

La agenda de contactos

Tender una red de contactos y mantener la relación con cada uno de ellos es un trabajo que requiere sistematización, planificación y una comunicación inteligente.

Nuevamente nos encontramos en este espacio para compartir algunas de las ideas y consejos que los Instructores de Inicia, desarrollan en el Manual Básico de Consulta para Emprendedores, una publicación que desde el mes de junio se encuentra en librerías de todo el país.

En esta oportunidad, veamos qué nos recomienda Mónica Calero para desarrollar una red de contactos exitosa: en primer lugar, nos asegura que la red de contactos es una de las vías más importantes para descubrir a nuestros futuros clientes. Y nos alienta ya que podemos aprender a usufructuar en todo su potencial una red de contactos. ¿De qué manera?

Practicando, buscando mentores y, sobre todo, tomando esto como un trabajo, sistematizado y planificado. Luego, nos enseña que la primera y fundamental destreza que debemos desarrollar es la de saber comunicar. Y para hacerlo de manera eficaz es necesario tener:

- Un objetivo claro, es decir, saber cuál será el propósito de mi reunión con el contacto.
- Agudeza perceptiva, para detectar obstáculos durante la conversación y para generar buena sintonía con la persona.
- Flexibilidad, para cambiar nuestra estrategia comunicacional en el camino en caso de ser necesario.

Aclarado el tema de la comunicación, nos habla

sobre el proceso necesario para generar nuestra primera lista de contactos. Nos recomienda: hacer un listado extenso de personas –contactos profesionales, personales, sociales, etcétera–; diferenciar el tipo de contacto que es; determinar la estrategia que vamos a diseñar para cada tipo.

Detalla los pasos que tendremos en cuenta cuando llevamos a cabo una reunión o entrevista con un contacto, y afirma que una red de contactos es efectiva cuando crece significativamente en el tiempo, no se termina nunca y brinda contactos o referidos importantes para nuestro emprendimiento.

A modo de cierre, destaca los “sí” y los “no”, en la red de contactos.

- Sí: a ser específico, proactivo, constante, a mantener una actitud positiva, a pedir colaboración a otros, a tener tarjetas personales.
- No: a ser pesimista, impaciente, poco agradecido, a utilizar herramientas de poca calidad para el *marketing*, a abarcar demasiado, a ser pasivo.

Finalmente nos recuerda que para llegar a ser efectivos en el desarrollo de contactos debemos ir a la acción, ya que la intención sin acción es ilusión.

¿Quieren conocer los otros temas del Capítulo V? Recondo se ocupa de las características personales que requiere un vendedor y de los aspectos del producto que deben resaltarse en una propuesta comercial. Palmieri desarrolla estrategias de comunicación que fortalecen la relación con los clientes. El artículo de Vespasiano se ocupa de la relación entre cliente y empresa. Finalmente Gabriela Bordoy establece algunas pautas para desarrollar una estrategia comercial que atienda las necesidades del cliente y resulte beneficiosa para la empresa.

Nos encontramos en el próximo número con algunos consejos del sexto y último capítulo. ¡Hasta entonces! ■

