu interés, anótalas en tu agenda y marca avisos con la suficiente antelación para no olvidarte de ellas. Hoy en día todos los móviles tienen agenda, sino anótalos en tu Outlook o agenda de papel.

8. Visita diferentes grupos y quédate en los mejores

No te canses de investigar y visitar diferentes grupos, asociaciones, clubs, gremios y eventos. Los grupos son perfectos para conocer un montón de gente de una sola vez y éstos se reúnen



de forma periódica y tienen actividades diversas por lo que cada reunión cuenta con un público distinto.

Actualmente participo en más de veinte grupos distintos y en todos ellos hago muy buenos contactos, surgen oportunidades de negocio y, al acudir periódicamente a ellos, he entablado relaciones de amistad con un gran número de personas por lo que ya no hablo sólo de trabajo con ellas y puedo verlas en otros ámbitos.

Lo dicho busca, compara y quédate con los mejores.

9. Toma notas en las tarjetas de visita

Cuando recibas una tarjeta de visita tenla presente para memorizar el nombre de la persona con la que hablas. Si ves puntos de interés anótalos en la tarjeta o si esa persona te pide que le mandes información.

Anota también la fecha y el lugar dónde conociste a esa persona para que a la hora de organizar tus tarjetas en la oficina puedas recordar con facilidad tu reunión y puedas realizar alguna acción.

No tengas miedo en tirar a la basura todas aquellas tarjetas que no despierten tu interés y en las que no veas ninguna posibilidad de negocio.

10. No tengas miedo de llamar a puerta fría

Ya preparaste tu presentación de un minuto anteriormente así que ahora llega el momento de llamar a aquellos contactos que has conocido en una reunión, aquellos que te ha referido otra persona o aquellos que simplemente has visto en un artículo en una revista o un directorio y tienes interés en cerrar una cita en persona.

Cuanta más información tengas previamente, más sencillo será establecer una conversación cordial desde el principio. Busca un tema o punto de interés para la otra persona.



Planifica tus llamadas, elige las horas más convenientes del día, manda un e-mail previamente avisando de que vas a llamar y, sobre todo, dale el protagonismo a la otra persona, haz que se sienta importante. Por ejemplo: "He leído en la revista MK y Ventas que eres el nuevo director de marketing de la empresa X, quería felicitarte por ello y preguntarte con qué empresas de eventos has trabajado anteriormente y si me podrías recomendar alguna".

11. Utiliza la red

En la red podrás obtener información valiosísima de aquellas empresas o contactos a los que quieras llegar.

A través de la red podrás obtener sus números de teléfono o e-mail para poder establecer un primer contacto con ellos.

Las redes profesionales de contactos te permitirán conocer su trayectoria profesional, sus intereses, a qué grupos pertenecen y podrás etiquetarlos para clasificarlos, por ejemplo: proveedores, clientes, Madrid, marketing, Instituto de Empresa, Cámara de Comercio Británica, de forma que te sea más sencillo visualizarlos.

Con las plataformas de networking *on-line* puedes hacer una primera toma de contacto y ver si la otra persona tiene interés en conocerte.

12. Haz seguimiento

El seguimiento es uno de los aspectos clave del networking, ya que aquí nos jugamos todo el trabajo que hemos hecho hasta ahora.

Hemos investigado, buscado empresas y contactos afines, nos hemos apuntado a diferentes actividades y recopilado gran número de tarjetas de visitas. Ahora hace falta que de forma sistemática contactemos con todos aquellos contactos que nos despertaron interés o, por el contrario, que nosotros despertamos interés en ellos.



El hacer un correcto seguimiento demostrará al otro que somos profesionales, no tardemos más de 24 horas en mandar información si nos la solicitó.

No seamos perezosos a la hora de enviarles un e-mail diciéndoles que fue un placer saludarles personalmente y que esperamos coincidir en el próximo almuerzo o reunión.

Enviémosle un artículo de su interés sobre un tema que tocamos en nuestra conversación y que anotamos en la parte posterior de su tarjeta.

13. Sé una estrella, un conector

Conviértete en el centro de una red, conoces a varias personas pero éstas no se conocen entre sí, haz que se conozcan.

Muévete en cuantos más círculos distintos mejor, tu red de contactos crecerá de forma exponencial que si te limitas a participar en dos o tres grupos y de colectivos parecidos.

Comparte tus mejores contactos con el resto.

14. Da a los demás sin condiciones

Si tienes una buena recomendación o puedes ayudar a alguien simplemente hazlo, la persona a la que ayudes se verá obligada a hacer lo mismo.

De todos modos ofrece sin esperar nada a cambio, sé generoso, positivo. También mantente alerta de los que sólo se aprovechan y son reacios a hacer lo mismo para borrarles de tu lista.

15. Colabora en un grupo

Una vez hayas encontrado el grupo en el que te sientas más a gusto, ofréctete para ayudarles en la organización de actividades, referir un ponente para una charla, ayudar en la preparación de los actos, tu ayuda será bienvenida y aumentará su respeto



y confianza hacia ti y saldrás, sin duda, ganando. Yo empecé así en el Club de Dirigentes de Marketing y ahora estoy en la junta directiva.

3.5 Los errores típicos de I@s networkers novat@s

Algunos de estos errores son basados en mi experiencia pero otros simplemente observando a la gente. Sobre todo hay que tener mucho sentido común:

1. Querer acudir a todos los eventos habidos y por haber sin ningún objetivo previo.
2. Repartir y recopilar tarjetas a diestro y siniestro sin tomar notas, sin clasificarlas posteriormente y sin hacer un buen seguimiento *a posteriori*.
3. Llevar unas tarjetas cutres, fotocopias, de papel normal, recortadas...
4. Descuidar la higiene personal o llevar la vestimenta sucia, rota o descuidada (botones rotos o descosidos, zapatos sucios, corbata sucia...).
5. Llegar tarde a un evento e irrumpir en medio de la reunión perdiendo el hilo.
6. Salir también a mitad de una reunión, si vas cierra tu agenda sólo para esa reunión.
7. Hablar demasiado, sin escuchar a los demás, en un tono de voz alto, interrumpir...
8. No saludar personalmente a los organizadores o anfitriones agradeciéndoles la invitación.
9. Quedarse en un rincón aislado sin hablar con nadie o con alguien con quien hayas acudido.
10. Ignorar a algunas personas, actuar con prepotencia, no ser humilde.



11. Descuidar las normas sociales de comportamiento en público y la higiene personal.
12. Ir a por los canapés como si hiciese dos días que no has comido.
13. Tomarte unas copas de más y que se te trabe la lengua.
14. Ofrecerte a llevar a alguien en tu coche (de más de diez años, sucio, con olor a tabaco, lleno de golpes y conduciendo de forma brusca o temeraria). Mejor ve en taxi.
15. Salir del evento sin despedirte de las personas que has conocido, del anfitrión o anfitriona, agradecer la invitación si es el caso y compartir tu opinión.

¿Dónde se puede hacer networking?

4.1 Las cámaras de comercio

Sin lugar a dudas las cámaras de comercio tienen una función claramente de conexión de intereses de empresa, empresarios y mercados. Son el lugar perfecto para iniciar una actividad con todo el apoyo necesario. Vamos a ver algunas de las que conozco de forma más directa.

1. Cámara Franco-Española de Comercio e Industria "La Chambre"

Esta es para mí la más activa de las cámaras en España y con un trato perfecto a sus miembros, las personas claves son su director Bertrand Barthelemy y Ángela Cano, responsable de relación con los socios.

Creada en 1894, la Cámara Franco-Española de Comercio e Industria "La Chambre" es, ante todo, una asociación de empresas con doble vocación: club de negocios y proveedor de servicios.

Con más de 110 años de vida, La Chambre sigue teniendo los mismos objetivos: ser una institución privada gestionada como una compañía al servicio de las empresas y, de forma más general, del espíritu de empresa. Contribuye al desarrollo de las relaciones comerciales entre Francia y España, apoyando tanto a entidades privadas como públicas y organizando una gran variedad de actividades asociativas.



El número creciente de sus socios, tanto españoles como de otras nacionalidades, es la mejor prueba de su dinamismo.

La Chambre agrupa a más de 500 afiliados, siendo —tanto por sus actividades como por sus publicaciones— una plataforma de contactos e intercambios de experiencias. Así, reúne cada año, a través de las cerca de 40 actividades propuestas, a más de 1.600 participantes y hace posible más de 13.000 contactos empresariales.

En cuanto a los servicios a empresas, La Chambre ofrece directa o indirectamente una completa gama de prestaciones que abarca las diferentes fases de implantación y desarrollo que requiere una empresa, española o francesa, a la hora de operar en el mercado vecino. Algunos servicios son: bolsa de empleo y apoyo en la selección de personal, bolsa de oportunidades de negocio, cursos de francés en Francia para particulares y empresas y traducción e interpretación.

El Club de Negocios organiza conferencias/charlas coloquio, almuerzos-debate, almuerzos “Club de Negocios”, la copa de la amistad, seminarios de formación, visitas a empresas, cocktails de acogida, un torneo de golf y su cena de gala.

Tiene las siguientes publicaciones: anuario de las empresas asociadas a La Chambre, boletín de actividades sinergias, guías especializadas, anuarios de las empresas con participación francesa implantadas en España, página web y e-newsletters: boletines periódicos por e-mail con información empresarial de los socios, actividades de La Chambre y ofertas para empresas socias.

Otra ventaja de “La Chambre” es su pertenencia a la UCCIFE, Unión de cámaras de comercio Francesas en el Extranjero con privilegios en varios países (www.uccife.org).

Para más información sobre La Chambre, puedes visitar la página: www.lachambre.es.



2. Cámara de Comercio Hispano-Sueca

Fundada en España en 1949, la cámara es una organización sin fines lucrativos, privada e independiente, formada por empresas, organismos y personas físicas, con el fin de fomentar las relaciones comerciales entre España y Suecia. Es una plataforma de encuentro y contacto entre empresarios, directivos y personas de negocios con intereses en el ámbito hispano-sueco. La cámara ofrece los siguientes servicios:

- Información comercial: ayuda a las empresas españolas y suecas interesadas en establecer contactos con firmas de Suecia y España, respectivamente, con el fin de potenciar sus operaciones de carácter comercial y financiero.
- Encuentros empresariales: organización de reuniones de diversa índole; presentaciones, seminarios, almuerzos de negocios, conferencias, actos sociales (torneos de golf, excursiones, visitas a empresas).
- Publicaciones: la revista INFO se edita con carácter trimestral y recoge las noticias, artículos de opinión e información puntual sobre los temas de actualidad económica y empresarial de España y Suecia. También puedes contar con su guía de socios.
- Colaboraciones especiales: periódicamente se realizan reuniones de trabajo y actos conjuntos con distintas cámaras de comercio e instituciones oficiales. Con carácter puntual se organizan misiones comerciales de tipo sectorial.

Su web es: www.cchs.es.

3. Cámara de Comercio Hispano-Polaca

Se constituyó en el año 2002, cuenta con oficinas en Madrid y Barcelona, es una organización privada e independiente sin fines lucrativos formada por empresas y personas físicas con el fin de fomentar relaciones comerciales, culturales, académicas y sociales entre España y Polonia.



La cámara ofrece un foro de intercambio comercial, cultural y personal, organizando reuniones como almuerzos de trabajo, charlas, seminarios, conferencias, misiones, ferias, encuentros con el fin de estrechar las relaciones entre ambos mercados.

Más información en: www.cchispanopolaca.org.

4. British Chamber of Commerce. Cámara de Comercio Británica en España

Se constituyó en el año 1908 en Barcelona, por lo que ha celebrado ya su centenario. Cuenta con oficinas en Madrid y Barcelona y representantes en Bilbao, Vigo, Zaragoza y Málaga.

En ella me siento muy a gusto tanto en Madrid como en Barcelona, su trato es muy cordial por parte de todos sus miembros. Es realmente activa con infinidad de actividades como almuerzos, cenas, mesas redondas, seminarios, torneos de golf, visita a ferias...

Encontrarás a directivos de grandes empresas en un entorno agradable y si hablas inglés mucho mejor.

Algunas de las ventajas de ser miembro son:

- Recibirás invitaciones para asistir a todos sus actos.
- Tus datos figurarán en el Directorio de Socios, tanto alfabéticamente como por sector.
- Recibirás un e-newsletter semanal, informando sobre los eventos y las novedades de la cámara.
- Accederás a los servicios especiales ofrecidos por las oficinas de los 23 socios de COBCOE (El Consejo de cámaras de comercio británicas en Europa), del cual la Cámara de Comercio Británica en España es socio.
- Tendrás ofertas especiales exclusivas, que incluyen ofertas ofrecidas por otros socios de la Cámara Británica.
- Tendrás la oportunidad de publicar tu propia oferta especial para los otros socios de la cámara.



- Tendrás la oportunidad de organizar actos en colaboración con la Cámara de Comercio Británica.
- Formarás parte de un servicio de referencia donde los servicios de tu empresa serán facilitados a personas y compañías interesadas.
- Recibirás el apoyo de la Cámara Británica a la hora de establecer contactos con otras cámaras de comercio.

Su página web es www.britishchamberspain.com.

5. Cámara de Comercio de Bélgica y Luxemburgo

También muy recomendable por mi parte, muy activa, eventos de nivel, variados y un entorno muy agradable. Nieves Vilar, su directora, te dará una muy buena acogida (www.ccbble.com).

6. Cámara de Comercio Hispano-Portuguesa

Impresionante su poder de convocatoria, no sólo directivos también representantes políticos. Buenos contactos y cursos de portugués entre otros servicios. Su web es: www.chp.es.

7. Cámara de Comercio Hispano-Alemana

Conozco la de Madrid y, sin duda, tiene un gran atractivo por las compañías que son miembros de ella (www.ahk.es).

8. Cámara de Comercio Americana

Casi centenaria, se fundó en 1917 y es de las más potentes en cuanto a número de socios y empresas multinacionales. Felisa es su alma máter (www.amchamspain.com).

9. El Consejo Superior de Cámaras de Comercio Españolas

Es el representante a nivel nacional e internacional de las 85 cámaras de comercio, es el interlocutor válido ante los órganos de la Administración del Estado. Coordina las actuaciones de las cámaras, fomenta la relación entre ellas y elabora la posición de las cámaras de comercio ante la Administración, a partir de



la información que, a través de la red cameral, transmiten las empresas (www.camaras.org).

Para acceder a toda la información de las cámaras tienes la siguiente dirección: www.camerdata.es, es una base de datos del mercado español de sus 85 cámaras y 2,5 millones de empresas censadas. Obtendrás información para realizar acciones de venta, planes de marketing, estudios de mercado, de la competencia y de riesgo comercial.

Las cámaras de comercio organizan gran número de cursos, talleres, foros, jornadas, encuentros y misiones entre sus miembros, echa un vistazo a sus agendas de actividades y participa.

Para conocer las cámaras de comercio europeas entra en www.eurochambres.be, reúne información de 2.000 cámaras de comercio regionales y locales en 45 países y 19 millones de empresas.

10. La Cámara de Comercio Internacional

Esta es la única organización empresarial que representa mundialmente los intereses empresariales. Se constituyó en París en 1919 y continúa teniendo su sede social en la capital francesa. El Comité Español de la CCI se constituyó en 1922 en Barcelona.

Sus fines estatutarios básicos son actuar a favor de un comercio abierto y crear instrumentos que lo faciliten, con la firme convicción de que las relaciones económicas internacionales conducen a una prosperidad general y a la paz entre los países.

Los miembros de la CCI son empresas que efectúan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales. En la actualidad las miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en cerca de 80 de ellos.

Más información en: www.iccspain.org y www.iccwbo.org.



En resumen

Busca aquellas cámaras que mejor vayan a responder a tus intereses. Como has visto, prácticamente todas tienen una estructura parecida, ofrecen servicios semejantes y fomentan el intercambio entre profesionales. Es una buena inversión, existen cuotas para socios individuales, PYMES y gran empresa. El coste medio ronda los 400 euros para una PYME y, si te sabes mover, lo amortizarás.

4.2 Asociaciones profesionales, clubs, colegios profesionales

Busca aquellas asociaciones que sean más próximas a tus intereses personales y profesionales, aquellas en las que te sientas comfortable, con personas con las que realmente tengas afinidad.

Busca aquellas en las que te vayas a encontrar a tu público objetivo u oportunidades profesionales.

Existen infinidad de asociaciones, conócelas bien de antemano, pide referencias a personas que estén dentro de ellas, acude un par de veces o tres y decide si te interesa finalmente formar parte de ellas.

Una vez formes parte de una asociación, no te conformes con recibir periódicamente información sobre sus actividades a través de boletines, revistas o el newsletter, levántate de la silla, acude a sus actividades y toma parte activa, colabora.

Si no puedes acudir periódicamente o son varias a las que te interesa acudir simultáneamente juega en equipo, involucra a algunas personas con las que trabajas para que cada uno acuda a una reunión y después comparte los contactos que hayáis realizado cada uno.



Si lo que te gusta es el marketing y la comunicación...

1. El Club de Dirigentes de Marketing

El Club de Dirigentes de Marketing es una asociación sin ánimo de lucro con más de 45 años de trayectoria. Fue pionero en España (se constituyó en 1961) y es una asociación privada e independiente, sin fines lucrativos, formada por más de 600 directivos y profesionales del marketing.

Colabora con un gran número de empresas, instituciones, centros universitarios y escuelas de negocios.

Está integrado en la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE) y UNIPYME, que en total agrupan a más de 70.000 directivos.

Su misión es “ser la asociación de profesionales de marketing referente en España y una de las primeras a escala internacional, con énfasis en Latinoamérica”.

Sus principales objetivos son:

- Contribuir al desarrollo de la cultura del marketing entre los profesionales, las empresas y las instituciones, fomentando el conocimiento de las nuevas técnicas de marketing.
- Servir de plataforma para el intercambio de ideas y experiencias y ser punto de encuentro de las empresas, las instituciones y los centros educativos en torno al marketing, como motor de competitividad y de innovación. Foro de encuentro y de networking para los profesionales.
- Prestigiar y dar a conocer el papel del marketing y de sus profesionales.
- Desarrollar marcos de autorregulación profesional: códigos de conducta, certificación profesional, etc.

De forma permanente, el Club programa y desarrolla diferentes actividades relacionadas con el marketing, la innovación y la



competitividad fomentando el intercambio de ideas y el desarrollo profesional: jornadas técnicas, conferencias y seminarios, cursos de formación, mesas redondas, foros, almuerzos-coloquio, desayunos de actualidad y presentaciones de empresas.

- El Club es un foro de encuentro y de networking de los profesionales del marketing.
- El Club dispone de canales abiertos de comunicación con sus miembros y un número relevante de directivos y profesionales: web, newsletter, directorio de socios, boletines informativos, notas de prensa, etc.
- Algunas cifras como referencia, en 2007:
 - Veinte foros y seminarios.
 - 2.000 profesionales participantes.
 - 1,1 millones de accesos a la web del Club, con una media mensual de 85.000 entradas.
 - 9.000 suscriptores del boletín electrónico del Club.

Su persona clave es Marisa Álvarez, la gerente del Club.

Más información en: www.clubdemarketing.com.

Otras asociaciones del mundo del marketing y la comunicación:

2. Asociación de Profesionales de Marketing (antes Club de Marketing de Barcelona)

Esta asociación es de las más veteranas, se fundó en Barcelona en 1959. La APMarketing es un foro de ciencias del marketing en la que sus socios discuten e intercambian experiencias entorno al objeto de su profesión.

Parte del marketing como filosofía empresarial y de éxito. Esto implica que entre sus miembros no sólo figuran profesionales de los departamentos de marketing sino también a direcciones generales, presidentes, consejeros, direcciones comerciales, de recursos humanos, logísticos, financieros, etc.



Organiza cada año los premios “Líderes de Marketing” premiando a empresas y personas destacadas en esta disciplina.

Su página web es www.apmarketing.es.

3. DIRCOM

El DIRCOM es la asociación de directivos de comunicación, agrupa a los directivos de comunicación de las empresas e instituciones más importantes en España, así como a los máximos representantes de las consultoras de comunicación (www.dircom.org).

Forma parte de la Asociación Mundial de Relaciones Públicas y Comunicación Global Alliance (www.globalpr.org).

4. FECEMD (Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo)

Es una organización sin ánimo de lucro que desde 1977 ha sido protagonista del crecimiento y consolidación del sector en todos sus ámbitos: comercio electrónico, marketing directo, marketing relacional, marketing interactivo, marketing telefónico, publicidad directa y bases de datos y venta a distancia. La forman más de 350 empresas y sus servicios son:

- Asesoramiento legal y jurídico.
- Información, mediante Encuentros Profesionales, boletín e-Selección, los Nuevos Informes, el Anuario de Comercio Electrónico y Marketing Directo y el Fondo Bibliográfico de la Federación.
- Formación, a través de la Escuela de Profesionales: cursos de formación que FECEMD organiza conjuntamente con el Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo.
- Promoción del sector, con la organización de Next Marketing, los Premios Imán, el DVD de las Campañas de Marketing Directo e Interactivo y la Difusión de nuestro sector en los Medios de Comunicación.



- Listas Robinson.
- Código Ético de Protección de Datos.

Sigue conociendo su actividad en www.fecemd.org.

5. AEMI (Asociación de Marketing Integrado)

Esta asociación está formada por más de 20 agencias de comunicación. Organiza los premios AEMI. Su página web es www.asociaciondemarketingintegrado.es.

6. AMA (American Marketing Association)

AMA es el referente a nivel mundial. Su página web es www.marketingpower.com.

7. MSI (Marketing Science Institute)

Organización educativa que hace de puente entre la teoría del marketing y la práctica empresarial. Realiza estudios, publicaciones, premios y conferencias con personas clave del marketing (www.msi.org).

8. La IAA (International Advertising Association)

La IAA es la única asociación global de anunciantes, agencias, medios y servicios asociados.

La red de la IAA agrupa a más de 5.000 miembros en 95 países y su sede principal está en New York.

Su misión es:

- Promover el papel de la publicidad y sus beneficios, como la fuerza vital que está detrás de todas las economías que gozan de buena salud.
- Proteger y hacer avanzar la libertad del discurso comercial y de elección del consumidor.
- Promover una mayor práctica y aceptación de la autorregulación publicitaria.



- Trabajar proactivamente en la formación y profesionalización del sector.
- Proporcionar un foro para debatir nuevos temas profesionales que surjan.

Más información en: www.iaaspain.org.

9. AEA (Asociación Española de Anunciantes)

Esta asociación se constituyó en 1965 para defender los intereses de las empresas anunciantes en todo lo relativo a comunicación comercial. Junto con otras asociaciones de publicidad ha publicado el código de conducta comercial. Organiza gran número de conferencias, seminarios y foros del sector y entrega cada año los premios a la eficacia en comunicación comercial. Su página web es www.anunciantes.com.

**Si lo que te gusta son los eventos,
congresos, hoteles, viajes...**

1. OPC (Federación española de asociaciones de empresas Organizadoras Profesionales de Congresos)

La OPC nació en el año 1987, lo forman 76 empresas organizadoras profesionales de congresos, 11 empresas asociadas y 167 colaboradoras.

Sus objetivos son defender los intereses de las asociaciones federadas, incrementar la profesionalidad del sector del turismo de reuniones, promocionar su imagen y apoyar las actividades de sus profesionales. Más información en www.opcspain.org.

2. IBTA (Iberian Business Travel Association)

Algunos de sus miembros son empresas líderes como Almirall, Accenture, Danone, Nestlé y Novartis, entre otras. Como ventajas que la IBTA ofrece a sus miembros tenemos: información de mercado, sesiones informativas y presentaciones de destinos y



proveedores turísticos, asesoramiento y servicios de intermediación ante problemas. Su página web es www.ibta.es.

Por otro lado, pertenece al grupo Paragon, la alianza global de las asociaciones de viajes en la empresa, entre las que se incluyen las organizaciones mundiales de la industria de viajes de negocios líderes en el mercado. Los miembros del grupo Paragon suman alrededor de 4.700, entre compradores de viajes de negocios y proveedores, y administran y dirigen más de 157 mil millones de euros. Para obtener más información, puede visitar su web www.paragon-partnership.org.

3. ICCA Iberian Chapter

Esta es la asociación internacional de organizadores de congresos. Al igual que la anterior ofrece información del mercado, foros, seminarios y congresos anuales del sector. Su página web es www.iccaworld.com/dbs/iberia.

4. MPI España

Creada en 1972, MPI es la mayor asociación de profesionales de eventos y reuniones en el mundo, con más de 23.000 miembros repartidos en 68 capítulos, de los cuales 11 están ubicados en Europa. En España está desde el año 2006 y cuenta con 175 miembros a los que aporta soluciones de formación, información sobre el sector de eventos, sus mejores prácticas y sus tendencias, y oportunidades de networking con otros profesionales. Sus miembros son profesionales del sector de las reuniones, respetando un equilibrio entre proveedores y organizadores. Puedes tener más información en www.mpi-spain.org.

Si lo que te gusta es el mundo del **Facilities** (servicios generales)...

1. SEFM (Sociedad Española de *Facilities Management*)

Éste será tu punto de encuentro con la gente del sector. Organiza visitas a empresas, conferencias, seminarios, edita un newsletter



con noticias sobre el sector. Pone en contacto tanto a grandes empresas como a empresas proveedoras de servicios. Su página web es www.sefm.org.

2. IFMA (*International Facilities Management Association*)

También punto de encuentro fundamental para los profesionales del *Facilities Management* a nivel internacional. Su página web es www.ifma-spain.org.

Si lo que te gusta son los temas de calidad...

1. AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación)

Lleva más de 20 años certificando, publicando libros y cursos de formación en la materia. Tiene presencia a nivel mundial. Su página web es www.aenor.es.

2. AEC (Asociación Española para la Calidad)

www.aec.es.

3. IQNet

A nivel internacional: www.iqnet-certification.com.

4. EOQ

La asociación a nivel europeo: www.eoq.org.

5. ASQ

La asociación americana: www.asq.org.

Si lo que te gusta son los recursos humanos y el desarrollo de personas...

AEDIPE (Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas)

AEDIPE es una asociación privada e independiente sin ánimo de lucro que agrupa a los profesionales que se dedican a actividades relacionadas con la función de recursos humanos.



Se creó en 1995 y reúne a más de 3.500 profesionales a través de los cuales AEDIPE está presente en más de 1.700 empresas, 1.200 de ellos pertenecientes a AEDIPE Centro ya que cuenta con delegaciones territoriales en otras comunidades autónomas.

Los objetivos de esta asociación están centrados en la promoción del área de recursos humanos, el desempeño de la función, la formación continuada y el crecimiento personal de todos los profesionales, esto se concreta en:

- Ampliar la red de contactos profesionales, facilitando el intercambio de información, experiencias y opiniones con personas dedicadas a la función de recursos humanos en empresas de toda España.
- Dar a conocer a la sociedad las funciones encomendadas a la función de recursos humanos.
- Cooperar en el mundo de la universidad, escuelas de negocios, organismos públicos e instituciones para que los profesionales de recursos humanos sean un punto de referencia.
- Establecer relaciones con otras entidades y asociaciones para fomentar el intercambio y el enriquecimiento profesional.

Ser asociado de AEDIPE te permitirá:

- Acudir a todas las sesiones, jornadas, seminarios y conferencias que se organicen.
- Recibir los libros de la biblioteca AEDIPE de recursos humanos.
- Acceder a la bolsa de empleo que AEDIPE Centro gestiona de forma directa.
- Beneficiarte de descuentos en la oferta formativa de numerosas escuelas de negocios y universidades con las que AEDIPE mantiene acuerdos de colaboración
- Descuentos especiales en las tasas de colegiación con el Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.



- Acceder al servicio de *outplacement* en condiciones especiales.
- Acceder a información, productos y noticias de la función de forma puntual a través de la zona reservada para los asociados en la web.
- Otros servicios ofrecidos por AEDIPE: revista con carácter trimestral, directorio de asociados y congreso anual.

Más información en: www.aedipecentro.org.

Si lo que te gusta son las finanzas...

1. AEB (Asociación Española de Banca)

Todo lo que necesites sobre el sector bancario: anuarios estadísticos, informes de gestión, informes económicos, formación, enlaces de interés, etc., entre otros servicios (www.aebanca.es).

2. AEEF (Asociación Española de Ejecutivos de Finanzas)

AEEF tiene más de 30 años de antigüedad y son aproximadamente 650 socios entre presidentes, consejeros delegados, directores generales o directores financieros de todas las ramas de la producción, además de empresarios y profesiones liberales, tales como auditores, corredores, economistas o abogados.

Su página web es www.aeef-ejecutivos.com.

3. ASSET (Asociación Española de Financieros y Tesoreros de Empresa)

Es una asociación de ámbito nacional, sin ánimo de lucro, fundada en 1990 contando en la actualidad con más de 550 miembros (www.asset.es).

4. IEAF (Instituto Español de Analistas Financieros)

IEAF es una asociación profesional sin ánimo de lucro, constituida en 1965, que agrupa a los profesionales del análisis, de



la inversión y de la gestión financiera. También a ejecutivos y directivos de entidades financieras. El número de miembros integrantes del Instituto es de 1.400.

Su página web es www.ieaf.es, a nivel europeo y agrupando 24 países tienes www.effas.com.

Asociaciones para directivos en general o diversos intereses...

1. CEDE (Confederación Española de Directivos y Ejecutivos)

Fundada en 1997 por la Asociación Española de Directivos (AED) y la Asociación Española de Ejecutivos de Finanzas (AEEF), esta asociación tiene como objetivo principal agrupar a distintas asociaciones de directivos con objeto de dotarlas de una representación en consonancia con la relevante función que desempeñan en el ámbito socioeconómico, así como estimular sus actividades y coordinar acciones en beneficio de las entidades confederadas y de todos sus socios individuales.

En la actualidad CEDE agrupa a cuarenta y dos entidades y más de 75.000 directivos (www.directivoscede.com).

2. APD (Asociación para el Progreso de la Dirección)

Creada en 1966 como punto de encuentro para directivos, formación e intercambio de experiencias. Organiza un gran número de actividades a nivel nacional (www.adp.es).

3. AMEC (Asociación multisectorial de empresas)

Es una asociación privada con más de 35 años, sin ánimo de lucro y que fomenta la exportación e internacionalización de las empresas y sus diferentes sectores para aumentar la competitividad (www.amec.es).



4. CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)

La CEOE es la patronal de las empresas, la encargada de defender sus intereses (www.ceoe.es).

5. CEPYME (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa)

De carácter autonómico y provincial, ofrece formación a medida para las PYMES (www.cepyme.es).

6. Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA

Si eres un profesional autónomo, éste es tu punto de encuentro: www.autonomos-ata.com.

7. FEDEPE (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias)

Su principal fin es representar y defender los intereses de las mujeres directivas. Son todo un referente, organizan importantes actos y premios de carácter anual a personas destacadas (www.fedepe.org).

8. OMEGA (Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa)

Organización que coordina, representa, gestiona, fomenta y defiende los intereses comunes a asociaciones, federaciones y organizaciones empresariales de mujeres con el objetivo de estimular la presencia de las mujeres en el ámbito de la empresa (www.mujeresempresarias.org).

9. AJE Confederación (Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios)

Existen varias a nivel provincial: www.ceaje.es.



10. FEIQUE (Federación Empresarial de la Industria Química Española)

Para los profesionales relacionados con la industria química: www.feique.org.

11. SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica)

SECOT es una asociación sin ánimo de lucro formada por ejecutivos jubilados que de forma voluntaria y altruista, ofrecen su experiencia y conocimientos en gestión empresarial. Se creó en 1989 por iniciativa del Círculo de Empresarios, el apoyo del Consejo Superior de cámaras de comercio y Acción Social Empresarial. Cuenta con delegaciones repartidas por toda España y su página web es www.secot.org.

12. Fundación Diálogo

Esta es una asociación de amistad hispano-francesa con más de 25 años. Lo que la hace especial es que su principal foco no es hacer negocios sino acercar a España y Francia en todos los sentidos. Los contactos son de muy alto nivel y se realizan en un ambiente realmente cordial. Son más de 100 empresas líderes las que apoyan con su patrocinio a la fundación.

Organiza periódicamente almuerzos, debates, conferencias, seminarios, visitas culturales, bolsa de *stages* (estudiantes de ambos países), fiestas para jóvenes y para gente de 30, 40 ó 50 años, los premios Diálogo, etc.

Su página web es www.dialogo.es.

13. Asociación Española de Turismo Rural

Porque en los pueblos también se puede hacer networking no sólo en las grandes ciudades (www.ecoturismorural.com).



4.3 Foros profesionales, ferias, congresos

En este caso las posibilidades para hacer networking son infinitas, se puede hacer en cualquier ciudad del mundo durante todo el año. Para ello tienes que estar pendiente de la prensa, buscar continuamente en Internet, suscribirte a boletines para no perder ninguna oportunidad.

Cuanto antes te enteres, mejor ya que en muchas ocasiones la inscripción es gratuita o a precio reducido por pronta inscripción. Te menciono algunas de las que he visitado:

Si lo tuyo es el mundo de los eventos, sector de turismo...

1. e-days organizado por Eventoplus

Dos días de exhibiciones, inspiración y networking en el mes de julio. Cuenta con una zona inspiración: exposiciones y demostraciones en vivo de servicios novedosos; zona de creatividad: para ver los mejores proyectos del año y charlas sobre creatividad en eventos y presentaciones de casos; zona de conocimiento: sesiones formativas de alta calidad, plenarias y en grupos de trabajo y como colofón final la entrega de los Premios eventoplus, que son más emocionantes que los premios Goya.

En 2008 acudieron 2.000 personas, puedes consultar más en su página web www.eventoplus.com.

2. FITUR Congresos y FITUR Feria Internacional

Organizados por IFEMA, tienen lugar a finales del mes de enero. No puedes faltar a estas citas si tienes algún tipo de relación con este sector (www.fitur.ifema.es).



3. EIBTM

Su celebración es en el mes de noviembre en Barcelona. La feria de referencia del sector de conferencias, incentivos, eventos, reuniones. La mayor plataforma de networking y un completo programa de conferencias y agenda de reuniones de vendedores y compradores (www.eibtm.com).

4. Expomeeting “Salón Ibérico del Turismo de Negocios”

Se celebra el mes de mayo en el Palacio de congresos de Málaga (www.expomeeting.com).

5. CONFEX

Tiene lugar en Londres, Reino Unido.

6. BTC

Su celebración es en Florencia, Italia.

7. World Travel Market

Se celebra en Londres, Reino Unido.

8. IMEX

Es el salón de referencia a nivel mundial celebrado en Frankfurt, Alemania.

9. Expoeventos

Se celebra en Estoril, Portugal.

Para los directivos en general...

1. Expomanagement

Organizado por HSM, el cual se ha convertido en el evento de referencia del mundo ejecutivo español. La cuarta edición celebrada en mayo de 2007, no sólo mantuvo el éxito de las anteriores ediciones, sino que ha conseguido aumentar el valor para las empresas participantes en el evento.



Los principales objetivos que se consiguen en este evento son el refuerzo de la notoriedad de marca y la generación de contactos y promoción de productos.

Algunas cifras son:

	Cifras
Asistentes al congreso	2.362
Visitantes de la exposición	14.875
Total expositores	59
Número de conferencias en la exposición	84
Asistentes a las conferencias	6.270
Inversión en marketing	1.235.430 €
Envío de folletos del congreso	854.447
Envío de folletos de la exposición	97.480
Páginas de publicidad	55
Medios de comunicación acreditados	99

Algunos de sus ponentes han sido: Alan Greenspan (economía), Michael Eisner (creatividad y management), Clayton Christensen (innovación y crecimiento), C.K. Parlad, Michael Porter (estrategia), Ken Blanchard (liderazgo), W. Chan Kim (marketing estratégico), Jack Perkowski (el siglo de China), Lyn Heward (caso Circo del Sol).

2. Forum de Marketing y Ventas

Organizado por HSM en Lisboa.

Los datos de la edición de Lisboa 2007 se resumen en la siguiente tabla.



	Cifras
Asistentes al fórum	875
Inversión en marketing	221.000 €
Envío de folletos	251.000
Páginas de publicidad	7
Medios de comunicación acreditados	20

Algunos de sus ponentes han sido: Philip Kotler, Malcolm Gladwell, Paco Underhill, Renée Mauborgne y Herman Simon.

HSM organiza este tipo de reuniones por todo el mundo. Visita www.hsm.com.

Para los profesionales de recursos humanos...

1. "Salón Capital Humano"

Organizado por Especial Directivos en Madrid y Barcelona es el punto de encuentro para más de 1.000 profesionales del sector (www.saloncapitalhumano.com).

2. "Personal España"

Organizado por Spring, es un lugar de encuentro entre los expositores de servicios y productos para recursos humanos, por una parte, y dirigentes en recursos humanos de la industria económica y administración pública por otra. Se celebra en el mes de octubre en Fira de Barcelona (www.personal-espana.es).

Los perfiles de visitantes que acuden a esta feria son básicamente: directivos en recursos humanos de administración pública, expertos en retribución, empleados con responsabilidades relacionadas con recursos humanos, consultorías de



personal y empresas, periodistas y redactores de diarios y revistas especializadas.

La web del evento es www.personal-espana.es.

Otras ferias de recursos humanos a nivel europeo son:

1. "Personal Swiss" en Zurich. En 2007 contó con 180 expositores y convenció totalmente a los responsables de los recursos humanos en Suiza ya que más de 2700 visitantes profesionales visitaron la feria.
2. "PERSONAL 2008" en el recinto ferial de Stuttgart en el mes de abril. En 2007 contó con 2.507 visitantes profesionales y 201 expositores.
3. "Zukunft Personal" es la feria más importante en el ámbito de los recursos humanos en Europa. Se celebrará en septiembre de 2008 en el recinto ferial de Colonia. Como feria principal del sector contó en 2007 con 420 expositores y más de 6.000 visitantes profesionales.
4. El "Salon Solutions Ressources Humaines" se llevará a cabo por segunda vez el 8 y 9 de octubre de 2008 en Palexpo, en Ginebra, Suiza. En su edición anterior se encontraron 93 expositores y 1.640 visitantes profesionales.
5. Otras son "Personal Austria. En octubre en el recinto Austria Center Vienna, "Personal Hungary" en Budapest, "Personal Moscow en el Expocentre o "Personal Learning 2008" en abril en la ciudad de Zurich.

Salones profesionales y ferias en el sector inmobiliario...

Todas ineludibles si éste es tu sector: SIMA (Madrid), Barcelona Meeting Point (Barcelona), SEIN (Madrid), Construmat (Barcelona)...



Para los profesionales de marketing, ventas, finanzas, recursos humanos...

Las jornadas profesionales organizadas por IIR, IFAES, Interban, MK On Tour, Club Dirigentes de Marketing, Especial directivos "MK y Ventas", IB Events, OME (On Line Marketing España), Hoy es Marketing de ESIC y un largo etcétera.

Para emprendedores y del sector de las nuevas tecnologías...

1. Thursday Internet

Evento organizado por Ildefonso Mayorgas el último jueves de cada mes los últimos cuatro años, lleva ya más de 85 eventos reuniendo a profesionales de las nuevas tecnologías y siempre con invitados de excepción (www.thursday.es).

2. First Tuesday

Evento organizado por Carlos Blanco para reunir a emprendedores e inversores en nuevas tecnologías, tanto en Madrid como en Barcelona. Este evento ha propiciado el lanzamiento de varias empresas, a él acuden más de 100 profesionales de media y cuenta con ponentes importantes para debatir temas de actualidad (www.firsttuesday.com).

3. Iniciador

Otro evento interesante organizado por Ángel María Herrera que reúne mensualmente en Madrid, Barcelona y Valencia a emprendedores y empresarios en las áreas de Internet y nuevas tecnologías (www.iniciador.es).

4. Beers & Blogs

Como su propio nombre indica, el caso es dejar de lado por un momento la pantalla del ordenador y el ratón y juntarse con el



resto de los blogueros para charlar con una cerveza en la mano y que surjan posibilidades de colaboración (www.beers&blogs.com).

5. *Open Coffee Club*

Se celebra en Barcelona y reúne principalmente a emprendedores, webmasters y directivos de empresas punto com. Cuenta con gran éxito, a él acuden más de 50 personas de media. Búscalo en XING.

4.4 Jornadas, seminarios y conferencias

Son un lugar perfecto para hacer buen networking, son muy focalizados por lo que podrás localizar a tu target y de paso aprender.

Echa mano de tu buscador favorito para encontrar los seminarios y conferencias de tus áreas de interés en tu ciudad. Algunas empresas de referencia son: IIR, Tea Cegos, IFAES, Interban, IB Events, Recoletos Conferencias o Expansión Conferencias.

Todas las cámaras de comercio y asociaciones profesionales incluyen habitualmente entre sus actividades seminarios y conferencias, tienes que suscribirte al newsletter para estar al corriente.

También si eres ex alumno de alguna escuela de negocios te llegarán infinidad de actividades de este tipo, no olvides darte de alta e incluso acudir a seminarios de otras escuelas en las que no hayas estudiado.

Para seguir buscando eventos, ferias, seminarios y demás echa un vistazo a:

- www.buscaeventos.com.
- www.feriascomerciales.es.
- www.eventoplus.com.
- www.ifema.es.
- www.xing.com (previo registro en la plataforma).



4.5 Las asociaciones de antiguos alumnos. *Alumni Association*

Si realizaste una carrera universitaria, un curso superior o un máster en una escuela de negocios, no desaproveches esa oportunidad.

No sólo tus antiguos compañeros, los profesores y el personal de la propia escuela, si tienes una relación cordial con ellos y cuidas tu imagen y comportamiento hacia los demás no dejarán de surgirte buenas oportunidades en el futuro.

Aprovecha todas las actividades que realice tu escuela, charlas, conferencias, visitas a empresas, aniversarios,... serán una ocasión perfecta para seguir cultivando tus contactos y estar al día.

Las principales escuelas de negocios IE, IESE, EOI, ESADE, ESIC, etc. tienen unas asociaciones de antiguos alumnos muy consolidadas, extendidas y activas y, gracias a la web, pueden seguir en contacto con la mayoría de ellos y ofrecerles servicios de valor añadido.

Si te involucras con tu antigua escuela mucho mejor, saldrás beneficiado de ello. Toma parte activa para ser representante de tu asociación de antiguos alumnos. Escuelas como el IE, IESE, ESADE o EOI tienen más de 50 años de andadura y más de 30.000 ex alumnos repartidos por todo el mundo cada una de ellas.

Por otro lado, si tu escuela no tiene una asociación de antiguos alumnos, o no es muy activa, toma tú las riendas, es realmente sencillo crear una en XING por ejemplo, pero para ello te tienes que comprometer a moderarla, enviar información de interés a sus miembros y organizar encuentros. No hay nada mejor como retomar el contacto con tus antiguos colegas de colegio, instituto o universidad, las sinergias surgirán enseguida.



4.6 En tu empresa

No te quedes en la oficina hasta las tantas, comparte unas cervezas o un vino con tus compañeros para hablar no sólo de trabajo.

Si organizan algún torneo de tenis, fútbol, baloncesto, ajedrez, mus, fútbolín, apúntate.

Lo mismo si la empresa organiza algún tipo de actividad social como viajes, visitas culturales, un concierto, una fiesta para clientes, participa y sé activo en ellos.

Independientemente del tamaño que tenga tu empresa, crea tu propia red si no existe en la actualidad.

Gracias a la web puedes crear tu comunidad *on-line* en XING, LinkedIn, Viadeo u otras pudiendo crear foros privados, abrir foros públicos de discusión, enviar newsletters, ofrecer ofertas de empleo o negocio y publicar eventos a través de ellas.

La red no tiene por qué estar formada únicamente por empleados, incluye también a clientes, proveedores, socios, colaboradores, asociaciones, gremios, administraciones, todos aquellos que aporten valor a tu red empresarial.

Una vez tu red tenga cierto tamaño ya podrás organizar encuentros informales como desayunos, cócteles, fiestas y encuentros formales para el intercambio de ideas, oportunidades de negocio, charlas, seminarios, conferencias e incluso ferias.

Tienes que ser un conector o conectora nato que facilite la relación entre todos los miembros haciendo que los contactos y relaciones entre todos los miembros fluyan de forma natural.

4.7 En tu entorno más cercano

Aquí me refiero a todo lo que hagas fuera de tu trabajo, el networking está en todas partes. Mi amigo Antoni Porras lleva



tarjetas de visita incluso cuando va al gimnasio, yo, aunque salga a tomar algo con amigos, también siempre llevo unas cuantas.

Relaciónate con tus vecinos, quizá alguno trabaje en un gran banco, una empresa de seguros, una agencia de publicidad y te pueda echar una mano en un momento dado.

Relaciónate con los padres de tus hijos cuando vayas a buscarles al colegio, te juntes con ellos en el parque o en las actividades extraescolares.

Relaciónate con tus compañeros de los cursos de pintura, escultura, bailes de salón o cocina en los que te apuntes.

En tu segunda residencia, si la tienes, también cuentas con un círculo de amigos distinto al habitual, al igual que si te vas de vacaciones, no bajas la guardia, los buenos contactos aparecen cuando menos te lo esperas.

Si sales con tus amigos a cenar, haz lo mismo, interésate por todo lo que hacen el resto de integrantes del grupo, no te quedes callado en un extremo de la mesa, relaciónate con todo el mundo, toma nota de su teléfono y e-mail y hazle seguimiento.

4.8 Eventos informales

Aquí tenemos todos aquellos eventos que tienen un carácter meramente lúdico pero que tienen una afluencia masiva de profesionales.

Los hoteles y agencias de viajes organizan gran número de fiestas y cócteles generalmente abiertos al gran público, estate atento a ellos.

Tenemos en este apartado todas las fiestas de inauguración de locales, jornadas de puertas abiertas de empresa, presentaciones de productos, etc.



Las embajadas, consulados, cámaras de comercio también organizan frecuentemente todo tipo de recepciones, fiestas a los que podrás acudir. La Chambre organiza el segundo martes de cada mes “la copa de la amistad”, cada vez en un lugar distinto, y cada cuatro meses se juntan todas las cámaras de comercio europeas para organizar el *European Business Drink* al que acuden de media 150 personas.

1. *L’AfterWork*

Es un evento de networking para francófonos en Madrid, Barcelona y otras ciudades del mundo. Buscan generalmente locales de moda en los que la media de participantes son 200. Siempre están acompañados por marcas que figuran como sponsors del evento que además aportan premios y sorteos (www.afterwork.es).

2. *Speed networking en Estocolmo*

El último miércoles de cada mes, el Foro de Comercio Hispano-Sueco organiza un evento informal en Estocolmo. Así fue también el 27 de septiembre, cuando unas 30 personas se reunieron en el restaurante Capital, en el barrio de Kungsholmen, en pleno centro de Estocolmo, para celebrar uno más de los llamados *Speed networking*. Después de una presentación breve sobre el foro, las personas se sentaron en grupo de dos en dos para presentarse durante cinco minutos, antes de cambiar de grupo.

Fue un encuentro muy apreciado entre las personas que asistieron. El objetivo del foro es fomentar las relaciones comerciales entre Suecia y España, con Estocolmo como base de las actividades. Para informarse de estas actividades del Foro, consulte www.s-shf.com.

3. *Speed networking en Madrid*

En octubre de 2007 la Cámara Hispano Sueca y la Cámara de Comercio Británica en España celebraron el primer *Speed*



networking en Madrid. Siguiendo el modelo del foro de Estocolmo se organizaron dos mesas de reuniones de 15 participantes cada una teniendo dos minutos cada persona para dar una breve descripción de su actividad. Al sonar la campana cambiaban los turnos de presentación y se movían los participantes de las filas interiores. Este evento se realizó en las oficinas de Regus en el Palacio de Miraflores. Sin duda fue todo un éxito, doy fe de ello ya que cerré un importante contrato con una de las empresas con las que estuve y eso que sólo tuve un minuto y medio para contarle lo que hacía mi empresa...

4.9 Viajando

Yo aquí soy algo más tímido pero cuando tienes un viaje por delante de más de tres o cuatro horas tienes tiempo para entablar conversación con tu compañero o compañera de asiento ya sea en el tren, el autobús o el avión.

Puedes aprovechar para romper el hielo sobre el periódico o libro que está leyendo tu acompañante y de paso tu trayecto se hará más ameno.

En las salas VIP de los aeropuertos y estaciones de tren será más fácil y más cómodo, sin duda, y después en el avión o el tren durante el viaje.

En este caso, como las distancias son más cortas, cuida tu alicio e higiene personal. Presta también especial atención a la educación, ayuda a los demás pasajeros, silencia tu teléfono móvil, no hables con un tono de voz elevado por teléfono. Si la otra persona no tiene ganas de hablar no insistas y ve a lo tuyo.

Ten a mano tu agenda y tus tarjetas de visita para intercambiarlas si surge la ocasión.



Planifica tus viajes con la suficiente antelación para no llegar corriendo, sudando, estresado o habiéndote dejado algo en casa o en la oficina, es realmente frustrante.

Como te he comentado antes el networking puede surgir en cualquier momento, mi compañero Bill hizo un excelente contacto con una empresa de telemarketing mientras nos comíamos un curry a las dos de la madrugada en un bar de Berlín.

Generando tus propios eventos de networking

Como te comenté antes, no te conformes con acudir a diversos eventos, sé tú también un generador o generadora de eventos de interés o simplemente colabora en la organización de los mismos.

Eres tú quien le dará el enfoque, la excusa, algo para hacerlo atractivo.

Por otro lado, las redes profesionales necesitan pasar del *on-line* al *off-line* para dar una mayor credibilidad a las comunidades que se crean inicialmente de forma virtual. Apóyate pues en la Web 2.0 y publica tus eventos en todas las plataformas que lo permitan, en tu blog o en otros blogs que conozcas, generarás notoriedad y comentarios al respecto.

Te adelanto que organizar un evento es complicado, tedioso, poco gratificante, te requerirá mucho tiempo y la gente no lo valorará tanto como esperas. Por otro lado, la gente no suele confirmar su asistencia y de los que la confirman cuenta con el 50% para no tener sorpresas.

Si no eres un dinamizador o dinamizadora nato busca a un buen maestro de ceremonias o conductor de tu evento, consigue a un invitado especial.



5.1 Elección del tema central o motivo del evento

Un evento puede ser genérico, puede simplemente buscar el encuentro de diferentes profesionales de un sector o diversos sectores sin un tema central. En este sentido, haz atractiva la participación en el mismo con un buen lugar de encuentro, un lugar reconocido, con personas de cierto nivel profesional que atraigan al resto.

Sin duda, tendrás mayor éxito si tienes un tema central al igual que a invitados de cierta relevancia. En este sentido, Ildefonso Mayorgas y Antonio Fumero, directores del Thursday llevan más de ocho años convocando el último jueves de cada mes a personas interesadas por las nuevas tecnologías gracias a que siempre tienen invitados relevantes en el sector.

Aprovecha tu red de contactos para organizar encuentros sobre un tema de interés concreto y mueve al colectivo que quieres convocar por todos los medios posibles.

5.2 Elección del lugar perfecto para el encuentro

Tanto mi experiencia como el sentido común apuntan a que lo hagas principalmente en una empresa con una buena sala de reuniones o un hotel, evita lugares bulliciosos en los que sea complicado mantener una conversación como bares o lugares abiertos.

Si puedes cierra algún acuerdo con un hotel de cuatro o cinco estrellas para dar una buena imagen a tus asistentes y si el lugar funciona no hace falta que vayas cambiando cada vez.

También puedes encontrar alguna empresa que quiera colaborar contigo ofreciéndote el espacio para la reunión, un centro de conferencias, un centro de negocios o las aulas de una escuela de negocios.



Elige un lugar sin duda céntrico o lo mejor comunicado posible por transporte público y con posibilidad de aparcamiento. El día de la semana también es clave así como la hora, fíjate en los calendarios para que no te coincida con partidos de fútbol, grandes eventos o manifestaciones.

5.3 La convocatoria o invitación

Si tienes un buen listado o lista de distribución cuida la imagen del correo que les envías para convocarles a la reunión.

La convocatoria ha de ser atractiva y, sobre todo, muy clara, si tiene coste indícalo. Aprovecha la red para incluir el enlace de situación con Google Maps por ejemplo.

Si has creado ya un grupo dentro de una plataforma de networking te será más fácil porque al publicar el evento en XING o Viadeo y otras redes les llegará la invitación de forma automática incluso a personas que no estén inscritas en tu grupo.

Apoya la convocatoria con carteles en lugares estratégicos que tengan gran tránsito de personas, tableros de anuncios, ascensores, recepción y cuando envíes una convocatoria invita a los participantes a que la distribuyan a su vez a sus conocidos, que recomienden el evento.

Envía un plano de cómo llegar o, mejor aún, un link a la dirección de destino.

5.4 Búsqueda de patrocinadores y colaboradores

Si tienes buena labia y poder de convocatoria un patrocinador o colaboradores te ayudará a sufragar los costes de la organización de un evento. Tienes que darles una descripción precisa del



tipo de evento que vas a organizar, quien va a acudir y darles el debido protagonismo.

Negocia con un hotel, éste te podrá ofrecer la sala sin coste o a un precio reducido, una gran empresa, asociación o escuela de negocios también te podrá ceder el espacio sin coste ya que pueden estar interesados en el público que convoques.

Otro patrocinador puede aportar algún regalo u obsequio para los participantes, así tendrás excusa para recoger tarjeta de todas las personas que vayan llegando y darán otro aliciente más a tu evento.

No abuses de los patrocinadores o colaboradores, máximo cuatro o cinco para no crear confusión entre los asistentes, no satures el evento.

Busca patrocinadores compatibles entre sí que ofrezcan productos y servicios atractivos para los asistentes y, si tienen tiempo para hablar de su empresa, límtalo a cinco minutos, que no acaparen toda la atención o que aburran a los asistentes.

5.5 El día del evento. Logística y recepción

Como organizador, sobre todo, debes tener la máxima previsión en cuanto a los medios tanto materiales como humanos que vas a necesitar.

Tómate todo el tiempo necesario para comprobar que todo está bien, que la sala es adecuada, la temperatura correcta, que cuentas con identificadores para colocar las tarjetas de visita en un lugar visible, que tienes una urna para las tarjetas de visita si haces un sorteo, que el vídeo proyector funciona bien si hay proyección, los micrófonos, etc. Murphy siempre está rondando por todas partes.



Controla las personas que llegan a tu evento con un registro a la entrada y añade a los que vienen por sorpresa para convocarlos para futuras reuniones.

Señaliza bien cómo llegar al punto de reunión, da indicaciones precisas al personal que tengas de apoyo para que la gente se sienta acompañada.

Si tienes presupuesto y organizas eventos con frecuencia será perfecto que tengas una pancarta desplegable para dar una mejor y más potente identidad a tu evento.

Recibe a todos los participantes uno a uno y acompáñales al interior de la sala presentándoles a personas que les puedan interesar. Ayúdales a iniciar una conversación, tienes que ser el embajador o embajadora perfecto de tu evento, estar disponible y localizable para todo el mundo.

Acompáñate de colaboradores que también sean buenos conectores si es un evento de más de 30 personas.

5.6 Desarrollando un evento de networking productivo

Para que el evento sea productivo todos los participantes han de encontrar personas de interés para entablar una conversación.

La fórmula que siguen los eventos de este tipo, como el 6º Club de networking, es la siguiente: dar la apertura del evento explicando los motivos de la reunión, el poder del networking, introducir a los colaboradores y patrocinadores en primer lugar y, seguidamente, el minuto de oro para que cada uno se presente brevemente.

Lánzate y coge el micrófono o ponte en el centro de la sala para contar brevemente quién eres, a qué te dedicas y cuáles son tus intereses. Sé breve, conciso y, si puedes, diferente, original



para que finalizadas las presentaciones la gente tenga interés por conocerte un poco mejor y se acerque a ti.

Ayudando a conectarse a personas con intereses comunes se marcharán con buen sabor de boca. Por otro lado, cuida bien la lista de asistentes y procura que tenga cierta homogeneidad para que no haya gente que no se encuentre cómoda o le de la sensación de que no es un evento para personas de su nivel.

5.7 ^{El} seguimiento

La clave fundamental del networking es el seguimiento. Podemos recoger 100 tarjetas en una reunión o haber tenido a 100 participantes pero de nada habrá servido si no les contactamos posteriormente para agradecerles su participación.

Gracias a las plataformas de networking podemos abrir un foro de discusión posterior al evento para recoger las impresiones de los participantes, qué les gustó, qué mejorarían y qué temas les gustaría que se tocasen en el futuro.

Si algunos contactos fueron realmente interesantes y te pidieron información posterior no tardes ni 24 horas en contactarles por teléfono o e-mail para que no se enfríe el contacto.

Si te comprometiste en referir algún contacto, lo mismo, hazlo al día siguiente, toma notas durante el evento en la parte posterior de las tarjetas de lo que te pidan o te comprometas a dar.

Gracias a este tipo de eventos surgen puntos de interés y reuniones posteriores entre los miembros de la reunión, con ello ya habrás obtenido el éxito deseado. Las personas que hayan realizado contactos fructíferos serán tus mejores embajadores para los siguientes eventos que organices, apóyate entonces en sus redes de contactos para que los difundan entre ellos.



5.8 ¿Para cuándo el siguiente?

Si el evento que has organizado ha gozado de una buena aceptación puedes institucionalizarlo y realizarlo periódicamente. Sigue teniendo en cuenta las fechas y horas más adecuadas.

Dale personalidad al evento y apóyate en ponentes o personas de cierta relevancia para que cada evento sea distinto al anterior y no tengas siempre a los mismos participantes.

Si ganas cierto nombre, también te facilitará que vayas incorporando nuevos sponsors o colaboradores para ofrecer un valor añadido en tu evento.

A parte de los foros o blogs también puedes elaborar un newsletter bien sencillo para distribuir entre las personas afines a tus eventos. Edita un enlace directo a tu página o newsletter para que tus contactos a su vez puedan recomendar tus eventos.

Apóyate en personas que no tengan miedo escénico para romper el hielo al principio del evento para que lo dinamicen, para que pongan a otras personas en contacto.

Estudia el mejor formato posible que permita la total interacción de todos los participantes con turnos de un minuto de tiempo para que cada uno se presente al resto del grupo u organiza un *Speed networking* en el que las personas vayan cambiando de mesa o lugar para conocerse entre sí.

5.9 Ejemplo de una convocatoria de un evento

Antonio Perea es un abogado de lo más activo, tiene una firma de abogados y organiza semanalmente desayunos en Madrid sobre temas de gran interés y, además, sin coste alguno que convoca a través de la plataforma XING.



He acudido a un par de ellos y es un buen anfitrión, no tiene un estilo de venta nada agresivo, no trata de venderte sus servicios.

**“Novedades del nuevo reglamento de la LOPD.
Responsabilidad de la empresa”**

Anfitrión	Antonio Perea
Categoría	Cursillos y Seminarios
Tu respuesta	SÍ NO QUIZÁS
Lugar:	Centro de Negocios Eurobuilding, Hotel NH Eurobuilding, C/ Juan Ramón Jiménez, 8. 1º Madrid
Fecha y Hora:	Martes, 27 de mayo de 2008 de 10 a 11,30 horas
Moderador de la Jornada:	Antonio Perea, Abogado
Inscripciones:	Gratuita

Rogamos confirmen su asistencia en el teléfono 91 574 81 39 o enviando un e-mail a madrid@perea-abogados.com

Transportes:	Parking público: Padre Damián, 36
Metro:	Cuzco (Línea 10), Colombia (Líneas 8 y 9)
Autobuses:	150, 147, 40, 27, 14, 11, 7 y circular
Tren de cercanías:	Nuevos Ministerios
Mostrar ubicación:	Enlace en Google Maps
Idioma(s):	Español
Descripción:	Desayunos Profesionales

¿Dónde aprender las bases del networking?

6.1 El autodidacta

Son aquellas personas que lo llevan en la sangre, que son auténticos animales sociales, les encanta relacionarse con cuantas más personas mejor y les gusta establecer relaciones de confianza.

Éste ha sido en cierto modo mi caso, pero sobretodo lo he aprendido observando a los demás, pidiendo ayuda siempre para que me introdujesen en un nuevo círculo, por lo tanto, deja de lado la timidez.

Aprendes acudiendo a diversos eventos y aprendiendo de tus errores, aplicando puro sentido común a la hora de establecer un nuevo contacto.

Documéntate sobre el tema leyendo artículos relacionados en revistas especializadas, diarios económicos, blogs, páginas web, newsletter, etc.

Una vez te manejes bien en la materia del networking en eventos, ayuda a otros también a introducirse, te estarán eternamente agradecidos.



6.2 Las escuelas de negocios y universidades

Cuando alguien elige una escuela de negocios o universidad para realizar un curso o postgrado sin duda también valorará el prestigio de dicha escuela o institución y el potencial de contactos que puede establecer en la misma.

En muchas de ellas te enseñarán cómo hablar en público, cómo hacer presentaciones eficaces, marketing personal,...

Ya empiezan a proliferar cursos específicos de networking, el Instituto de Empresa lleva años organizando un taller práctico sobre networking, también la Universidad Rey Juan Carlos organizó en 2007 el curso gratuito "Web 2.0. ¿sabes lo que es?" y la escuela de Telecom ETSIT de la UPM. Poco a poco el networking pasará a formar parte del temario en los principales programas de masters y carreras profesionales.

Si estás pensando realizar un curso de especialización o un postgrado estudia bien la oferta que tienes a tu alcance para dar con el más adecuado con tus intereses personales.

Como te indicaba antes, las asociaciones de antiguos alumnos son un plus en las escuelas de negocios si de verdad las aprovechas. Acércate con regularidad a tu escuela o universidad y no pierdas en contacto con tus antiguos profesores y compañeros.

Apúntate a las iniciativas que te ofrezca tu escuela como prácticas, becas, colaboraciones, estudios de mercado, proyectos, será tu primer paso en tu carrera profesional.

Muchas universidades cuentan también con viveros de empresas, sin duda otro punto perfecto para hacer networking con tus compañeros, profesores, instituciones y empresas.



6.3 Cursos de especialización y referrals clubs

1. Valencia Knowledge Management Consulting

Alberto García Lluís lleva varios años impartiendo un curso, principalmente a directivos, que está dando excelentes resultados. El curso se llama “Gestión estratégica de contactos internacionales” y los imparte principalmente para el ICEX y en cámaras de comercio.

Este curso te dará las bases para trabajar de forma adecuada y eficaz tu red de contactos para sacarle el máximo provecho (www.vkmc.es).

2. BNI (Business Network International)

BNI es la mayor organización mundial de recomendaciones de negocios. Se fundó en Estados Unidos en 1985 y actualmente cuenta con más de 100.000 miembros en 38 países. Éstos intercambiaron 5,5 millones de recomendaciones por un valor de 1,5 millones de euros.

Crea grupos de entre 20 y 40 personas de diferentes profesiones que se reúnen semanalmente durante dos horas para hacer networking, intercambiar contactos y cruzarse entre ellos referencias de negocios basándose en la confianza del total de los miembros que integran el grupo.

La persona que lo lidera se encarga de formar a sus miembros para conseguir referencias de calidad, buenos contactos y hacer networking de forma efectiva.

Cada año organizan la semana del networking en una ciudad distinta, en 2008 eligieron Lisboa para dicho encuentro reuniendo a más de 5000 profesionales (www.bni.com).



6.4 Libros recomendados

Alguna literatura sobre el tema para que te adentres un poco más en el networking o áreas que te ayudarán a manejarte mejor:

- *The Tipping Point, "How little things can make a big difference"*. Malcom Gladwell, Little Brown, 2000. El gran clásico.
- *Dos grados. Networking, cuida tu red virtual de contactos*. Sonia Fernandez, Ed. Lid, 2004. Escrito por la directora de Match.com.
- *XING Das Busch*. Stephan Lamprecht. En Alemán. Disponible en Internet.
- *Aprender a hablar en público hoy*. Juan Antonio Vallejo-Nájera, Editorial Planeta, 2006.
- *Nunca comas solo. Networking para optimizar tus relaciones personales*. Keith Ferrazzi, Amat Editorial, 2008.
- *Maestros del networking. Construyendo relaciones en su agenda y en su alma*. Ivan R. Misner y Ron Morgan. T&M Editores, 2006.
- *The World's Best Known Marketing Secret. Building your Business with Word-of-mouth marketing*. Ivan R. Misner, Bard Press. www.bardpress.com.
- *Business by referral "A sure-fire way to generate new Business"*. Ivan R. Misner y Robert Davis, Bard Press.
- *The hidden power of social Networks*. Rob Cross y Andrew Parker, Harvard Business School Press, 2004.
- *Networlding*. Melissa Giovagnoli y Jocelyn Carter-Miller. Ed. Jossey Bass, 2000.
- *Let's connect!* Jan Vermeiren, Step by Step Publishing, 1993.
- *Seis grados de separación*. Duncan J. Watts, Paidós, 2006.

¿Cómo gestionar de forma efectiva mis contactos?

7.1 Las tarjetas de visita

La tarjeta de visita va a decir mucho de ti. Cuida al máximo su diseño, la calidad de impresión y del papel, es importante que se pueda escribir en el reverso.

Si tus tarjetas vienen impuestas por tu empresa, no podrás hacer nada, pero si te encargas tú del diseño especifica el área de negocio en la que trabajas, huye de nombres complicados que no dicen nada. Utiliza también el reverso de la tarjeta, elige colores llamativos y un diseño cuidado y atractivo. Tu página web, teléfono de contacto y e-mail tienen que estar bien legibles.

Cuando te den una tarjeta de visita en una reunión anota detrás de ellas la fecha de la reunión, lugar, móvil si no lo tiene, sector, datos de la empresa (número de empleados, ciudades con oficinas, oficina central, otros contactos dentro de la empresa de tu interés) y si tu contacto quiere que le mandes información o una propuesta.

Lleva suficientes tarjetas y en buen estado, llévalas siempre a mano en un bolsillo exterior y guarda cuidadosamente en otro bolsillo las que te entreguen para que no se te mezclen. Lleva



también un buen número de tarjetas en tu coche, moto y maletín, que nunca te falten.

7.2 Organización del tarjetero

Una vez llegues a la oficina es el momento de organizar bien tus tarjetas. Utilizar tarjeteros grandes para poder organizarlas por orden alfabético o por sectores para localizarlas mejor.

Puedes tener diferentes tarjeteros más pequeños y separar por tipos de clientes, proveedores, colaboradores, clientes potenciales, de forma que sea mucho más sencillo.

Si introduces las tarjetas una por una en tu libreta de direcciones bastará con guardarlas en cajas dentro de tu cajón pero ten siempre una copia de seguridad.

Hay sistemas para digitalizarlas pero no son 100% eficaces, siempre te tocará revisarlas una por una y corregirlas, de estos sistemas el más conocido es Plaxo. Otra opción es digitalizar varias tarjetas en un escáner con OCR, reconocimiento de caracteres. No tendrás más que copiar y arrastrar la información a campos de Excel o a tu base de datos o CRM habitual.

La mejor solución es buscar a tus contactos en las principales plataformas como XING, LinkedIn, Viadeo, Plaxo, Konnects e invitarlos a ser contactos directos tuyos, de esta forma ya los tendrás siempre a tu alcance a un solo click y podrás conocer a sus contactos y enterarte si cambian de trabajo.

Todas estas plataformas te permiten contrastar tu libreta de direcciones de Outlook, Gmail, Yahoo, AOL, Palm para identificar aquellos contactos tuyos que ya están registrados, por lo que será mucho más sencillo agregarlos a tu red de contactos.

Otra ventaja añadida es la facilidad de organización de tus contactos a través de “tags”, etiquetas, que te permitirán localizarlos



rápidamente, por ejemplo: clientes, proveedores, Madrid, recursos humanos, amigos, club de marketing, etc.

Podrás ver tus contactos en formato lista o en formato tarjeta de visita convencional. En el primer tipo de formato tendrás su dirección de Skype para llamarles o un icono para enviarles un e-mail.

Sin duda, estas herramientas te ayudarán a estar en contacto de forma más rápida y sencilla con todos tus contactos.

7.3 Dispositivos digitales: Palm, Blackberry, Smartphones, Iphone

El gran invento de este siglo. Utilicé la Palm desde que se inventó, ha sido una herramienta pionera al facilitar la clasificación de los contactos por diferentes categorías, localizar contactos escribiendo parte de una palabra, hallando reuniones anteriores con determinadas personas, etc.

Vas a encontrar infinidad de modelos distintos de Palm, desde el más básico al más sofisticado que integra teléfono, GPS (para llegar bien a tus reuniones), explorador de Internet, calendario, notas y los programas de Office.

A raíz de Palm, el resto de dispositivos han copiado su funcionamiento por lo que tendrás las mismas funciones en una Blackberry o Smartphone, prácticamente todos responderán bien a tus necesidades.

Una vez hayas introducido un contacto en tu dispositivo podrás localizar rápidamente a todos los demás y ponerte en contacto con ellos a través de una llamada, un SMS o un correo electrónico. También podrás añadir de forma inmediata un contacto que te haya hecho una llamada e incluso añadir su foto.

Incluso puedes descargarte la aplicación XING Mobile en tu dispositivo para gestionar al momento todos tus mensajes y actividades en esta plataforma de networking.



7.4 Las plataformas de networking profesional: LinkedIn, Plaxo, Viadeo y XING



He hecho mención a ellas a lo largo de este libro al ser fundamentales ya hoy en día. Primero voy a describir alguna de ellas para después centrarme en la que más utilizo, la que mejor conozco y la más completa, XING.

Te interesa tener una identidad digital para ser visible en la red a tus contactos o a personas que pueden estar interesadas en conocerte o empresas que te quieran contactar. Tu perfil, además de estar en

estas redes, aparecerá en los principales motores de búsqueda de Internet. Veamos pues algunas de estas plataformas:

- **LinkedIn:** su origen está en Estados Unidos y cuenta a día de hoy con más de 20 millones de usuarios, a pesar de su alto número de miembros éstos utilizan poco la plataforma, básicamente para establecer un primer contacto, guardarlo y de vez en cuando contactar con ellos. También cuenta con un apartado de ofertas de empleo: www.lindedin.com.
- **Plaxo:** de origen holandés, se inició como un software para la digitalización de tarjetas y tiene una buena extensión por Europa. Integra aplicaciones de calendario, blogs, fotos y noticias entre otras funciones: www.plaxo.com.
- **Viadeo:** (antes llamado Viaduc) se crea en junio 2004 en Francia desde un club de 200 emprendedores para favorecer el contacto permanente entre sus miembros y para crear redes de contacto de confianza que permitan identificar nuevas oportunidades de negocio. Cuenta con 2 millones de usuarios principalmente localizados en Francia, es muy intuitiva, fácil de utilizar y puedes poner tu perfil en varios idiomas: www.viadeo.com.



7.4.1. XING

XING nació en Hamburgo en 2003 y originalmente se llamaba Open BC. Fue creada por Lars Hinrich con el objetivo de tener de forma visible a todos sus contactos. Enseguida gustó esta idea a los directivos y se extendió rápidamente por Alemania. Es la primera empresa de la Web 2.0 que cotiza en bolsa con oficinas en Hamburgo, Estambul, Beijing y Barcelona.

Es el líder en Europa, cuenta con más de 6 millones de usuarios siendo éstos los más activos ya que la plataforma cuenta con gran número de aplicaciones para practicar un networking total tanto *on-line* como *off-line*. Existen más de 16.000 grupos de todas las áreas y en 2007 sus usuarios organizaron más de 44.000 eventos presenciales.

7.4.1.1. ¿Cómo creo mi identidad digital?

Primero haz el siguiente ejercicio:

1. Busca tu nombre completo en un buscador de Internet.
2. Haz también la prueba poniendo tu nombre completo entre comillas ("Nombre Apellidos").

¿Apareces en los resultados de búsqueda?

¿Se trata de información actualizada?

¿Lo que has encontrado se corresponde con lo que deseas comunicar?

¿Estás satisfecho con los resultados?

Tarde o temprano, **alguien te va buscar en Internet**. Puede ser alguien que se esté informando para una posterior reunión: un proveedor, un futuro cliente, un *headhunter* o tu próximo jefe...

Si no te encuentra, este hecho denota una falta de notoriedad o transparencia que es negativa porque puede ser una oportunidad perdida.



También puedes encontrar resultados inapropiados, ya que hoy en día se publica más información personal en Internet (blogs, fotos, vídeos, *currículum*, noticias...). Mucho cuidado con las fotos que sacan tus amigos en las juergas que luego suben a Facebook.

Deberías seguir las siguientes indicaciones:

1. Completa bien tu perfil con tu trayectoria profesional añadiendo tus funciones y principales logros. No puede haber huecos en tu *currículum* o experiencias de pocos meses, ha de ser homogéneo, comprensible y finalmente con un enlace a la página web de tu empresa. No abuses de tus experiencias profesionales cargando en exceso esta parte. Si tienes 30 años parecerá un poco raro que hayas trabajado en ocho empresas distintas.
2. Formación, estudios: pon el nombre de la titulación que obtuviste, la escuela, años, ciudad, premios y becas. Este apartado te permitirá localizar a tus ex compañeros, ex profesores o será un punto de encuentro con profesionales a los que quieras contactar que no coincidieron contigo.
3. Idiomas: no mientas, añade los que realmente conoces para que te contacten personas que hablan tus mismos idiomas y, sobre todo, para que encuentres o te lleguen ofertas de trabajo que encajen en tu perfil.
4. Organizaciones: todas aquellas asociaciones, clubs, escuelas, cámaras de comercio a las que perteneces. Será otra forma más de localizar contactos afines contigo.
5. Busco/Intereses: sé claro y conciso, no pongas frases largas, mejor palabras o etiquetas comunes, reconocidas para afinar la precisión de búsqueda del buscador. Por ejemplo: marketing internacional, diseño gráfico, inversores, importación vino, golf... comprueba qué etiquetas funcionan y cámbialas periódicamente.



6. Ofrezco/experiencia: igual que el caso anterior, brevedad ante todo, palabras clave. Por ejemplo: dirección de proyectos, coaching, marketing, derecho laboral, arquitectura.
7. Añade tu página web, tu blog y datos de contacto que compartirás con quien quieras.

7.4.1.2. Panel de control de XING y sus aplicaciones

Inicio-Mi página inicial

Vas a ver de un vistazo y según tus preferencias

Novedades en mi red ☒

Usuarios nuevos ☒

Usuarios que visitaron mi perfil ☒

Contactos de mis contactos ☒

Los cumpleaños de mis contactos ☒

Búsqueda rápida ☒

Últimas entradas en mis grupos ☒

Entradas recientes de todos los grupos ☒

Mis últimas entradas de grupo ☒

Mis próximos eventos ☒

Eventos en mi zona ☒

Ofertas que se ajustan a mi perfil ☒

Verás cada día la actividad de tus contactos, si cambian de trabajo, si modifican datos de su perfil, si acuden a un evento, si han publicado una oferta de empleo o si han entrado en contacto con alguien nuevo.

También verás contactos de tus contactos y su empresa actual por lo que podrás encontrar coincidencias y llegar a ellos.

Sabrás quién ha estado viendo tu perfil o visitado tu página web, y podrás buscar rápidamente personas que conoces o invitarlas a tu red.



Verás también las ofertas de trabajo que encajan con tu perfil, en un principio aparecen tres y haciendo click puedes ver el resto de ofertas. Aquí precisamente hice click hace unos meses, envié mi *currículum* y me llamaron para una entrevista, aunque no estaba buscando trabajo en ese momento, lo hice por curiosidad.

A la derecha tendrás información de cuantos contactos tienes y el alcance total de tu red de contactos.

Inicio-Mi perfil

Como te he indicado antes, completa tu perfil al máximo tendrás más puntos de conexión con otras personas.

Aquí verás la información que llegará a tus contactos y en tu perfil definirás qué buscas, qué ofreces, tu antigüedad en la plataforma, a qué grupos perteneces y tu nivel de actividad.

Inicio-Configuraciones, mi cuenta

Tendrás todos los parámetros posibles para determinar qué información quieres mostrar y compartir, qué tipo de información quieres recibir, tu idioma y, en mi cuenta, aparecerán tus datos de facturación y antigüedad en XING.

Usuarios-Búsqueda avanzada

He aquí uno de los puntos fuertes de XING, un potente motor de búsqueda de contactos profesionales. Tendrás más de quince campos para hacer una búsqueda por nombre y apellidos, por empresa actual o pasada, por sector, por área geográfica o por etiquetas de búsqueda, palabras clave.

Usuarios-Búsquedas predefinidas

En este caso tendrás cuatro bloques de búsquedas:

- Los que han visitado tu perfil, la página web de tu empresa actual, o anterior, o tu página personal.
- Los que tienen coincidencias contigo, que trabajan en tu misma empresa, que estudiaron en tu misma escuela, que

Premium Spain | Inicio Búsqueda Mensajes Mi perfil Configuraciones | Mi cuenta

Cerrar sesión | Contacto | Ayuda | Descargas | Quiénes somos | Móvil | Idioma

Buscado por nombre, empresa, etc.
Búsqueda avanzada | Buscadas no definidas | Contratar libreta de direcciones

Inicio Búsqueda Mensajes Mi perfil Configuraciones | Mi cuenta

Hola Félix!

Novedades en mi red

José Ángel Vázquez Romero se ha unido al grupo "Directores y Gerentes".

Juan Benítez Zúñiga se ha unido al grupo "Idiomas en el extranjero - Quality Courses".

Juan Benítez Zúñiga es contacto de Laia Qualit Courses (Quality Courses).

Silke Schluemann Manchnall istes auch schon http://www.allen.de (Mensajero de estado)

Monte Paz Comarubi se ha unido al grupo "Se abre el telón".

Mis próximos eventos

Business Event BRUH 2008 - II Edición Madrid

22/07/2008 – 23/07/2008, Madrid

XING BCN – “I CENAS DE ÉXITO” --- 23 Octubre
23/07/2008, 09:00 pm – 11:45 pm, Barcelona

V JORNADA DE PUBLICIDAD – “Tienes que contar
27/07/2008, 04:00 pm – 08:45 pm, Madrid

Foto OME Barcelona 2008 - Conferencias Master
28/07/2008, 08:00 am – 09:00 pm, Barcelona

Contactos de mis contactos

Paula Miras del Valle

Aldoor Ltd/market S.L.

Pedro L Ilharri Amorito Pereda

Market Care

Aniel Ros Givier

ARG OM

Alexandra Fernández Vázquez

NC CONSULTING RR HH

Ofertas de empleo para mí perfil

Country Manager Spain (m/f)

ARG AG

Product Manager at XING

XING AG

Quién ha visto mi perfil

Maria María González

XING SPAIN

Elena Luque

Business school ESCP EAP

Personalizar página inicial

Mis alertas de búsqueda

Regístrate 1 mes de suscripción Premium gratis

Llévate tus datos e invítalos a tu familia o amigos. Los que se registren podrán usar la modalidad Premium gratis durante un mes.

Información rápida

Nombre

Apellidos

Correo electrónico

Enviar

Mi red

459 Contactos Directos

68.149 Contactos Indirectos

1.263.699 Contactos de 3er grado

+ Amplía tu red ahora.



buscan u ofrecen lo mismo que tú o que pertenecen a los grupos que perteneces.

- Mis contactos: novedades en tu red, contactos de tus contactos que han cambiado, cumpleaños, etc.
- Mis compañeros: listado de todos tus ex compañeros de trabajo o estudios.

Usuarios-Alertas de búsqueda

Esta es una de mis herramientas favoritas ya que puedes establecer que XING te avise diariamente o semanalmente, por ejemplo, si se registra un usuario nuevo que pertenece a la CEOE, que estudió en ESIC, que es director de marketing, que le gusta el submarinismo o que vive en San Diego, lo que tú quieras.

Es una aplicación 100% recomendable que te ahorrará mucho tiempo. Puedes modificar o eliminar estas alertas y tener cuantas quieras.

Mensajes

Buzón de entrada: nombre, empresa y foto de quien te envía el mensaje, asunto, fecha y si lo has respondido o no.

Enviados: exactamente igual que el anterior. Puedes seleccionar y borrar, buscar sólo los mensajes de uno de tus contactos.

Enviar mensaje: tendrás todos tus contactos ordenados por apellido pudiendo seleccionarlos y enviarles un mensaje instantáneamente.

Configuraciones de privacidad: todo lo relativo a la información que quieres hacer visible tanto en la red como para tus contactos y la forma de que te contacten.

Contactos-Mis contactos

Este es tu patrimonio, lo que te ha llevado tanto tiempo conseguir.

Los podrás ver en una lista o en formato tarjeta visita, ordenarlos por etiquetas (clientes, proveedores, ex compañeros, Bilbao,



lo que hayas decidido). También, cómo no, por orden alfabético como la típica agenda de direcciones.

Los tendrás organizados en cuatro carpetas: confirmados, no confirmados, favoritos y los que tengas tú por confirmar.

Contactos-Mapa

Uno de los últimos inventos de XING que permite que puedas ver en Google Maps tu ubicación actual y cómo están distribuidos tus contactos en tu ciudad, distancia, cuántos en cada ciudad y en cada país.

Te aparecerán números en el mapa y al pinchar con el ratón te aparecerá la información de contacto, además podrás ver la ruta más rápida para reunirte con ellos.

Contactos-Invitar

Para que puedas invitar a tus contactos que todavía no están en XING simplemente escribiendo su nombre, apellido y e-mail, podrás hacer una vista preeliminar del mensaje que les vas a invitar.

Otra forma más rápida es contrastando tus libretas de contactos de Outlook, Mac, Gmail, AOL, Yahoo, etc. A los pocos segundos verás cuantos de ellos ya están registrados en la plataforma y, los que no, podrás seleccionar aquellos que te parezca apropiado invitar a tu red.

Finalmente el estado de las invitaciones que has realizado y aplicaciones para contrastar tus libretas de correo o importar contactos de bases de datos en Excel o de Palm.

Contactos-Estado de las invitaciones

De forma gráfica verás a todas las personas que has invitado directamente a unirse a tu red de contactos en XING y la evolución, cuántos aceptaron tu invitación, eliminar la invitación o recordársela.

En un cuadro aparte tendrás la estadística de tus invitaciones y si gracias a ellas consigues meses Premium gratis.



Grupos

Este es quizá uno de los mayores atractivos de XING que le distingue del resto de plataformas. Cuenta con más de 20.000 grupos creados por sus usuarios clasificados por diferentes áreas, será difícil que no encuentres tu grupo o grupos idéneos en los que participar.

Algunos ejemplos de los grupos más grandes cuyo idioma es el español:

Tabla 7.1. Grupos de XING.

Área	Grupo	
Arte y cultura	Música y músicos	5.036
	Fotografía	4.688
	Artes plásticas	4.382
	Vino	4.249
	El Club de la Escritura	4.076
	Cine	3.817
Asociaciones y organizaciones	Club de China	7.923
	Comunidad Inusual.net	6.345
	Desarrollo de Personas en las Organizaciones	4.263
	PNL: Programación Neurolingüística	2.610
	Club Galicia Internacional	1.866
	Finanzas, productos de Cepa, SME Internac.	1.712

Continúa



Área	Grupo
Asuntos comunitarios y sociales	Padre Rico: para alcanzar la libertad financiera 10.202
	Medicina alternativa 4.593
	Mayores de 40 años 4.485
	<i>German nightlife</i> 4.313
	Las dos caras del proceso de reclutamiento y selección de personal 4.065
	Psicología 4.033
Ciencia	Z futuro, fantasta del tiempo —internacional— grandes tendencias 11.124
	Investigacion del futuro 2.799
	Biología 2.505
	Ciencia y tecnología de los materiales 2.151
	Aeroespacial 634
	Grafólogos sin fronteras 74
Colegios	Colegio Alemán de Barcelona-Alumni 126
	San Pablo CEU 91
	<i>Deutsche Schule Valencia</i> 42
	Alumni Colegio Alemán Valencia

Continúa



Área	Grupo
Empleo y carrera	Trabajar y estudiar en el extranjero 12.275
	<i>Business English at XING</i> 4.474
	Empleo y oportunidades de negocios (en español) 4.368
	Gestión de la carrera profesional 4.279
	Voluntariado internacional 4.033
	Emprendedores y autónomos 3.368
Empresas	<i>The Greater IBM Connection</i> 12.213
	Gestión integral de recursos humanos 268
	Club ejecutivo <i>on-line</i> 251
	Club empresarial 194
	Club internacional de liderazgo 188
Eventos	Eventos profesionales 1.797
	Eventos corporativos y entretenimiento 322
	Protocolo, ceremonial y organización de actos 175
	Ideas & Eventos, soluciones creativas 147
	Foro de negocios dial 95
	Comentarios de asistentes a eventos para directivos (IIR) 92

Continúa



Área	Grupo
Geografía y medio ambiente	Medio ambiente 4.530
	EERR Energías Renovables 3.410
	Agricultura, ganado y avicultura 1.779
	Gestión medioambiental responsable 505
Grupos de ambassadors XING	XING Barcelona 5.079
	XING Madrid 1.876
	XING Bogotá 1.384
	XING Lima 1.318
	XING Buenos Aires 1.310
	Xing Islas Baleares 1.275
	XING Valencia 1.160
	XING Sevilla 926
	XING Santiago de Chile 830
	XING Bilbao 818
	XING Galicia 508
Internet y tecnologías	Diseño web & gráfico publicitario 7.666
	<i>The only Linux forum</i> 6.429
	<i>Open source (software libre)</i> 5.685
	Webmásters 5.396
	<i>e-commerce</i> 4.290
	Seguridad informática 3.984
	Tele Trabajo IT 3.652
	Consultoría SAP 3.367

Continúa



Área	Grupo
Mercados de capitales y fondos	Emprendedores/ Creación de empresas 18.362
	Oportunidades de negocio 6.603
	Comercio exterior 5.208
	<i>Balance Scorecard</i> 4.969
	Marketing 1 x 1, calidad percibida y valor añadido en servicios 4.457
	Franquicias 3.422
Ocio y deporte	Sa-Sa-Sal-Salsa! 5.175
	Tango! 2.117
	Feng Shui 1.994
	Profesionales del Fitness y Wellness 1.146
	Fútbol 764
	Polo Sport! 561
	El mundo del golf 396
Sectores	Finanzas corporativas, M&A, MBO, MBI 10.553
	Maestros, profesores y pedagogos 9.119
	Ingenieros industriales 4.170
	Asesoría fiscal y contable 3.808
	Abogados 3.300
	Editorial e imprenta litográfica 2.904
	Agentes de viajes 2.854

Continúa



Área	Grupo
Temas	Calidad y excelencia 9.704
	<i>Information & Document Management</i> 4.441
	<i>Wwwwhat's new?</i> 3.927
	Gestión inmobiliaria 3.861
	Banco de ideas para nuevos negocios 3.796
	Mantenimiento de máquinas y servicios a la producción 3.127
	Oposiciones 2.702
	Domótica y viviendas de tercera generación 2.143
Temas regionales	Hispano-Alemán <i>Deutsch Spanishchsprachiger</i> 6.692
	<i>New York and Washington sponsored by Launer Business Coaching</i> 4.158
	<i>Barcelona Community</i> 3.798
	<i>Mexico Business Network</i> 1.766
	Catalunya 1.154
	Magentta/Diseñadores latinoamericanos 1.084
Universidades	Universitarios/Recién titulados 7.949
	Másters y Posgrados 5.372
	Graduados sociales 1.020
	<i>Associacio d'amics de la UPC</i> 773
	Colegio de administradores de negocios internacionales del Perú 449
	Alumni Club del Colegio Alemán de Barcelona (DSB) 161

Fuente: XING.



Si eres una persona inquieta puedes crear tu propio grupo. Tienes que dar los motivos principales a XING y comprometer-te a tenerlo activo. Te recomiendo que compartas la aventura, que haya por lo menos dos moderadores del grupo y otros dos co-moderadores:

- Si dominas un poco HTML podrás hacer un newsletter para los miembros de tu grupo, no envíes más de uno cada quince días ni tampoco sólo uno cada dos meses. Pide ayuda.
- Abre varios foros con temas de interés y mantenlos activos pero no abras demasiados (más de ocho) ya que tus usuarios a final se perderán.
- Incluye RSS para hacer tu grupo más dinámico enlazando con otras páginas y noticias de interés.
- Realiza y publica eventos de forma periódica, que no siempre sea todo *on-line*.
- Cuida la calidad de los integrantes de tu grupo, exige que tengan foto en su perfil, que se presenten al entrar en el grupo y justifiquen su causa de ingreso.
- Cuida, en especial, el tono de las conversaciones, los grupos están para interactuar y no para discutir o para vender cada uno sus productos o servicios.
- Cuando tengas un miembro destacado habla con él o ella y hazle también moderador de tu grupo.

Si participas en varios grupos selecciona los que realmente te interesan y participa mínimamente. No te limites a coleccionar etiquetas de grupo, céntrate en tus intereses.

En “mis grupos” verás el número total de miembros, las entradas totales y las tuyas. Si te gusta un grupo recomiéndaselo a tus contactos.

Es bastante sencillo moverse por los grupos, en inicio tendrás de un vistazo la presentación general del grupo, las últimas entradas, noticias, nuevos miembros, eventos, cuadro de búsqueda



de miembros dentro del grupo, RSS (enlaces de interés) y, finalmente, quiénes moderan el grupo.

Por otro lado, los diferentes foros en los que puedes entrar y participar según tus temas de interés y finalmente los miembros, pudiendo ver cuáles de ellos son tus contactos directos y al resto les pueden enviar un mensaje o invitar a tu red de contactos.

Si eres **administrador de un grupo**, podrás gestionar los miembros, aceptar peticiones de pertenencia, publicar noticias, newsletters, conocer estadísticas y gestionar archivos.

Configuración: aquí podrás personalizar totalmente tu grupo con los textos que aparezcan de bienvenida, presentación, página de acceso e imágenes y logos.

Lo dicho, cuida tu grupo con cariño porque es un escaparate más sobre ti y tu profesionalidad.

Eventos

Al igual que XING te permite localizar rápidamente profesionales también te permitirá localizar todos aquellos eventos que sean de tu interés.

Podrás hacer una búsqueda por:

- Tema.
- Categoría (eventos oficiales xing, presentaciones empresariales, ferias y congresos, cursillos y seminarios, eventos de networking, etc.).
- Localización (país, ciudad, código postal).
- Fecha (desde, hasta e incluso eventos pasados).
- Idioma.

Después verás el detalle de los eventos a los que has sido invitado, si has confirmado o no asistencia y en los que participarás ordenados por fecha. Además podrás descargar el evento en tu Outlook para recibir un aviso en tu PC, correo electrónico, PDA o Blackberry.



Si eres miembro Premium podrás publicar cuantos eventos quieras en XING, tanto públicos como privados.

Cuando sean públicos describe el tema del evento, a quién va dirigido, programa de la actividad, si participa algún ponente, horarios, lugar de celebración y si tiene coste.

Una ventaja añadida es la posibilidad de incluir el enlace de Google Maps para que la gente llegue bien y no se pierda.

Empleo/Marketplace

Esta es la aplicación que te ayudará a encontrar tu trabajo ideal, como ha sido mi caso, o bien publicar ofertas de empleo para tu empresa.

Si buscas trabajo puedes escribir palabras clave en el buscador de Marketplace, de todos modos aparecerán las ofertas que mejor encajen en tu perfil por eso cuanto más completo lo tengas mejor. Podrás ordenar las ofertas por ciudad y buscar trabajo fuera de tu país de origen.

Si quieres publicar ofertas de empleo necesitas ser miembro Premium. Es realmente sencillo, en cinco minutos tendrás ya preparada la oferta, tendrás que crear una cuenta en Marketplace y a partir de ahí podrás gestionar de forma sencilla varias ofertas, editarlas, copiarlas, activarlas o desactivarlas y tener un control total del número de visitas a la misma.

El coste de las ofertas es por click lo que te permitirá ajustar el presupuesto a cada oferta si publicas varias.

La ventaja para los que publican ofertas es que éstas son visibles además de XING en los principales buscadores y la oferta busca al candidato por lo que va no sólo a los activos, también a los latentes.

Cuando un candidato responda a tu oferta podrás conocerle de antemano visitando su perfil, por lo que verás si cuadra su *currículum* con su perfil en XING, podrás ver su red de contactos y a qué grupos pertenece, si es activo en la red, etc.



Por otro lado, el candidato también acudirá más tranquilo a la entrevista ya que también habrá podido conocer el perfil de quien le va a entrevistar haciendo el momento de la entrevista más sencillo.

Best offers

Esta es el área que tiene reservada XING para sus miembros Premium con ofertas exclusivas y más ventajosas de las que puedas encontrar en la página web de las empresas que se anuncian en él.

Se trata de productos y servicios totalmente enfocados para profesionales como alquiler de vehículos, hoteles, electrónica. Algunas de las ofertas también son accesibles para los miembros básicos.

Si eres anunciante tendrás que ofrecer una oferta única para los usuarios de XING y que sea mejor de ámbito europeo o mundial pero podrás segmentar incluso por países las ofertas que quieras realizar.

En resumen

Investiga todas las posibilidades que te ofrecen las plataformas de networking profesional ya que cuanto mejor las manejes mejores resultados te darán, harás más en menos tiempo ya que puedes gestionar avisos automáticos y alertas para encontrar lo que estás buscando.

De todas las plataformas céntrate principalmente en una ya que la mayoría de contactos estarán duplicados en las demás, yo sin duda me quedé con XING por el nivel de contactos que localicé, por la gran cantidad de grupos interesantes donde participar y por estar al corriente de eventos en mi ciudad.



7.5 Directorios de empresas

Si eres miembro de una asociación, cámara de comercio, colegio profesional, etc. siéntate tranquilamente en tu oficina y échale un vistazo al directorio de miembros para localizar aquellos contactos que realmente te interesan.

No te dediques a hacer spam, bombardeando a todos los contactos porque a la mayoría no les interesará lo más mínimo lo que ofreces y darás una imagen negativa.

Selecciona bien a quien quieres contactar y busca el momento adecuado y la excusa adecuada. A muchos de esos contactos te los podrás encontrar en los encuentros que organicen estas organizaciones. Por otro lado, estos directorios también suelen estar en soporte electrónico, un CD, o en la web.

La prensa económica también edita anualmente directorios de empresas con sus principales contactos, hazte con ellos y enfócate en los más interesantes. A mí, particularmente, me gusta *Actualidad Económica*, pero hay infinidad de ellos, busca las revistas especializadas de tus sectores afines para dar con los contactos adecuados.

También encontrarás muchos directorios en la web algunos de ellos de pago o empresas especializadas en bases de datos y cámaras de comercio donde comprar los contactos.

Algunos para que empieces a buscar:

- www.informacion-empresas.com.
- www.einforma.com.
- www.kompass.es.
- www.camerdata.es.
- www.icex.es.
- www.schober.es.
- www.axesor.es.
- www.cincodias.com/empresas/directorio.
- www.hoovers.com.
- www.infoindustrias.com.

Testimonios, experiencias y casos de éxito de networkers

¿Pero el networking realmente funciona?

¿Se puede ganar dinero?

A continuación he pedido la colaboración de algunos de mis contactos para que me cuenten algunas de sus experiencias en su vida profesional y así puedas ver que cuidando tu red de contactos y practicando un networking profesional podrás obtener buenos resultados.

Testimonio de Mark Gibson, Director Regional de BNI España

“En mi primera reunión de BNI (fue mi segundo día como empleado en la oficina nacional del Reino Unido), se levantó el arquitecto del grupo para agradecerle a una señora, también miembro, una recomendación que le había pasado. Pudo convertir esa recomendación en un contrato por el valor de 3.000 libras (4.000 €). Pero a través de ese nuevo contacto, consiguió otro contrato días después por 300.000 libras... En el networking hacemos nuevos contactos, pero no nos debemos olvidar de los contactos de nuestros contactos porque representan una oportunidad para ganar miles de euros.”



Testimonio de Alberto García Lluís, Director de VKMC

“Son ya más de 1.000 los directivos de multinacionales españolas que han pasado por el Curso Gestión Estratégica de Contactos Internacionales que llevamos impartiendo para el ICEX desde 2006.

En uno de mis viajes a Barcelona, cuando regresaba después de una jornada de varias reuniones de trabajo a Madrid, se me acerca un directivo y me saluda de forma muy efusiva.

Tras una primera presentación, me recuerda que había asistido al curso que habíamos realizado en Valencia. Me comentó que en un periodo de tiempo muy breve su vida había sufrido importantes cambios, en cuestión de tres meses había visto cómo su empresa había sido absorbida por una francesa, su departamento había sido trasladado a París y tenía pocos días para decidir qué iba a hacer.

Le preocupaba su futuro ya que en breve su mujer iba a dar a luz a su tercer hijo. Viendo que el tiempo pasaba y que tenía que embarcar, me comentó, que logró cambiar de empresa en cuestión de dos semanas, y que acababa de hacer la mayor operación de su vida en Alemania.

Me dio las gracias diciéndome que todo esto fue posible dándose cuenta del potencial de su red de contactos.

Lo cierto y gratificante en este sentido, son la multitud de anécdotas de este tipo que durante este tiempo me han ido contando antiguos alumnos. El networking es realmente un activo y puede generarnos importantes logros profesionales, sólo debemos aprender a trabajarlos ‘cómo profesionales’.”



Mi testimonio personal, el networking en mi carrera profesional

“En 1990 un vecino de mi escalera me habla de una escuela de negocios donde estudiar marketing. La visito con él, me convence la escuela y el programa y me apunto.

En ESERP he hecho excelentes contactos que ahora son mis mejores amigos y me han referido contactos, clientes o me han generado negocio directamente. Mi vecino, por ejemplo, tiene un buen puesto en el Banco Santander, el resto de mis compañeros también están muy bien posicionados.

En 1993 llego a Madrid, estudio en ICADE donde conozco a Chano, Bernardo y Enrique con los que trabajaré posteriormente. Conozco a Ney Díaz, alumno de otro máster y actualmente presidente de Intrás, la empresa líder en formación de directivos en República Dominicana, con él he colaborado durante los últimos diez años refiriéndole gran número de profesionales para impartir seminarios, incluso yo mismo. A Ney le considero mi hermano.

En 1993, en Madrid, también estudio en Cesma un máster en Marketing Alimentario y Gran Consumo donde conozco a Joaquín, director del máster, con quien trabajaré posteriormente.

De mis compañeros de promoción del máster de Cesma, gracias a Leticia entro en la agencia de publicidad Clam, Jesús, del máster, nos contrata algunas campañas, mi compañero Paco me consigue un proyecto en Soluziona, ahora Indra. De mis mejores profesores del máster saco partido enviándolos a Intrás para dar seminarios y también consigo contactos para dar formación en otras escuelas de negocios.

Yendo al grano, en junio de 1993 consigo mi primer trabajo en Madrid de Jefe de Estudios en ESERP, la escuela en la que estudié en Barcelona. Coincido con ellos en una feria de educación y me contratan para el lanzamiento de la escuela en Madrid.



En febrero de 1994 paso a trabajar en Clam Publicidad y contratamos a mi compañero Chano de ICADE como creativo de la agencia. Trabajo como ejecutivo de cuentas y hago varios estudios de mercados para multinacionales farmacéuticas.

Sigo en Clam y gracias a mi buena relación con Joaquín, director del máster de Cesma me contratan como responsable del departamento de trabajos de campo y profesor de marketing en Cesma Escuela de Negocios. Paso más de cinco años haciendo infinidad de cosas diferentes y gratificantes y conociendo gran número de profesionales del mundo del marketing y la comunicación.

Gracias a uno de los profesores del máster de Cesma me hago socio del Club de Dirigentes de Marketing de Madrid en 1999. Actualmente estoy en su junta directiva, en él me mantengo siempre al día en el área de marketing y hago crecer mi red de contactos.

En junio de 2000 una amiga me refiere a Xerox España, paso una entrevista, los psicotécnicos y me contratan como Project Manager promocionando posteriormente a Marketing Manager.

En mis tres años en Xerox conozco a la mitad de la plantilla en España y acudo a varias reuniones internacionales para el lanzamiento de nuevos servicios en España, voy a gran número de ferias y eventos.

A finales de 2002 uno de los profesores que refiero a Intrus me ofrece ser socio y director de proyectos en su nueva empresa Ítica. Aprovecho de todos mis contactos de ICADE, Cesma, Xerox y el Club de Dirigentes de Marketing para construir mi cartera de clientes y hacer crecer el negocio. Estoy un año y tres meses en Ítica pero...

Un compañero del Club de Dirigentes de Marketing me comenta la búsqueda de una persona para el departamento comercial de una empresa líder mundial, no resisto la tentación y le mando el *currículum*.

En marzo de 2004 me entrevista una *head hunter* en Regus, el *Country Manager* y el director comercial y me contratan para desarrollar el negocio de salas de reuniones en España.



En Regus es donde verdaderamente practico el networking de forma total. La compañía ya es miembro de algunas asociaciones profesionales y cámaras de comercio y me involucro con todas las cámaras y asociaciones que tengan afinidad a nuestro negocio.

Contrato varias ferias dirigidas a directivos, secretarias de dirección y profesionales de recursos humanos para incrementar nuestra red de contactos y generar nuevo negocio.

Cierro más de cien acuerdos de colaboración y contratos marco con grandes cuentas y organizo eventos en los que participamos como patrocinadores o colaboradores.

Por poner un ejemplo, con uno de los contactos que hago en un evento con la cámara de comercio británica cierro un contrato de más de 30.000 € al año.

En mi paso por Regus he hecho miles de contactos, principalmente directivos de grandes compañías españolas y multinacionales.

Gracias a la excelente relación con mi cartera de clientes éstos me generan a su vez más nuevo negocio refiriéndome a otras compañías del sector o a sus propios clientes.

En marzo de 2008, después de cuatro años, en Regus creo que es el momento de dar el salto, hago un par de llamadas a dos contactos, me entrevistan y me quieren contratar. Al mismo tiempo mando mi candidatura a través de la plataforma XING, me llama directamente su *Country manager* para entrevistarme.

La entrevista resulta positiva, me ve de nuevo, me entrevistan dos personas más de la empresa matriz y finalmente soy el candidato.

Y aquí estoy, de responsable de desarrollo de negocio de XING para España, la plataforma profesional líder en Europa para hacer networking tanto *on-line* como *off-line*, haciendo lo que más me gusta, organizar eventos de networking, charlas y conferencias, contactando con profesionales que tienen grandes redes de contactos que lideran grupos y cerrando acuerdos de colaboración con empresas dirigidas a gente de negocios."



Si el networking me ha funcionado a mí, ¿por qué no también a ti?

Te espero en mi blog www.felixlopezcapel.wordpress.com para que puedas seguir actualizándote sobre el tema y contándome tus experiencias.

También, cómo no, me puedes conocer y contactar directamente en mi perfil profesional en XING (www.xing.com).

¡Feliz networking!

OTROS TÍTULOS DE LA SERIE

BUSINESS POCKET



ISBN 978-84-9745-163-5

eLearning easy

Cómo aprovechar la teleformación en la empresa sin meterse en un lío



ISBN 978-84-9745-160-4

Respuesta eficiente al consumidor

Gestione con éxito las relaciones entre fabricantes y distribuidores



ISBN 978-84-9745-095-9

Coaching sobre el terreno

Desarrolle a sus colaboradores y benefíciense ambos



ISBN 978-84-9745-068-3

Prevención, gestión y resolución de conflictos

Para qué discutir pudiendo arreglarlo a golpes



ISBN 978-84-9745-124-6

Motivar con la acción social

El voluntariado corporativo como herramienta de gestión de personas



ISBN 978-84-9745-083-6

Marketing del ego

Utilice lo ya inventado para venderse mejor

netbiblo



ISBN 978-84-9745-168-0

Gestión de la publicidad

Haga de su empresa de publicidad un buen socio para su empresa



ISBN 978-84-9745-092-8

Dirección de personas

Escuchar, influenciar y desarrollar a los colaboradores



ISBN 978-84-9745-184-0

Marketing relacional

Cree un plan de incentivos eficaz



ISBN 978-84-9745-187-1

La empresa creativa

Una organización diseñada para triunfar



ISBN 978-84-9745-186-4

Homo seductor

Dirigir con psicología en las organizaciones del siglo XXI



ISBN 978-84-9745-200-7

La gestión de costes en lean manufacturing

Cómo evaluar las mejoras en costes en un sistema lean



ISBN 978-84-9745-195-6

Protocolo y estrategia para PYMES

La imagen y excelencia de los pequeños



ISBN 978-84-9745-197-0

La PYME ante la LOPD

El primer paso para evitar una fuerte sanción



ISBN 978-84-9745-194-9

Comunicación con la clientela

Entrevistas con clientes, postventa y reclamaciones



ISBN 978-84-9745-223-6

Aumente su cartera de clientes

Cómo hacer saber al mundo que usted existe



ISBN 978-84-9745-223-6

Multicultural management

La comunicación en la era de la globalización y su impacto en la empresa



ISBN 978-84-9745-170-3

Fundamentos de cálculo de costes

El cálculo de costes como criterio de decisiones empresariales



ISBN 978-84-9745-208-3

Consumidores nómadas

El siglo del mobile marketing



ISBN 978-84-9745-209-0

Análisis de balances

Interprete sus estados financieros sin saber de números



ISBN 978-84-9745-231-1

Técnicas avanzadas de negociación

Estrategias, tácticas y trucos para negociar con éxito



ISBN 978-84-9745-244-1

Tic Tac

Claves para gestionar el tiempo



ISBN 978-84-9745-224-3

18 axiomas fundamentales de la investigación de mercados

¿Por qué fracasan productos que han obtenido los mejores resultados en investigaciones de mercado previas?



ISBN 978-84-9745-277-4

Patentes

Cómo proteger los resultados de la innovación en la empresa



ISBN 978-84-9745-228-1

Redacción productiva

Escriba con eficacia en la empresa



ISBN 978-84-9745-230-4

Marketing directo para gran consumo

Nuevas aplicaciones prácticas de éxito



ISBN 978-84-9745-229-8

Correos electrónicos eficaces

Claves para mensajes en la red



ISBN 978-84-9745-229-8

Internacionalización

Cómo iniciar la expansión de su empresa en el mercado internacional

Para títulos de próxima publicación, consulte nuestra web:
www.netbiblo.com