

Captación de clientes

La captación de clientes es una habilidad esencial cuando estás lanzando un negocio. Como ya hemos mencionado anteriormente, es muy importante que practiques tus habilidades de *coaching* tanto como te sea posible. Te paguen tus clientes o no, si utilizas tus habilidades para captar clientes te será mucho más fácil conseguirlos. El proceso de captación de clientes tiene dos partes: lo que eres y lo que haces. Las dos son igual de importantes.

Lo que eres

El *coaching* es una actividad personal, por lo que necesitas atraer a los clientes personalmente: por quien eres, por tus principios, por cómo conectas y estableces relaciones, por tu actitud ante la vida. Es importante que el cliente potencial se sienta atraído por el poder del *coaching*. Debes creer de verdad en el poder del *coaching* y en tus habilidades como *coach*, aunque éstas sean relativamente nuevas. Si no crees en ti y en tus habilidades, tus clientes potenciales no conectarán contigo como *coach*.

Imagínate que alguien te está hablando de las ventajas de una dieta o de una tabla de gimnasia específica. Como oyente, tú vas escuchando pistas (el tono de voz, el lenguaje corporal, determinadas palabras) que te dirán si esa persona realmente cree en el régimen o la tabla en cuestión. Si ésta no está de verdad convencida del verdadero poder del régimen o de la tabla, tú tampoco lo estarás.

Si no crees en el *coaching* ni en ti como *coach*, no estarás en la tierra de creer y captar sino en la tierra de convencer. Y las personas con las que hables también estarán en la tierra de convencer, desde la que es muy difícil atraer clientes.

Has de saber que el *coaching* funciona y debes comunicar esa convicción cuando tratas de captar nuevos clientes. No creas que “captar clientes” significa “conseguir clientes”. Cuando estés captando clientes, tendrás que centrar tu atención en que el potencial cliente aprenda más cosas sobre el *coaching* y sobre ti. Si te centras en “conseguir clientes”, estarás nuevamente intentando convencerlos en vez de captarlos.

Lo más importante a la hora de captar clientes es mostrar tu autenticidad. Permítete mostrarte tal como eres, de manera real y genuina, con toda tu torpeza y tu despiste. Date permiso para fallar. Céntrate más en la persona con la que hablas y menos en lo tú que dices. No te preocupes por mostrarte profesional, en transmitir calma y seguridad. Si sientes nerviosismo, ¡dilo! Sé tu misma o tu mismo, ¡deja que tu pasión y tu entusiasmo por el *coaching* brillen!

Otro punto crítico a la hora de captar clientes es que no te importe el resultado de los esfuerzos que hagas para conseguir clientes. Ello no significa que caigas en la apatía sino que sepas que no todas las personas con las que hables querrán trabajar con un *coach* y que no todas lo querrán hacer contigo. Si esperas unos resultados específicos y dejas que tu Saboteador te diga que un “no” es un juicio hacia ti como *coach* o como persona, no estarás sentando las bases de tu éxito.

Lo que haces

Lo más importante que tienes que hacer para captar clientes es ser *coach*, no comercial. Esto significa que tienes que centrar tu atención “allí”, en la persona con la que hablas, en vez de en ti y en si lo estás haciendo “bien”. Si te estás preguntando: “¿estaré haciéndolo bien?”, ten por seguro que tu atención no está donde tiene que estar. Observa qué es único e interesante de esa otra persona. ¿Cómo puede el *coaching* cambiar su vida?

Captar clientes puede ser algo divertido. Conviértelo en un juego. Hazlo entretenido y liviano. Olvídate de que es algo importante, serio o “bueno/malo”. Puede ser divertido relacionarte con otras personas, conectar con ellas, conocer sus vidas, sus sueños y sus metas. Habla con esas personas sobre su tema favorito –¡ellas mismas!– y sobre cómo, a través del coaching, pueden aclarar lo que quieren y conseguir aquellas cosas que aportan alegría y satisfacción a su vida.

Te proponemos un juego divertido: **El juego del “no”**. Se trata de ver cuántos “noes” consigues recibir por respuesta en un día. Trata de que sean muchos: 5, 10, 20... Además de los *noes*, conseguirás algún “sí”; y además hablarás con un montón de gente sobre *coaching*. Eso te hará sentir que estás avanzando en la consecución de tu cartera de clientes. Juega al juego del “no” con un colega durante un mes y apuesta a ver quién tiene más “noes”. Quien consiga más “noes” gana. Al tiempo que consigues más “noes” (y de paso más “síes”) estarás practicando tus habilidades de captar clientes.

Haz de este proceso de captación de clientes algo emocionante, un reto. Tendrás momentos buenos y momentos malos, igual que en cualquier otra actividad de la vida, pero requerirá menos esfuerzo por tu parte y disfrutarás más si te dedicas a ello al 100%, independientemente del resultado. Una buena norma a seguir es: “100% de dedicación sin darle importancia al resultado”. A continuación te proponemos algunas acciones específicas para la captación de clientes:

- **Pedir:** Una forma muy buena de conseguir clientes es simplemente pidiéndoles que lo sean. Es sorprendente ver cuántos nuevos coaches hablan con entusiasmo sobre *coaching*, conectan con quienes tienen enfrente y luego no les piden si quieren trabajar con ellos. Si no se lo pides no tendrás clientes!

Haz una lista de personas conocidas a quien tú creas que les gustaría recibir *coaching*, a quienes tú quieres hacerles *coaching*, o a quienes quieres comunicarles que eres *coach* (futuras fuentes de referencia o prescriptores). Escoge gente con la que tengas cierta relación, pero no elijas a tus mejores amistades ni a tus familiares. Llama a aquellas personas de quienes te gustaría ser su *coach* y háblales de este nuevo negocio que estás empezando y de lo que el *coaching* puede aportar a su vida.

- **Requerir:** es una forma diferente de lograr que alguien sea tu cliente. Simplemente, le requieres a alguien para que sea tu cliente de la misma forma que reclamarías como tuyo algo que realmente quieres. Dile a esa persona que opinas que es excepcional, que piensas que su trabajo es muy interesante y que quieres trabajar con ella como su *coach*. Dile que no aceptas un “no” por respuesta y que estás dispuesta o dispuesto a hacer lo que haga falta. Sin embargo, no debes abusar de esta técnica porque acabarás pareciendo un vendedor de automóviles de segunda mano. Tu insistente solicitud tiene que sonar auténtica y venir directamente del corazón.
- **Pasos para la captación de clientes.** He aquí los pasos básicos para captar clientes. A veces se consigue muy rápidamente, en cuestión de segundos. Otras veces se tarda mucho más, incluso hay que tener varias reuniones. No analices qué significa que se tarde poco o mucho. Simplemente estás hablando con diferentes seres humanos que tienen diferentes vidas y perspectivas.
 1. *Crea conexión y relación.* Esto puede ocurrir rápidamente con un simple “¡hola!”, acompañado de un contacto visual y un apretón de manos (¡o un abrazo!). No significa que tengas que conocer toda la vida de la otra persona, simplemente has de “conectar” con ella y hacerle saber que estás a su disposición, que tienes interés por ella y por su vida.
 2. *Descubre quiénes son tus clientes.* ¿Qué objetivos y sueños tienen en la vida? ¿Qué quieren conseguir? ¿Qué les alegra? ¿Qué cambio quieren realizar en su vida? Pregúntales acerca de su trabajo o de su negocio y de su vida. ¡Sé *coach*! Sigue la pasión y la emoción para saber más sobre esas personas. Muestra curiosidad y deja que te cuenten más de ellas.

3. *No expliques qué es el coaching ¡haz coaching!* Pregúntales si les gustaría hacer un poco de *coaching* ya mismo. Si dicen que sí, hazles *coaching* sobre algún sueño o reto que hayan mencionado. Ayúdales a verlo desde una nueva perspectiva o a definir el siguiente paso que les acerque a su objetivo o a su sueño. Hazles preguntas poderosas (¡incluso tan sólo una o dos de ellas pueden ejercer un gran impacto!) y entrégate a fondo.

4. *Hazles una oferta.* Diles que eres *coach* y que te gustaría trabajar con ellas. Pero si estás hablando con alguien con quien no te apetece trabajar, no le hagas esta oferta, sonaría falso. Si hay un cliente potencial con el que sí quieres trabajar, cuéntale sin entrar en excesivos detalles cómo sería, por ejemplo: sesiones semanales similares a la que acabáis de hacer.

5. *Pídeles que sean tus clientes.* Hasta ahora, sólo has tenido una conversación muy buena sobre lo que es el *coaching*. Ha llegado el momento de pedirles que sean tus clientes. Pídeselo directamente y con confianza, usando tus propias palabras. ¡Sé tú y muestra entusiasmo! Recuerda que pueden contestar con un “sí” o con un “no”. Si es un “no”, igual quieres averiguar algo más. A lo mejor el *no* significa “no, ahora mismo estoy centrada en otros temas” o “no me lo puedo permitir” o incluso “ahora no me interesa hacer *coaching*”. A veces un “no” es en realidad una pregunta disfrazada de otra cosa. En tal caso, trabaja con la persona para definir la pregunta y contéstala.

6. *Llega a un acuerdo con estas personas.* Un “sí” puede significar que quieren una sesión de prueba o que quieren ser tus clientes. Especifica cuáles serán los próximos pasos y como los daréis. Queda para otro día, o acuerda que os pondréis en contacto por e-mail para quedar. ¡Asegúrate de apuntar su nombre, e-mail y número de teléfono! Si quedas algo concreto (como llamar a una de estas personas o mandarle un e-mail), hazlo tan pronto como puedas.

Otros consejos para la captación

- ¡Practica, practica y practica! Igual que tus habilidades de *coaching*, tu proceso de captación de clientes también mejorará si practicas a menudo. De hecho, sólo mejorará si practicas un montón. Si esperas a sentir seguridad al cien por cien con respecto a lo que dices y a cómo lo dices para intentarlo, perderás un montón de oportunidades. De hecho, puede ocurrir que si pules y adornas mucho tu presentación, suene falso. La mejor forma de practicar es hablando con mucha gente y pidiéndoles que sean tus clientes. También puedes incrementar tu nivel de auto-confianza practicando delante de un espejo, grabándote en video o con una grabadora de voz, o practicando con tus amistades.
- Mantén fuerte tu red de contactos. Conecta con otros *coaches* que estén en la misma fase que tú en cuanto a lanzamiento de la actividad y cread una red de relaciones. Podéis daros apoyo mutuo, compartir ideas nuevas, triunfos y retos, y ayudaros a mantener la motivación.