

Marketing de Relaciones y el Enfoque en el Cliente

**Universidad Popular Autónoma del
Estado de Puebla**

NETWORKING (REDES)

Profa. Dra. Nadia Kassouf Pizzinatto

Junio/Julio 2016

Marketing de Relaciones y el Enfoque en el Cliente

Networking (Redes)

Es una palabra en Inglés que indica la capacidad de establecer una red de contactos o una conexión con algo o alguien.

Esta red de contactos es un sistema de apoyo donde se encuentra la puesta en común de los servicios y la información entre individuos o grupos que tienen un interés en común.

https://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=networking

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

<http://gestion.com.do/index.php/abril-2010/163-que-es-el-networking;>



Objetivos del Networking

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. Alcanzar a personas de alto nivel, de difícil acceso, *"decision makers"*.

La Agenda del Networker

1. Tener claro lo qué ofreces tanto a nivel personal como de tu empresa.
2. Define tu target, tu público objetivo.
3. Haz una lista de todos aquellos clientes a los que te gustaría llegar para hacer negocios con ellos;
4. 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.
5. Investiga a través de Internet, prensa especializada y tus contactos todos aquellos eventos de tu interés.

./gestion.com.do/index.php/abril-2010/163-que-es-el-networking;

La Agenda del Networker (continuación)

6. Suscríbete boletines de noticias que toquen temas de tu interés, más vale tener exceso de información que falta de información.
7. Lee y participa en blogs que también tengan que ver con tus intereses.
8. Busca comunidades virtuales, foros de discusión o grupos de noticias de tu interés.
9. Visita las principales páginas de las cámaras de comercio, las más activas,.
10. Recomienda eventos a tus conocidos y dí que cuenten también contigo para informarte aquellos que te puedan interesar. •
11. Crea tus propios eventos e informa llo a todos tus contactos, hazlos visibles sobretodo en la red.

[./gestion.com.do/index.php/abril-2010/163-que-es-el-networking;](http://gestion.com.do/index.php/abril-2010/163-que-es-el-networking;)

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL NETWORKING

- 1. Participar en eventos relacionados a su área, tales como ferias, conferencias, seminarios y conferencias.**
- 2. La investigación de las mejores empresas en las revistas pueden ser utilizadas en la búsqueda de nuevos contactos.**

Fuente: Revista Após, ano II, ed.V, agosto de 2003, p.21

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL NETWORKING

- 3. Si usted está tomando un curso, tomar el tiempo para ampliar su red e hacer contacto con otras clases y profesores.**
- 4. Siempre tener tarjetas de visita con sus números de contacto y correo electrónico.**

Fonte: Revista Após, ano II, ed.V, agosto de 2003,p.21

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL NETWORKING

- 5. Preguntar por tarjetas a personas que se encuentran; además de crear una base de datos de contactos - que debería ser atualizado- esto también causa buena impresión y deja la otra parte halagada.
- 6. Interactuar, hablar con la gente sobre lo que hacen.

Fonte: Revista Após, ano II, ed.V, agosto de 2003,p.21

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL NETWORKING

- 7. Siempre reanudar los contactos. En el caso de invitaciones a eventos, si usted no puede asistir, justificalo y agradezca. Es importante dejar siempre el canal abierto.**
- 8. Planificar una estrategia para los contactos. Decidir si se harán en situaciones sociales o de negocios.**

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL NETWORKING

9. Tenga cuidado con los correos electrónicos excesivos y no ser invasivo.

10. No se olvide también estar disponible para colaborar.

Fuente: DIAS, Janete Teixeira, coordinadora de la área de Gestión de Carreras de las Facultades FIAP, Revista Após, ano II, ed.V, agosto de 2003,p.21