

26

ESTRATÉGIAS PARA GARANTIR O SUCESSO DO NETWORKING

Adaptação:
Marcos R. Martins – CEO BNI Brasil

Hazel



www.HazelWalker.com

A SUA ESTRATÉGIA ATUAL DE NETWORKING ESTÁ FUNCIONANDO BEM PARA VOCÊ?

Se você é proprietário de um negócio e usa seu tempo para fazer networking, sabe o quanto isso pode se tornar exaustivo. Ir de evento a evento, apertar mãos, conhecer pessoas e, apresentar o seu negócio podem lhe custar muito e, muitas vezes lhe deixar de mãos vazias no final do mês, ou seja, muito esforço e tempo gasto para pouco resultado. Tempo desperdiçado é dinheiro desperdiçado, e muito do tempo que as pessoas passam fazendo *networking* é improdutivo, e portanto, desperdiçado. É por isso que tantas pessoas têm uma reação tão negativa à palavra *networking*.

Aqui está um probleminha de matemática para você resolver, quando terminar, você pode decidir se o *networking* está realmente funcionando para você. Se não está, por que não?

QUANTAS HORAS POR SEMANA VOCÊ FAZ NETWORKING? _____ (ex. 10 horas)

Não se esqueça de incluir o tempo que você passa participando de reuniões e eventos, dirigindo para os eventos, retornando dos eventos, fazendo reuniões Um a Um, fazendo acompanhamentos às pessoas que conhece, inserindo dados em seu CRM, fazendo notas de agradecimento escritas para manter o contato, e qualquer outra coisa que você possa estar fazendo. Em média, as pessoas usam 8 horas por semana.

QUANTO VALE SUA HORA?

Considere sua renda bruta mensal e divida-a por 220 (número de horas trabalhadas por mês, em média) (ex. renda mensal bruta de R\$ 20.000,00 / 220 horas = R\$ 90,00)

MULTIPLIQUE AS HORAS POR SEMANA PELO VALOR DE UMA HORA _____
(ex. 10 horas de *networking* na semana X R\$ 90,00 = R\$ 900,00)

Agora pegue esse total e multiplique-o por 50 semanas por ano para obter um total anual:

Total anual _____ (ex. R\$ 900,00 x 50 semanas = R\$ 45 mil)

(neste exemplo estamos considerando que você utiliza duas semanas de férias durante o ano)

EXEMPLO: 10 horas X R\$ 90,00 X 50 = R\$ 45.000,00 investidos em networking

Agora que você sabe o quanto está custando para você fazer *networking*, quanto você ganhou em seu negócio nos últimos 12 meses através das indicações de negócios recebidas?

Observe que nós consideramos somente o custo intangível, não o custo tangível, como combustível, taxas de reuniões, afiliações, e assim por diante. Não é preciso muito para perceber que se o custo é maior que o retorno, você não está tendo retorno para o seu investimento. O que é ainda pior, se você teve problemas para chegar nesses números, isso é uma indicação clara de que você não está mantendo seus números sob controle.

Você precisa se lembrar que tempo é dinheiro. Como você está usando seu tempo? Sua estratégia de *networking* atual está lhe custando mais do que o seu retorno?



A boa notícia é que não precisa ser desse jeito! *Networking* é uma ótima maneira de conhecer pessoas e construir relacionamentos que podem beneficiar tanto a você como aos outros em sua rede de relacionamentos. É da natureza humana ligar-se a outras pessoas, criar uma comunidade através dessas conexões. Estamos sempre procurando uma ou duas pessoas que possam nos ajudar a seguir com nossos negócios e com nossas vidas. Ao construir um rede de relacionamentos forte quando você não precisa dela, permitirá que você recorra a ela quando precisar.

Faça estas perguntas a você mesmo:

- Você está tão ocupado fazendo *networking* que acabou não adotando as estratégias mais adequadas?
- Você está tão ocupado fazendo *networking* que não encontrou tempo para realmente trabalhar sua rede de relacionamentos?
- Você está realmente construindo um rede de relacionamentos ou só está sobrecarregando sua própria agenda?



O *networking eficaz* é aquele onde você se relaciona com poucas pessoas com o propósito de benefício mútuo, usando a filosofia “Ganhar, Contribuindo” (Givers Gain). Em *networking*, é **mais importante construir relacionamentos mais profundos e significativos do que, simplesmente, mais quantidades de relacionamentos.**

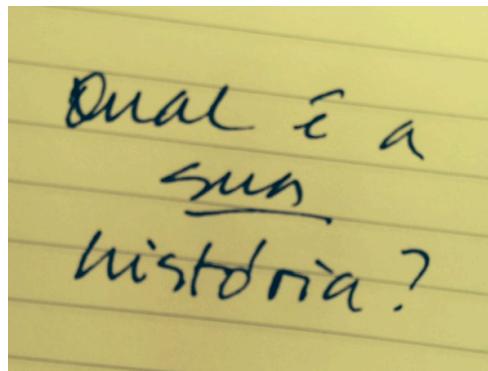
A seguir, vou revelar as **26 estratégias obrigatórias** que você precisa para gerar uma rede de relacionamentos bem-sucedida. Faça uma lista de quais estão faltando na SUA estratégia atual, e implemente-as imediatamente em seu “*Plano de Networking*”, para conseguir obter os benefícios de uma rede de negócios sólida e crescente.



Estabeleça Metas e Crie seu Plano de Ação



Saiba porquê você está no negócio – Como você está ligado ao seu negócio, por quê você entrou no seu negócio, o que o atraiu a ele, o que no seu negócio faz com que você acorde pela manhã feliz em ir para o trabalho? As pessoas querem negociar com os que são apaixonados pelo que fazem, os que estão ligados ao trabalho por mais motivos que somente dinheiro.



Saiba o que você está tentando conseguir com seu negócio - Quais são suas metas para os negócios que levam os outros a ajudá-lo? Você está construindo um negócio que você quer que cresça ou só está tentando criar um negócio que sustente você e sua família? Quando entender o que você está tentando realizar, isso permitirá que você saiba os tipos de referências e indicações que precisa para dar suporte ao crescimento que você está procurando.

Desenvolva um nicho de mercado - Médicos são especialistas em marketing de nicho, por exemplo, o cardiologista não substitui joelhos, ele cura corações e somente corações. Quando você se torna um especialista, consegue focar exatamente em um nicho forte. Por exemplo, quando eu era corretora de seguros, um dos meus nichos era pessoas que tinham Corvettes. Comecei a atender e conhecer proprietários de Corvettes, e logo tinha uma bela carteira de clientes de pessoas que tinham Corvettes, e isso levou a um nicho mais abrangente: pessoas que tinham carros esportivos. Me tornei especialista no nicho de carros esportivos.



Torne-se conhecido como especialista - Você quer que as pessoas saibam que você é a pessoa a procurar em sua profissão? Você estabelece o padrão pelo qual os outros são medidos? Isso descreve você? Se não descreve, comece a criar sua marca como especialista. Escrever artigos, escrever blogs, palestrar sobre o assunto, enviar press releases, e escrever livros são ótimas maneiras de se destacar de seus concorrentes. Você passa a ser a primeira escolha!

Conheça seu mercado alvo – Quando se pergunta em eventos de networking quem é o cliente ideal, a resposta mais comum é “Qualquer pessoa, todo mundo, e médias e pequenas empresas”. Pergunte a um limpador de carpetes quem é um bom contato, e ele dirá “qualquer pessoa que tenha carpete e precise que ele seja limpo.” Perguntar por qualquer pessoa, todo mundo e pequenas empresas é uma ótima maneira de conseguir muitos contatos de pouco valor que são tão bons quanto uma ligação fria de telemarketing. Se quiser obter referências, você precisa ter um mercado alvo definido, e ser capaz de dizer às suas fontes de referência como identificar esse mercado alvo. Ao invés de perguntar por qualquer pessoa que precise que seu carpete seja limpo, o limpador de carpetes obteria melhores resultados se perguntasse por “Proprietários de casas da região norte da cidade que tenham crianças, cães e carpetes e estejam se preparando para vender suas casas.” Agora eu consigo pensar em alguém que eu conheça que se encaixe na categoria.



Metas

- 
1. _____
 2. _____
 3. _____

Estabeleça metas - Quantas referências você precisa e quer? Quantas pessoas você pretende conhecer na próxima reunião de networking? Nos negócios, estabelecer metas é uma das coisas mais importantes que você pode fazer pelo seu negócio. Você precisa ter metas para todos os aspectos das suas atividades comerciais. Antes de ir à sua próxima reunião de networking, pegue uma ficha e anote três metas para o evento. Assim que tiver cumprido essas metas, você estará livre para simplesmente aproveitar a comida, conectar-se aos outros, ou ir para casa!

Escolha suas redes de relacionamento com cuidado - Você não precisa comparecer a todo e qualquer evento que for anunciado na agenda do jornal local. Se conhecer seu mercado alvo, você pode focar nos lugares certos para participar de suas atividades de networking. Ser capaz de desenvolver fortes relacionamentos com outras pessoas que trabalhem com seu mercado alvo de maneira não competitiva é fundamental para conseguir boas referências.



Organize-se

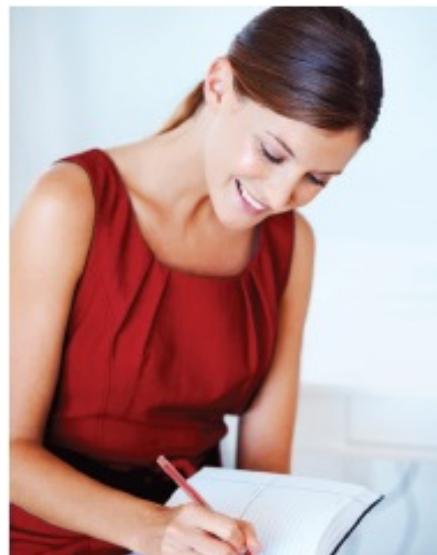


Programe suas atividades de networking, antes e depois - Quando marcar um evento em sua agenda, lembre-se de programar um tempo adicional para acompanhamento. Muitos executivos agendam eventos, porém nunca programam tempo para acompanhar os contatos que fazem.

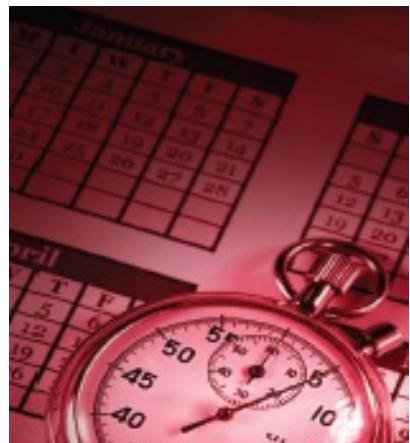


Organize os cartões de visita que você recebe – O que você tem feito com aqueles cartões que vem juntando? Para onde eles estão indo? Se você estiver juntando cartões sem nenhum sistema para guarda-los, classifica-los e acessa-los, está perdendo muito tempo e esforço. Em essência, seu banco de dados é sua rede de contatos. Você deve cuidar dele, eliminar o que não serve e acrescentar o que for adequado.

Faça anotações sobre as pessoas que você conhecer - Se você quer construir uma rede de contatos sólida onde a ajuda mútua seja o objetivo principal, você precisa construir relacionamentos com as pessoas da sua rede. Fazer anotações sobre cada contato novo permite que você os acompanhe de maneira significativa. Descubra do que eles gostam naquilo que fazem, quais são algumas das metas nas quais eles estão trabalhando, ou algumas das conquistas que fizeram. Use as informações que coletar para personalizar suas conversas de acompanhamento ou notas, as pessoas se impressionam quando você se dá ao trabalho de lembrar das coisas que elas compartilharam com você.



Controle seu tempo - Quando está fazendo networking, você está gastando um dos seus bens mais importantes, seu tempo. No livro “Business Networking and Sex”, perguntamos a 12.000 homens e mulheres quanto tempo eles dispendiam fazendo networking. Os que relataram o nível mais alto de sucesso com suas atividades de networking contaram que em média passavam oito horas por semana comparecendo a eventos, trabalhando em seu banco de dados, mantendo contato, e todas as outras coisas que são necessárias para construir uma rede sólida. Se você não estiver controlando, está perdendo tempo, não tem nenhuma maneira de medir seus resultados, para determinar se suas atividades estão funcionando para você de maneira efetiva. Pode ser uma boa sensação, mas cobra seu preço.



Controle suas atividades - Mantenha controle sobre suas atividades. O Referral Institute tem uma ficha de escore de networking que é dada aos clientes, permitindo que eles controlem suas atividades de networking. A finalidade de controlar suas atividades é garantir que você esteja fazendo as atividades certas: acompanhamento, manter contato, convites, promoção, apoio, e outras atividades que são vistas como depósitos nos relacionamentos.

Controle seus resultados - Poucas pessoas mantêm registros precisos de seus resultados de networking. Ao fazer as contas acima, você estava adivinhando seus números? Quando controla, você obtém melhores resultados. Existe um provérbio que diz que o que é controlado é realizado. Ao controlar seus resultados, você sabe onde vai dispender seu tempo e dinheiro ao escolher suas atividades de networking.



Construa Confiança, Relacionamentos e uma Reputação Positiva



Compreenda que confiança demora a acontecer - O primeiro passo para obter boas referências das pessoas que já estão na sua rede é construir fortes níveis de confiança com eles. Essa etapa é a que mais demora em seu processo de referência, pois não se pode apressar a confiança. Ela deve ser desenvolvida com cuidado.



Faça acompanhamento das pessoas que você conhecer - Você passa muito tempo fazendo networking, indo a feiras, em eventos depois do expediente e outros eventos – você adicionou tempo de acompanhamento à sua agenda para depois do evento? Se não se lembrar de programar tempo de acompanhamento, você terá que achar tempo para ele. Uma quantidade surpreendente de pessoas vai de evento de networking a evento de networking e nunca passa nenhum tempo fazendo qualquer tipo de acompanhamento. Decida antecipadamente o que você vai fazer como processo de acompanhamento. Pode ser tão simples quanto um e-mail, um cartão escrito à mão ou um telefonema. Independentemente do que escolher fazer, lembre-se de fazê-lo dentro de uma semana após o evento, para ter melhores resultados.

Faça o que disse que faria - Obter boas referências significa que você precisa construir credibilidade com os outros. Uma maneira de fazer isso é fazer o que você disse que faria. Isso cria confiança com sua rede. A maneira mais rápida de destruir sua credibilidade é consistentemente não cumprir o que promete. Pense sobre a última vez em que alguém prometeu fazer alguma coisa para você e nunca fez? Você sentiu vontade de indicar negócios para essa pessoa? Construir sua credibilidade nunca é fácil, mas destruí-la demora somente um minuto.



Encontre maneiras de dar algo às pessoas que você conhecer - Antes de poder tirar dinheiro da sua conta bancária, você primeiro precisa fazer um depósito no banco. Da mesma maneira funciona sua rede. Encontre maneiras de investir nela. Há muitos modos de dar algo às outras pessoas, especialmente se você estiver usando as mídias sociais. Eu muitas vezes comento no blog da pessoa, ou posto um link para ela na minha página do Facebook. Esses são somente dois exemplos de presentes fáceis; existem muitas maneiras de dar. Seja criativo.



Desenvolva uma maneira de apresentar-se - Quando alguém fizer a você a velha pergunta – “O que você faz?”, tenha cuidado como responde. Como seres humanos, uma coisa que nós todos tendemos a fazer é pôr pessoas, lugares e coisas em categorias ou caixas em nossas mentes. Quando perguntamos a uma pessoa o que ela faz, e ela responde “Sou contador”, encontramos nossa caixa de contadores e pomos a pessoa naquela caixa. E então tendemos a mal ouvir qualquer outra coisa que ela tenha a dizer, porque ela coube na caixa em nossa mente – achamos que já sabemos tudo que há para se saber sobre contadores. Ao apresentar-se, faça-o de uma maneira que não o coloque em uma caixa. Ao invés de informar à pessoa seu cargo, informe a ela como você ajuda as pessoas. Por exemplo, “Eu ajudo proprietários de pequenas empresas a manterem sua situação legalizada e a cumprir as leis fiscais com menos stress.”

Desenvolva sua reputação como um *conector* - As pessoas querem conhecer pessoas que têm conexões, quando você tem uma rede que você pode consultar para outras pessoas, você se torna um *conector*. Você é a pessoa que as outras chamarão quando precisarem ou quiserem que alguma coisa seja feita. Isso o estabelece como a pessoa que faz as conexões e permite que você seja útil para muitos outros, dentro e fora de sua rede.



Use as mídias sociais para se manter em contato - Nada é mais eficaz que as mídias sociais para se manter atualizado com o que está acontecendo em sua rede. Os membros de seu network estão postando coisas que são importantes para as vidas deles, o que os faz felizes, com o que estão lutando, ou no que estão trabalhando. Use as mídias sociais para entrar e manter o contato com sua rede. O facebook é uma das melhores maneiras que conheço de me manter em contato com meus clientes e com os membros da minha rede.

Diga “Obrigado” - Diga “Obrigado” não só para seus clientes! Agradeça as pessoas que estão lhe passando indicações e referências. Estabeleça um sistema para agradecer suas fontes de referência. Lembra-se das anotações que você fez sobre as pessoas do seu network? Bem, esta é uma boa maneira de usar essas informações. Agradeça as pessoas individualmente, da maneira que elas querem ser agradecidas. Essa personalização as motiva a continuar a passar sua referência. Seja criativo – não dê dinheiro. Estudos demonstram que poucas pessoas ficam realmente motivadas a ajudá-lo por dinheiro.



Torne Pessoal



Aprenda mais - Ninguém nasce um bom networker. Alguns são mais expansivos que outros, e pode parecer que eles “nasceram networkers”, mas raramente isso é verdade. Aprenda a ser um melhor networker, sobre como criar sistemas para obter mais referências. Faça treinamentos de vendas; não adianta muito obter uma referência se você não tem um sistema disponível para fechar mais negócios a partir dessas referências. Dez por cento do seu rendimento bruto deve ser direcionado para seu desenvolvimento profissional e pessoal.



Encontre um bom mentor ou coach - Encontre alguém que vai apoiá-lo, ensiná-lo, e incentivá-lo. Mentores e coaches são inestimáveis para seu sucesso. Eu tive ambos, mentores e coaches, e raramente estou sem um ou outro em qualquer momento. Um mentor é alguém que compartilha com você qual caminho para o sucesso ele seguiu, e um coach é alguém que tem uma visão mais ampla do seu negócio e o guia pelo caminho ao sucesso. Se estiver

procurando um coach, certifique-se de perguntar a ele quem é o coach dele. Um bom coach usa um coach para seu próprio crescimento.

Lembre-se de que tudo é culpa sua - Se você não está obtendo os resultados que quer, lembre-se que é tudo culpa sua. Os resultados são a consequência das suas ações ou falta de ações. Quando você assume 100% de responsabilidade por seus resultados ou falta de resultados, você ganha capacidade total de mudar o resultado. Enquanto culpar os outros pela sua falta de resultados, você não consegue mudá-los. Resumindo, seria passar o controle da sua vida e dos seus negócios para outras pessoas.



Faça uma reavaliação anual – Ao final de cada ano, analise suas atividades e suas redes de contatos. Você precisa deixar uma e acrescentar outra? Precisa estabelecer metas mais ousadas? Você dispendeu muito tempo com poucos resultados? Tudo isso são coisas que você deve controlar, reavaliar e mudar ou construir todos os anos.

Passe tempo pessoal com sua família e amigos - Não se esqueça que sua família e amigos também fazem parte de seu network, e mais – eles são sua família e amigos. Essas pessoas também são as que estão em sua rede de apoio; elas estarão presentes quando forem necessárias. Cuide delas, e elas o ajudarão.



Mesmo se você só se dispuser a implementar algumas das 26 estratégias em suas atividades de networking, perceberá um aumento nas suas referências. Dê uma olhada no que você já está fazendo e escolha 3 ou 4 itens desta lista que você possa começar a implementar em sua rede de contatos, e controle seus resultados.

O sucesso acontece através da implementação consistente de sistemas melhores; você conhece a velha história de como comer um elefante, um pedacinho por vez. Um bom networking não requer sorte nem ação maciça, ele demanda paciência e consistência para fazer as pequenas coisas que fazem uma grande diferença. Comece hoje e você gerará uma rede que estará sempre disponível quando você precisar dela.

. COMECE AGORA.



Sobre Hazel

Hazel desempenhou muitos papéis em sua vida, desde o papel tradicional de mãe e esposa até o menos tradicional papel de Empresária de Corretora de Seguros e Proprietária de Franquia. Hoje Hazel é uma palestrante proeminente, empresária bem-sucedida de um negócio, escritora e coach.

Foi em 1991, após o acidente quase fatal de seu marido, que Hazel viu-se lançada em um novo papel. Antes do acidente, Hazel era uma mãe que ficava em casa e gostava de suas atividades diárias, que variavam de presidir comitês de pais e mestres e liderar escoteiras até desempenhar com satisfação o papel de “motorista de táxi” para seus filhos. Depois do acidente, ela repentinamente precisou liderar um negócio em uma indústria sobre a qual ela não sabia nada. Não demorou muito para que Hazel reconhecesse que seus talentos não estavam limitados a gerenciar os detalhes das vidas de seus filhos.

Em 1998 ela comprou uma franquia BNI e transformou-a de uma pequena organização com 200 pessoas no que ela é hoje, com 47 grupos e 1300 membros ativos. Ela é proprietária da única franquia que já recebeu o prêmio *Hall of Fame* por manter o título de maior franquia do mundo por 13 meses seguidos. O sucesso de Hazel consolidou-a como uma autoridade na influência feminina nos negócios, tanto da perspectiva de empresária como de consumidora.

É uma escritora com cinco trabalhos publicados e seu livro mais recente, *Business Networking and Sex* (não é o que você está pensando) atingiu o número um em 12 listas de mais vendidos. Além de escrever, Hazel viaja pelo mundo como uma palestrante e consultora altamente disputada. Hazel trabalhou com organizações como a *National Football League*, *The National Association of Credit Managers*, *Integrated Woman's Leadership Conferences*, *International BNI Conferences*, e muitas outras.

O lema de Hazel para a vida é simples: Seja o Rio e Não a Rocha.

Para ler mais a respeito de Hazel ou para agendá-la como palestrante para sua próxima conferência, visite www.hazelwalker.com.

Marcos R. Martins, MSc, MBA

CEO da Organização BNI no Brasil desde 2008 com experiência profissional de 26 anos como executivo de empresas multinacionais, tais como, FORD, BOSCH, SAP, MRO (Grupo IBM) e BNI. Formado em Engenharia de Produção pela UFSCar, Mestrado em Engenharia de Produção pela USP e MBA (Comportamento Organizacional) pela Universidade de Brighton na Inglaterra. Hoje atua como Embaixador da Universidade de Brighton para a América Latina, Coaching de Executivos (Carreira) e responsável pela desenvolvimento da Organização BNI – Business Network International para todo Brasil. A BNI é a maior e mais bem sucedida Organização de Networking de Negócios do Mundo, presente em 59 países e gerou em 2014 mais de R\$ 25 bilhões em negócios fechados para seus membros.

Para mais informações, acesse: www.bnibrasil.com.br e www.businessnetworking.com.br

Direitos Autorais

Esta publicação é protegida pela Lei de Direitos Autorais do Brasil, e todas as outras leis internacionais, federais, estaduais e locais aplicáveis, e todos os direitos estão reservados, inclusive os direitos de revenda; não é permitido dar ou vender esta publicação para terceiros. Se você recebeu esta publicação de qualquer outro remetente que não seja www.bnibrasil.com.br ou www.hazelwalker.com, você recebeu uma cópia pirata. Por favor, contate-nos no e-mail bni@bnibrasil.com.br ou connect@hazelwalker.com e notifique-nos sobre a situação.

Observe que muito desta publicação baseia-se em experiência pessoal e provas fortuitas. Apesar da autora e editora terem feito toda e qualquer tentativa razoável de atingir uma precisão total no conteúdo desta publicação, elas não assumem nenhuma responsabilidade por erros ou omissões. E ainda, essas informações devem ser utilizadas conforme julgado adequado, e por sua própria conta e risco. Sua situação específica pode não ser exatamente adequada aos exemplos ilustrados aqui; você deve ajustar seu uso das informações e recomendações de acordo com ela.

Quaisquer marcas registradas, marcas de serviços, nomes de produtos ou recursos com denominação são presumivelmente de propriedade de seus respectivos proprietários, e são usados somente como referência. Não há endosso implícito na utilização de nenhum desses termos.

Por fim, use sua inteligência. Nada nesta publicação tem a finalidade de substituir o bom senso, nem aconselhamento jurídico, médico ou de qualquer outro profissional, e ela tem o propósito de informar e entreter o leitor.