



Cuaderno

Reflexiones para la Acción

III Networking

Índice

Introducción de José Antonio Carrión López	2
José Juan Agudo	
El arte de generar relaciones de valor. El poder del Networking	4
Alfonso Alcántara	
Las 10 verdades del barquero sobre Twitter: contenidos, networking y reputación para el 'éxito' en redes sociales	7
Oscar Carrión	
Tips para un networking eficaz	11
El Blog de Campus y Empresa	
Speed Networking, una forma práctica de trabajar los Recursos Humanos	13
Fátima Martínez	
La red: networking en estado puro	14
Emilio Márquez	
Combinar el Networking online y el offline es la mejor vía para obtener resultados satisfactorios	16
Andrés Pérez	
¿Cuándo nos tomamos un café?	19
Contacto	21

Introducción



José Antonio Carrión López

Director del Programa de Desarrollo para Directivos y Emprendedores.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

En los dos primeros cuadernos hemos compartido con vosotros temáticas tan interesantes como la Productividad y la Marca Personal. En esta tercera entrega la competencia que nos ocupa es el **“Networking”** o la **generación de contactos con otras personas y organizaciones que nos puedan ayudar a la consecución de nuestros objetivos.**

Desde siempre ha sido fundamental rodearse de una buena red de contactos que faciliten oportunidades profesionales. Con la aparición de las TIC's y las redes sociales nos ha permitido que esta red sea mucho más amplia que la podríamos tener de forma más tradicional “cara a cara”. Nuestro objetivo es que, a través del “Networking”, mejoremos la capacidad de gestionar de forma eficaz y eficiente nuestros contactos, y que mejor la calidad en relación a nuestros objetivos profesionales, con la finalidad de que todo ello nos permitirá difundir nuestro producto o servicio y a localizar oportunidades en nuestro sector.

Estamos muy satisfechos de la buena acogida que están teniendo nuestros cuadernos, paso a paso, concepto a concepto, pretendemos dar herramientas útiles para los profesionales, directivos o emprendedores, conociendo cómo pueden utilizarlas y sacar el máximo partido de ellas. Sin duda, el networking será una gran herramienta para que más personas conozcan nuestro trabajo o producto y, si somos empresarios o emprendedores, nuestra empresa o negocio.

Todos y cada uno de nosotros somos profesionales valiosos, en diferentes ámbitos. ¿Por qué no darnos a conocer y asignar el verdadero valor a nuestros conocimientos y experiencias? Cuantos más contactos tengamos, a más posibilidades accederemos.

Los artículos que compartimos pertenecen a profesionales de referencia, relacionados como referentes con nuestro **Programa de Desarrollo para Directivos y Emprendedores PDDe** (<http://bit.ly/PDDeUA>) y estamos seguros que te ayudarán a mejorar este ámbito profesional tan fundamental en este momento.

Introducción

Este cuaderno es para ti y para un gran colectivo de directivos, empresarios y emprendedores que trabajan en el entorno de organizaciones grandes o pequeñas y que quieren mejorar su red de contactos profesional.

Esperamos, amigos lectores, que estos consejos os sirvan para mejorar en vuestro día a día y os ofrezcan resultados. Eso sí os animamos como siempre a tomar acción, a no dejar los contenidos sin darles uso, porque como citaba Zun Tzu “Quien no tiene objetivos no corre el riesgo de alcanzarlos”.

José Juan Agudo



Licenciado en Económicas y Filosofía. Socio Director de Atman. Especialista en organización de actividades Outdoor Training. Coach Ejecutivo.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

El arte de generar relaciones de valor. El poder del Networking.

En mi carrera profesional y de un tiempo a esta parte siempre me ha llamado la atención el alto porcentaje de tiempo que paso en mi día a día conversando con otras personas.

Bien sea vía mail, por teléfono, en conversación directa o como asistente a cierto tipo de eventos profesionales un alto grado de lo que consigo y cosecho está estrechamente relacionado con el **nivel y la calidad de las conversaciones** en las que soy capaz de tomar parte activa.

Siempre me llamaron la atención aquellos profesionales que hacían de su interacción con los demás una obra de arte y eran capaces de **generar lo inexistente allí donde intervenían o participaban**. ¿Premeditación o resultado natural? Ambos sin lugar a dudas son igualmente válidos.

Convertir en situaciones productivas los momentos de relación que tan a menudo vivenciamos es una de las grandes diferencias que distinguen a los buenos profesionales de los excelentes.

Saber conectar con el interés más genuino de nuestros interlocutores es una de las variables más determinantes que podemos destacar en aquellos que hacen un uso exquisito de eso que venimos llamando el **networking**.

Crear interés sobre aquello que tenemos y podemos ofrecer a otros, pasa primero por una **escucha abierta y sincera sobre lo que otros tienen que decirnos**. Una red de trabajo productiva, convertir en relaciones de valor nuestros contactos personales y profesionales casi siempre suele tener en su base una predisposición a querer de verdad comprender primero para luego ser comprendido (ya lo decía [Covey!](#)).

Hoy en día **todo son relaciones**. Las organizaciones y los profesionales que las componen son sistemas vivos que se nutren y alimentan de acciones y momentos conversacionales que todo lo condicionan: la acción, el pensamiento, la decisión, la predisposición, el resultado....

José Juan Agudo

¿Qué podemos hacer para rentabilizar nuestro tejido relacional de contactos sin que nos cueste dinero? Muchas cosas. Quizá la que más a mano tenemos sea la de capacitarnos para ser buenos “oyentes” de nuestros interlocutores entrenando nuestras habilidades para **hacer sentir a otros que sus asuntos de verdad nos importan**, que sus temas y preocupaciones, por ajenos que nos resulten, también son de nuestra incumbencia.

La magia de sentirse escuchado, protagonista del tiempo de otros siempre da buenos resultados, siempre deja en deuda emocional con aquel que nos regala su tiempo, un tiempo cuyo valor cotiza cada vez más al alza por los frenéticos ritmos y ocupaciones que llenan nuestras agendas. Cuando este acreedor emocional nos necesite no dudaremos en ayudarlo si podemos, en colaborar si podemos, en hacer negocios juntos o embarcarnos en proyectos compartidos si se tercia.

La marca o branding personal sin duda es una buena muestra de ello. Saber **quién somos, qué podemos ofrecer, y hacerlo de forma concisa y elegante** es parte de la receta. Para que esta semilla caiga en terreno fértil, primero hay que abonarlo con el fertilizante de la escucha de calidad, esto es el **win to win**. Ambos obtenemos cosas que apreciamos aun cuando no está claro desde el principio qué rentabilidad podemos sacarle.

En un contexto donde **casi todos ofrecemos lo mismo**, usamos las mismas tecnologías y tipo de recursos, recurrimos al mismo tipo de estrategias y perseguimos el mismo tipo de objetivos cada vez queda **menos margen para marcar la diferencia**.



José Juan Agudo

Esta diferencia, cada vez más, da muestras de tener que ver con nuestras **“relaciones de calidad”**. Siempre nos acordaremos de ese personaje alegre, distendido, cabal, creativo, sensato, natural, cordial y decidido. De muchas otras cosas nos olvidaremos, pero a estos “personajes” los acabamos recordando sin mucho esfuerzo y casi siempre gusta tener a alguno de ellos cerca cuando la situación nos plantea una necesidad.

Convertir en oportunidad de generar valor cualquier tipo de relación está al alcance de todo tipo de personas. Unas necesitaremos entrenarlo con más ahínco que otras y aunque quizá brillemos menos cuando lo pongamos en práctica no por ello conseguiremos peores resultados.

El factor humano del que hablaba **John Carlin** tiene que ver con **la intención y no con la brillantez o el desparpajo**, por eso tras un cierto tiempo entrenando nuestro mensaje personal (en todas sus variantes) y practicando la tan escurridiza escucha límbica que nos conecta con las necesidades e inquietudes del otro no dudemos que nuestras relaciones profesionales y personales se transformarán en **oportunidades, acciones y por ende, en resultados**.

Bienvenidos a la era de las relaciones de valor. Hacer **networking** es un arte donde hay técnica e inspiración: **la técnica se entrena, la inspiración se siembra**. ¡A por ello!

Alfonso Alcántara



Consultor en COACHING 2.0 y asesor en reputación digital, rrhh, estrategia profesional y empleo de profesionales. Ha sido coordinador de Redes Sociales de la Consejería de Empleo y del Servicio Andaluz de Empleo (SAE) de la Junta de Andalucía.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

Las 10 verdades del barquero sobre Twitter: contenidos, networking y reputación para el 'éxito' en redes sociales

“Nuestros followers dicen quiénes somos; nuestros followings, lo que queremos ser”

¿Cómo se define y mide el éxito en las redes sociales en general, y en Twitter en particular?

Desde mi punto de vista, éxito es alcanzar los objetivos que te propones, y no somos los demás quienes debemos valorar la pertinencia o no de los objetivos de otras personas. Medir los logros en redes es por tanto medir los indicadores asociados a las metas concretas propuestas. ¿Alcanzar muchos seguidores en Twitter es una muestra de éxito? ¿Si utilizas técnicas o estrategias comerciales para obtener followers ese éxito es menos legítimo? ¿Si te siguen muchos pero no sigues a nadie, pareces mejor profesional? Pues eso, que depende de los objetivos. Y de saber gestionar el carácter asimétrico de Twitter para llegar a buen puerto profesional en lugar de acabar tuiteando sin pena ni gloria:

*“**Lo normal en Twitter es ser completamente asimétrico**, seguir a quien te interesa independientemente de que te siga o no, mientras que practicar la simetría siguiendo a todo aquel que te sigue a ti suele ser una práctica identificada con el spam o con el uso por parte de agencias y medios de comunicación.” [Enrique Dans](#)*

En mi opinión hay tres factores relevantes que determinan el carácter y 'eficacia' de una cuenta Twitter profesional y, en general, de cualquier cuenta en redes sociales: contenidos, networking y reputación. El peso de cada factor y la interacción entre los tres, marcan el perfil, alcance y éxito profesional 2.0, siempre en función de los objetivos propuestos, y determinan las **10 verdades del barquero sobre Twitter**, como podréis leer más abajo.

Alfonso Alcántara

3 factores para el 'éxito' en las redes sociales

1. Gestión de Contenidos

Las redes sociales aumentan tu visibilidad pero no tu 'interesantibilidad'

Twitter es un medio de comunicación, y como tal es asimétrico, como la televisión. En este sentido, la red del pajarito y en general, las redes sociales, se articulan en torno a unos (pocos) nodos especialmente emisores y a otros (muchos) especialmente receptores.

La diferencia entre los medios sociales y los convencionales es que los primeros son abiertos, ofrecen la posibilidad de que cualquier persona, profesional u organización se convierta en emisor. Ahora bien, la capacidad de congregación alrededor de sus mensajes dependerá de la calidad de sus contenidos, de su inteligencia para segmentar temas, de su habilidad para crear una comunidad alrededor y, por supuesto, de su relevancia previa o actual en contextos convencionales fuera de las redes.

Hay cuentas interesantes por sus contenidos propios, por ejemplo, muchas relacionadas con el mundo del humor y la actualidad, como @elbaronrojo; otras que lo son por los buenos contenidos que seleccionan y comparten de otras fuentes, ya sabéis, lo de 'content curation'; y muchas otras cuentas que resultan atractivas precisamente porque son una mezcla, permiten seguir contenidos originales de un profesional u organización alrededor de una temática, pero también acceder a la información ajena que este profesional u organización considera valiosa en ese ámbito, lo que facilita mucho el conocimiento de un sector.

2. Networking

Seguir a alguien puede ser una cuestión de empatía, decidir leerle es una cuestión de interés.

Twitter es un medio de comunicación pero también es una red social. Seguir a una parte importante de las personas y profesionales que te siguen puede tener como objetivo mostrar una actitud abierta y conversadora, no necesariamente ser una estrategia de obtención de followers. El mero hecho de poder enviar un DM a una persona la hace más cercana y accesible, especialmente cuando el destinatario es muy popular.

Es cierto que mantener muchos followings hace difícil el seguimiento en Timeline de los que consideras más interesantes, de los que realmente quieres leer con continuidad. Pero para ello se pueden utilizar listas en las que incluir cuentas por temas y/o por prioridad.

Alfonso Alcántara

3. Reputación Profesional

El tamaño no importa si eres grande.

El número de seguidores puede ser importante profesionalmente hablando porque ese indicador afecta a la reputación digital pero también por otras cuestiones más prácticas: los resultados de las búsquedas de cuentas se ordenan en función de ese número, por ejemplo, en aplicaciones especializadas como @socialbro.

Muchas cuentas y profesionales del mundo del marketing y del social media se plantean como objetivo alcanzar un gran número de seguidores. Su lógica es razonable: si quiero prestar servicios 'social media' para ayudar a mis potenciales clientes a conseguir influencia y relevancia en las redes, debo conseguir yo mismo influencia y relevancia 'lo antes posible', y tener más seguidores que la competencia es una forma de aparentar esa influencia. Podría decirse que muchos profesionales y agencias de comunicación y de marketing intentan seguir la estrategia '**para parecer experto en social media, tendrás que ser experto en parecerlo**'.

No digo que justifique esta estrategia ni, por supuesto, las malas prácticas que en ocasiones pueden acompañarla, por ejemplo, hacer following a muchas cuentas de forma automática para posteriormente dejar de seguir a aquellas que no 'devolvieron' el follow. No las justifico, pero pongo en evidencia que la necesidad de posicionamiento y de reputación profesional rápidas motivan este tipo de prácticas por parte de algunas cuentas que son fácilmente identificables. En cualquier caso, **la reputación genera oportunidades y la profesionalidad las aprovecha**. O no.

Las 10 verdades del barquero sobre Twitter

1. **Las redes sociales aumentan tu visibilidad pero no tu 'interesantibilidad'**. Parafraseando a @edans.
2. **El tamaño no importa si eres grande**. Dicho de otra forma, el tamaño siempre importa, lo difícil es determinar para qué.
3. **Un buen profesional tiene el perfil de followers que ha decidido tener**, no necesariamente el número de followers que merece tener. Tener más seguidores no te hace mejor profesional, pero sí un profesional con más recursos potenciales. Otra cosa es qué haces con ellos.
4. **Si tu objetivo en Twitter es profesional, lo importante son los clientes que consigues**, no los seguidores y las estadísticas. En palabras de @alfonsoromay, "quien se obliga a mantener Klout no tiene influencia, es influenciable."
5. **Si quieres tener más seguidores, dale cariñito a los que ya tienes**. La calidad y el prestigio a medio y largo plazos tienen que ver mucho más con los contenidos y la conversación que con el marketing.

Alfonso Alcántara

6. **Las redes sociales son meritocráticas** pero sobrevaloran dos habilidades: la gestión de contenidos y el networking online. Los grandes profesionales son ‘penalizados’ en la Web 2.0 si no saben seleccionar y compartir información de interés y/o no cuentan con apoyos en las redes.
7. **Sin un blog eres un homeless digital, todo el día tirado en las redes sociales.** Aunque elijamos Twitter para estar al día, sin Google Reader eres un indocumentado 2.0 ;-)
8. **Seguir a alguien puede ser una cuestión de empatía, decidir leerle es una cuestión de interés.** Y son dos objetivos diferentes, relacionados por un lado con el networking y las relaciones, y por el otro, con los contenidos y la relevancia.
9. **Nuestros followers dicen quiénes somos; nuestros followings, lo que queremos ser.** O, dicho de otra forma, las personas a quienes seguimos muestran lo que queremos; aquellas que nos siguen, lo que damos.
10. **Muchas personas que dicen que en Twitter no hay normas, son las mismas que critican qué y cómo tuitean los demás.** Un pringao no es quien persigue metas (supuestamente) inalcanzables o absurdas sino quien critica los objetivos ajenos en lugar de perseguir los propios. También en las redes. Vive y deja vivir, tuitea y comprueba si tu vida mejora por ello.
- 11.

¿Cuál es la undécima verdad sobre Twitter que tú añadirías? ;-)

Oscar Carrión



Consultor y Formador en Protocolo, Organización de Eventos, Personal Branding, Reclutamiento 2.0 y LinkedIn. Profesor colaborador universitario, Director de Programas #cmua. Socio fundador de Global Orbital Spain y Opem Consultores.

[Blog](#) / [LinkedIn](#) / [Twitter](#)

Tips para un networking eficaz

Seguro que en alguna ocasión has escuchado la palabra Networking y puede que tengas alguna duda sobre ella, sobre su significado y sobre todo, sobre si es una herramienta que pueda servirte y resultarte útil en tu vida profesional o laboral. Podemos definirlo como **“El arte de construir y mantener relaciones (personales) a largo plazo que impliquen (siempre) un beneficio para ambas personas o una “interconexión de personas con los mismos intereses”**.

En la actualidad se realizan muchos eventos de **Networking activo** que pretenden fomentar el clima adecuado para que estas sinergias profesionales surjan y se puedan generar redes realmente efectivas y que nos puedan servir en el futuro.

¿Es importante asistir a estos eventos y utilizar el networking? La respuesta es indudablemente, sí. Sea cuál sea tu actividad, tu objetivo y tus intereses, puedes encontrar el lugar adecuado para ti. No olvides que las redes sociales son un lugar adecuado para establecer redes y para realizar networking, obteniendo más alcance y ampliando las posibilidades que nos da el “cara a cara”, aunque el aspecto “off line” es fundamental y no debemos obviarlo como fórmula para alcanzar nuestros objetivos.

Pero, ¿cualquier networking es efectivo? Si queremos que este networking sea realmente efectivo debemos seguir unas pautas ya que no todo vale. Aunque hay muchos más os **dejo algunos consejos que seguro que te ayudan a enfrentarte a estas situaciones con éxito:**

1. **Selecciona eventos afines a tus intereses** y que realmente puedan ayudarte en tus objetivos. No funciona ir a cualquier evento si en él no vas a encontrar a las personas adecuadas.
2. **Prepárate para asistir.** Ten información a mano sobre qué se va a tratar en determinado evento, conferencia o charla. Si conoces a quién te vas a encontrar en ese lugar y obtienes algo de información sobre los profesionales con los que te interesa interactuar seguro que ese contacto será más fructífero.

Oscar Carrión

3. **No te dediques únicamente a dar tarjetas a diestro y siniestro.** En varias ocasiones me he cruzado con personas en estos eventos que se acercan a ti y sin mediar más palabras, te dan su tarjeta personal directamente. Creo que es importante charlar y conocer a la otra persona, sus intereses, vuestros puntos comunes, etc. Es importante la imagen que transmites y debes cuidarla para que sea la adecuada.

4. **Conversa, pregunta, cuenta y... escucha.** Aprovecha la conversación con cada una de las personas con las que contactes. Cuenta a qué te dedicas, tus intereses, tus logros... pero no te olvides de escuchar lo que la otra persona te tiene que decir. No te centres sólo en ti, recuerda que esta comunicación es un intercambio y sólo si ambas personas ganan es realmente una buena relación.

5. **Afronta tus miedos.** Es normal que te encuentres un poco incómodo las primeras veces que asistas a estos eventos y que te preguntes de qué y con quién hablarás. Abandona tus miedos y verás cómo encuentras temas y personas muy interesantes.

6. **Adáptate al medio.** Ante la pregunta ¿qué me pongo para ir? Piensa cómo es el evento y cómo asistirán los demás. Está bien que te distingas pero debes adaptarte al lugar al que vayas a asistir para que no parezca que estás “fuera” del mismo.

7. **Gestiona tus contactos.** Una vez hayas realizado contactos interesantes, gestiona los datos. Ten una base de datos actualizada de tus contactos con el fin de tenerlos localizados cuando los necesites, según el ámbito de cada uno de ellos. De otra forma puedes perder un contacto que puede serte útil en un determinado momento.

Con estos pequeños consejos seguro que afrontas mejor estas situaciones y te decides a comenzar a trabajar en tu red de contactos. ¡Te aseguro que no te arrepentirás! ¿Quién sabe qué oportunidades te están esperando?

El Blog de Campus y Empresa



CAMPUS Y
EMPRESA

Blog que integra los conocimientos de la Universidad y el “know how” de la empresa.

Blog

Speed Networking, una forma práctica de trabajar los Recursos Humanos.

Dentro de la programación de nuestro [Máster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos](#) llevamos a cabo formaciones prácticas que nos ayudan a asentar los conocimientos teóricos adquiridos durante las sesiones presenciales y que enriquecen las mismas a través de la aplicación real de pautas recibidas.

Una de ellas es el [Speed Networking & Human Resources Breakfast](#) que se lleva a cabo durante las primeras sesiones del Máster. En el marco de un desayuno de trabajo se produce el **intercambio de ideas y conocimientos entre alumnos y directivos de recursos humanos de empresas de referencia**. El objetivo de esta sesión es aprender a través de casos reales de diferentes empresas, acercando a los alumnos a la realidad del mercado.

A través de la **Metodología 4 x 30**, se establecen cuatro mesas de trabajo y cuatro equipos. En estas mesas 4 Directivos de Recursos Humanos de nuestro claustro de profesores harán un recorrido por las 4 mesas de trabajo y permanecerán durante 30 minutos en cada una. Los profesionales expondrán brevemente su caso de empresa. Al finalizar la sesión, los 4 profesionales compartirán con todos los asistentes sus conclusiones principales respecto a los equipos y su caso.

Los casos, **basados en Deloitte, Famosa, Grupo Coves y SEUR**, trabajarán sobre los recursos humanos desde la gestión de la productividad, la influencia del cambio organizativo en la gestión de recursos humanos, la confección y ejecución de planes de desarrollo profesional y la gestión de la eventualidad.

Esta sesión se suma a las experiencias que se viven a través de nuestra formación que [va más allá del aula](#), a través de la formación experiencial y de nuestra formación online en nuestra plataforma virtual.

Edición tras edición los diferentes programas de postgrado se enriquecen y se ajustan a la realidad que se vive en el mercado, **creemos que la formación, el desarrollo y crecimiento profesional y la aplicación a la empresa van de la mano.**

Fátima Martínez



Técnico Superior en Publicidad y Relaciones Públicas. Consultora, Dircom, Formadora y Ponente Social Media para distintas empresas. Especialista en Integración de Estrategias de Marketing On/Off.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

La red: networking en estado puro

Sin duda alguna la palabra networking se ha puesto de moda en los últimos años.

Su esencia es conocer nuevas personas en un entorno propicio donde existen nexos de unión comunes. Todos pasamos nuestra vida estudiantil, personal y laboral haciendo networking, aunque antes lo llamábamos relaciones públicas.

Las redes sociales han propiciado que las personas entremos en contacto con mucha mayor facilidad y tras un periodo de conocimiento virtual, donde vamos creando grupos y nos juntamos por afinidades, llega la desvirtualización o lo que es lo mismo **conocerse en persona**.

Se crean vínculos afectivos que conseguirán acercarnos, conocernos y ayudarnos. El mundo siempre se ha movido por las relaciones personales.

Cada cambio de trabajo que hemos tenido durante nuestras carreras profesionales suelen estar propiciados por una o varias personas que nos han recomendado para un determinado puesto, esto hoy en día no ha cambiado tanto.

Nos conocemos, descubrimos las habilidades del otro y sabemos dónde podemos ubicar a cada uno y aprovechar las oportunidades más propicias.

Cierto es que la imagen que se trasmite detrás de una pantalla algunas veces no se corresponde con la verdadera identidad de la persona con la que hablamos. Nuestra mente se forma una imagen tanto física como personal de nuestro interlocutor y solo descubriremos como somos realmente tras una serie de encuentros y conversaciones que nos posicionarán más o menos cerca de esa otra persona.

Se conocen personas sumamente interesantes, que en muchos casos no solo no nos defraudan al llevarlas al entorno real, si no que nos enriquecen personal y profesionalmente.

Fátima Martínez

De estas relaciones surgen proyectos de colaboración que poco a poco se van materializando. Las posibilidades que ahora tenemos son inmensas. Conocemos en la red médicos, abogados, farmacéuticos, ingenieros, marketinianos, comunicadores, geeks, analistas, escritores, fotógrafos, formadores... Personas que de otro modo difícilmente habiéramos conocido.

De este modo nos encontramos que cuando alguien nos pregunta si conocemos alguna persona especialista en algo concreto, tiramos de nuestros contactos en las redes y normalmente podemos recomendar a alguien en casi todos los casos planteados.

Las redes sin duda alguna están propiciando el contacto humano muy al contrario de lo que se piensa en algunos círculos. Hasta hace poco prácticamente no conocíamos casi ni a nuestro vecino de enfrente y en este momento nuestra red se ha ampliado ostensiblemente.

La red puede ser Networking en estado puro, siempre y cuando se sepa utilizar bien y consigamos llevar a nuestra realidad a esas personas que realmente merecen la pena, ese es el único secreto de esta palabra que hoy sigue tan de moda.



Emilio Márquez



Ingeniero informático, emprendedor, empresario, blogger y comunicador. Experto en networking.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

Combinar el Networking online y el offline es la mejor vía para obtener resultados satisfactorios

El Networking puede llevarse a cabo a través de dos vías: en persona o mediante las redes sociales profesionales que operan en Internet. Éstas tienen la ventaja de la inmediatez y la pertinencia a la hora de localizar a los contactos que puedan resultar más fructíferos, así como la facilidad de comunicación constante con ellos. Sin embargo, tampoco conviene despreciar los beneficios del cara a cara. Según Emilio Márquez, CEO de Networking y Redes Sociales, lo mejor es combinar las dos prácticas para obtener los mejores resultados.

- ¿Qué entiende por Networking?

El Networking es una filosofía de trabajo 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.

- ¿En qué medida podemos beneficiarnos de él?

A efectos prácticos, el Networking es algo imprescindible si quieres dar a conocer tu marca o empresa. Es una herramienta primordial para conocer nueva gente que está en el mismo mercado que nosotros.

Hacemos Networking para avanzar en nuestra carrera, para expandir nuestro negocio, para aumentar nuestra visibilidad y para mejorar nuestra red de contactos.

- ¿Hay diferentes formas de hacer Networking?

El Networking se puede practicar en formato Online, o bien en formato Offline, aunque lo ideal es aprovechar los beneficios que te pueden ofrecer ambas vías.

Emilio Márquez

El Networking Online se manifiesta a través de las aplicaciones web de redes sociales profesionales más conocidas, como son LinkedIn (con mayoría de usuarios anglosajones) o Xing (con mayoría de usuarios alemanes y españoles). Entrar a formar parte de estas redes sociales profesionales web implica el acceder a practicar networking con millones de usuarios que están registrados en esas redes.

La comunicación en redes online es muy sencilla, gracias a sistemas de mensajería propios, aunque no se dejan de lado el teléfono o el correo electrónico como herramienta de contacto.

En la vertiente offline, por el contrario, se inicia la práctica del Networking a través de eventos creados con tal fin. En ellos se produce un primer contacto, un intercambio de tarjetas de visita, un saludo, una presentación, etc., que abre la veda a una segunda comunicación que nos dote de más información sobre nuestro interlocutor.

Otro sistema para entablar Networking es gracias a un tercero: un contacto te llama para presentarte a un conocido suyo, pensando en que puede ser útil que os conozcáis por un motivo comercial, colaboración, inversión, etc.

Como he comentado al principio, lo mejor es intercalar ambas vías para poder conseguir resultados más satisfactorios. El sistema online tiene la gran ventaja de la inmediatez, de poner en contacto a personas a tiempo real aunque las separen miles de kilómetros de distancia; y el formato offline, por el contrario, ofrece la posibilidad de intercambiar impresiones cara a cara, con lo que se puede hacer uso del lenguaje en su máxima expresión (verbal y no verbal). Siempre es idóneo al menos un encuentro cara a cara para afianzar una relación online.

- ¿Cuál es la mejor forma de hacer crecer nuestra red de contactos tanto cuantitativa como cualitativamente?

No hay una varita mágica para que una red de contactos suba como la espuma de la noche a la mañana, pero sí hay una serie de acciones que no se deben hacer, o una serie de actitudes que ayudan a que nuestras redes se ensanchen.

Como en muchos otros campos, una vez que se tiene una red lo bastante amplia, ésta por sí misma se agranda de forma natural. Es en este momento cuando las redes sociales se retroalimentan: los contactos ya establecidos propician otros futuros contactos que desembocarán en nuevas relaciones: esto es Networking.

- ¿Qué puede ayudarte a incrementar esa futura red de contactos?

La actitud: mantener un carácter afable es muy importante. Mostrar malhumor o mal carácter va a perjudicar seriamente tu imagen y por ende, tu imagen.

Emilio Márquez

En cuanto al nivel del tipo de contactos, hay una cuestión fundamental. ¿Queremos calidad o cantidad? Si lo que quieres es cantidad simplemente preséntate en todos y cada uno de los eventos de Networking que oigas, sean de la especialidad que sean. A cuantos más asistas, mejor informado estarás sobre otros posibles eventos de los que se informen en el que estés presente.

Si por el contrario prefieres ser selectivo, debes estudiar a quién quieres comunicar, o a quién quieres conocer. Llevar los deberes hechos desde casa ayuda mucho: algunos eventos de Networking ponen a disposición de sus asistentes un listado de las personas que acudirán. Con esta lista en la mano, estudiada, valorada, y con una selección previa, te será más fácil focalizar tus esfuerzos. No puedes conocer a cien personas a la vez en profundidad. Divide y vencerás, y te quedarás con los contactos más útiles según tu industria. Busca foto de los asistentes con quienes más te interese contactar, así podrás ir a caso hecho.

Algo fundamental, tanto en un caso como en otro, es mantener la comunicación de forma regular una vez finalizado el evento. Sin caer en el spam, eso sí, pero no olvidando escribir de vez en cuando, para no perder el contacto. De ser así, todo el evento de Networking habrá sido infructuoso desde un principio.

- ¿En Qué se diferencia Networking Activo de otras redes sociales?

Para empezar, Networking Activo es una red social profesional exclusiva. Los usuarios de esta red no son aceptados de forma automática, sino que son validados por el equipo de Networking Activo, con lo que nos aseguramos que el nivel sea el adecuado para los ya usuarios de la red.

Para desarrollar la red social profesional de Networking Activo, nos hemos basado en el conocimiento propio sobre el networking y en nuestra experiencia en eventos tanto nacionales como internacionales, relacionados con esta área. Es por ello que tenemos en cuenta todos los posibles inconvenientes que se puede encontrar un neófito en el mundo del networking, y le damos las mayores facilidades para afrontarlos.

En la red social profesional de Networking Activo ponemos a disposición de nuestros usuarios los listados privados de asistentes a cada evento, de manera que pueden acceder a la ficha de estos asistentes, conocer su empresa, ver la información que hayan decidido subir, e incluso quedarse con la cara si han subido foto a su perfil. Del mismo modo, pero dirección inversa, pueden subir toda la información sobre su proyecto o empresa a su perfil para que otros asistentes puedan llegar a él.

Andrés Pérez



Químico por la Universidad Autónoma de Madrid, MBA por ICADE y Experto en desarrollo de marcas. Consultor y formador de Marketing y Personal Branding.

[Blog](#) / [Linkedin](#) / [Twitter](#)

¿Cuándo nos tomamos un café?

Tras los atentados a las Torres Gemelas fueron muchos analistas los que dijeron que algo había fallado en las organizaciones de inteligencia de EEUU. Pero una crítica era recurrente. Se argumentaba que tras la guerra fría se habían quitado agentes secretos que trabajaban sobre el terreno para ser sustituidos por máquinas, aviones espías y sistemas de control de comunicaciones. En resumen, el factor humano había sido reemplazado por sistemas automáticos a distancia.

En los últimos meses he impartido algunos cursos sobre la aplicación del Networking al Branding Personal y he tenido la sensación que mucha gente está cometiendo el mismo error que las agencias de inteligencia norteamericanas. Consideran que un sistema informático, una Red Social, puede sustituir al contacto humano. Muchos siguen sin entender que la mayoría de las decisiones y los acuerdos se siguen tomando ante una taza de café y no ante una pantalla en una oscura sala de control.

Mientras preparaba uno de los cursos, en [el libro de Sonia Fernández](#) leí algo que no recordaba. Dice Sonia que el término Networking aparece por primera vez en un diccionario americano en el año 1966. Eso me pareció curioso porque pensé que era un término existente desde mucho antes. Pero lo que está claro es que esto de trabajarse la red es muy anterior al nacimiento de [Mark Zuckerberg](#).

La primera vez que impartí uno de estos cursos entendí que hay una confusión enorme con todos estos asuntos. El problema no es ya que se confunda el Networking “real” con la gestión de contactos en Redes Sociales. Lo grave es que hay un totum revolutum en el que cuando te conectas a cualquier herramienta dospuntoceril parece que estás haciendo Networking. Y no es así.

Aquí me estoy metiendo en el terreno de gente que considero auténticos Network Kings y Network Queens como mis amigos [Rosaura Alastruey](#), [Antonio Domingo](#) o [Esteban Rodrigo](#), por nombrar algunos. Pero creo que el diseño, creación, desarrollo y mantenimiento de una red de contactos tiene toda una liturgia, una metodología que va mucho más allá de aceptar “amigos” en Facebook o de ser más o menos participativo en los grupos en LinkedIn.

Como cualquier otro elemento que interviene en el posicionamiento de una Marca Personal hay que tener en cuenta varios elementos, aquí tienes algunos.

Andrés Pérez

1. **Definir el objetivo.** El Networking por si solo no tiene sentido si no tiene un propósito. Divertirse, encontrar oportunidades u ofrecer ayuda son buenos objetivos. Acumular contactos o aumentar una cifra de “amigos” no lo es.
2. **Analizar la situación.** Igual que les ocurrió a los norteamericanos en Irak o Afganistán, muchos de los errores que se cometen en Networking se deben a un mal diagnóstico. Antes de tirarte a “hacer contactos” hay que entender cuál es tu punto de partida y en qué lugar de tu red estás situado.
3. **Diseñar un plan.** Una vez que sabes dónde estás y donde quieres llegar, hay que unir la línea de puntos. En ese plan definirás que metas te van a ayudar a alcanzar tu objetivo, que personas son las más adecuadas, donde encontrar a esas personas y que acciones concretas debes tomar. Y eso puede incluir a las Redes Sociales, o no, o solo algunas.
4. **Decidir como presentarte.** Uno de los principales problemas de la gente que viene a mis cursos es que no saben que decir sobre ellos. Se quedan bloqueados cuando les preguntan que a qué se dedican. Esto es algo fundamental, pero se aplica tanto a un evento social como a la hora de escribir tu perfil en una Red Social.
5. **Reglas de comportamiento.** Se habla mucho, muchísimo de la etiqueta en La Red, pero apenas se dice nada sobre la forma de actuar cuando vas a un acto social en el que no conoces a nadie. Entiendo que es mucho más fácil comunicarse tras un teclado, pero en la vida real las cosas interesantes suceden cuando miras a los ojos de otras personas y no a su avatar. Horas y horas de trabajo online pueden ser inútiles si das una imagen patética cuando tienes que hablar con alguien cara a cara.
6. **Conversación.** No es lo mismo poner un enlace en un Tweet o escribir un comentario en un video de Youtube que mantener un diálogo enriquecedor con otra persona a pocos centímetros de distancia. Es en ese momento cuando verás lo que puedes ofrecer, o lo que pueden ofrecerte o simplemente establecer un vínculo que nunca sabes cómo puede terminar.
7. **Búsqueda y Gestión de contactos.** El Networking es poco eficaz si no tienes un control de las personas que vas conociendo. Para mí esta es la principal utilidad de las Redes Sociales “serias”. Creo que herramientas profesionales como LinkedIn son ideales para localizar “objetivos” y para realizar la primera aproximación. También son muy útiles para ordenar la agenda y para realizar seguimientos y mantener el contacto. Pero son inútiles si no eres capaz de levantar el teléfono o escribir un correo electrónico en el que trates de organizar un encuentro.

Como digo, estos son algunos elementos que intervienen en el Networking. Las Redes Sociales pueden jugar un papel en algunas etapas, especialmente en las de búsqueda y gestión de contactos. Sin embargo, creo que cuando trabajas (Working) tu red (Net) las cosas suceden y se pasa a un nivel superior cuando miras a la otra persona a los ojos a través del humo del café caliente.

Contacto

Para más información puedes contactar a través de:

Teléfono: 966 305 665

Solicita información [aquí](#) o [contacta](#) con nosotros.

Síguenos en las redes   

