

Tejiendo como las arañas: Networking y Fidelización de clientes

L.A.E. ADRIAN RODRIGUEZ-GRANADA
MADRID

DIRECTOR ADMINISTRATIVO
BANFIELD PET HOSPITAL (UNAM-BANFIELD)
adrian.rodriguez@banfield.com
[Facebook/EntreVetsTeVeas](https://www.facebook.com/EntreVetsTeVeas)



En el cambiante mundo de los negocios, las estrategias de comunicación con nuestros clientes cada vez son mas retadoras, mas aún, cuando las empresas buscan ser más eficientes y sobre todo hacer más con menos.

Es por eso que se ha requerido pensar afuera de la caja pero al mismo tiempo regresar a formas básicas pero eficaces de hacer publicidad a nuestras empresas o negocios.





NETWORKING





Networking es un anglicismo empleado en el mundo de los negocios para hacer referencia a una actividad en la que profesionales y emprendedores se reúnen para formar relaciones empresariales, crear y desarrollar oportunidades de negocio, compartir información y buscar clientes potenciales.





La palabra networking se puso de moda hace unos años, sin embargo, su utilidad va más allá de la moda. Hacer networking implica, básicamente, aumentar tu red de contactos profesionales.

Los emprendedores siempre buscan nuevas alternativas para dar a conocer su negocio o servicio profesional, pero en ocasiones, las limitantes económicas impiden que apuesten por estrategias masivas de comunicación, y aquí es donde el networking funciona.



El networking ayuda a construir relaciones profesionales a largo plazo que implican un beneficio para ambas partes. No solo conocerás muchas personas, también tendrás la posibilidad de crear relaciones profesionales solidas que impulsen a tu empresa.



¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DEL NETWORKING?

1. Ganas recomendaciones sobre tus productos o servicios, lo que es similar a la publicidad de boca en boca.
2. Tienes más posibilidades de encontrar trabajo o aumentar tus ventas.
3. Te ayuda a tener nuevas estrategias que puedes implementar en tu negocio basándote en la experiencia de otras personas.



Y ENTONCES ... ¿QUE DEBEMOS HACER?

Levántese

¡INMEDIATAMENTE! vaya a esa reunión social que tal vez dejó de lado y si no tenía ninguna busque cualquier evento donde hayan personas reunidas. Usted no va a conocer personas si no asiste a eventos sociales.





Extienda los brazos

Usted debe de demostrar confianza y calidez a las personas así que proceda inmediatamente a extender sus brazos y dar un afectuoso apretón de manos. Eso demuestra apertura de diálogo y es el primer contacto que tiene con sus potenciales proyectos





Escuche, hable y escuche.

Un buen NETWORKER tiene que saber escuchar y saber cuando hablar. Debe saber proporcionar información clara y precisa de quien es usted y qué es lo que hace





Divida los grupos

Tiene que aprender a apreciar en una reunión social los grupos de 2 o 3 personas Diríjase a los grupos de 2 o 3 personas donde usted pueda participar de esas conversaciones y presentarse de una manera natural. Si se siente incomodo con esta técnica entonces solicite a su anfitrión que le presente hasta que usted adquiera la practica que necesita.





Tome y De

Pregunte a sus nuevos contactos por sus tarjetas de presentación. Lleve las tarjetas de presentación a todos lados.

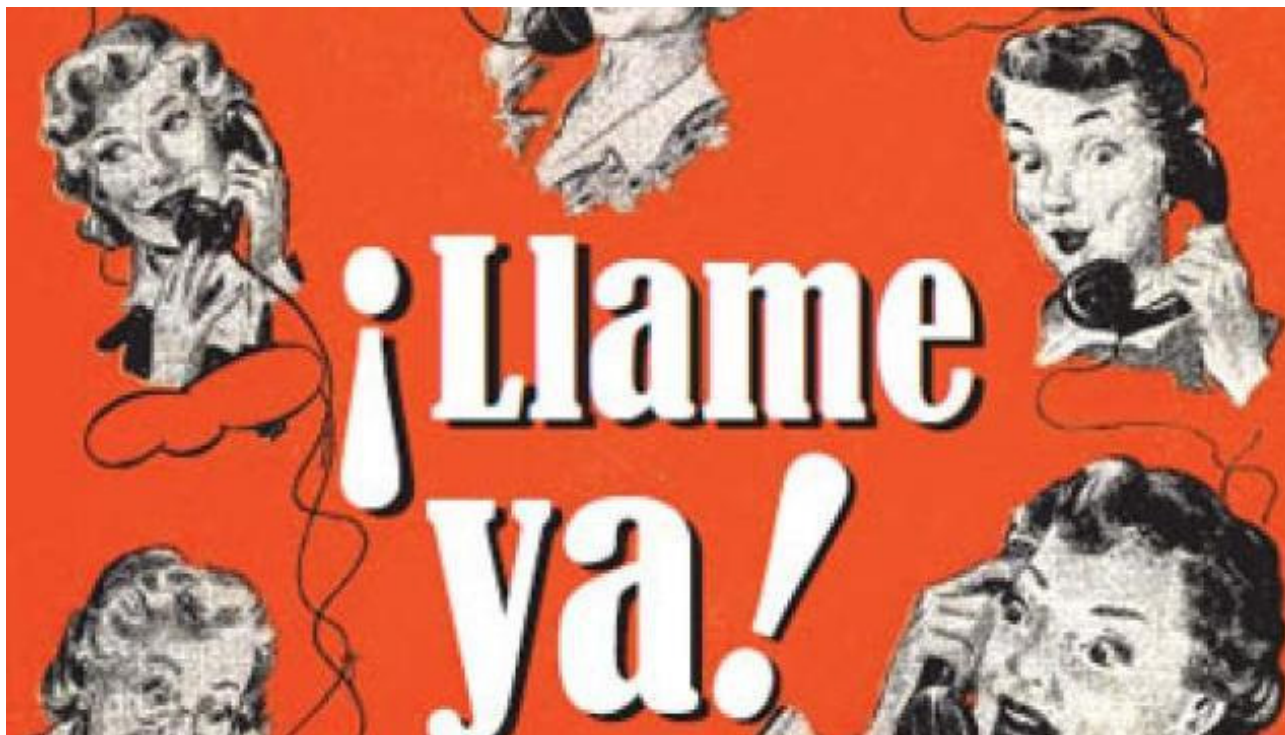
Es importante además que al momento que usted entregue su tarjeta la personalice con un dato personal como el número de su celular o de su casa Igual efecto se logra si adicionalmente le hace entrega de más de una tarjeta bajo el argumento que se la entregue a otros potenciales referencias.





Mantenga el contacto

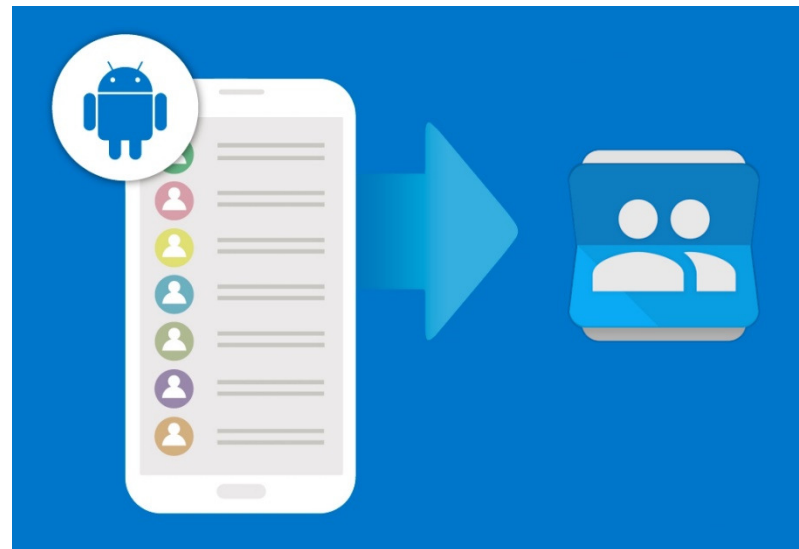
Trate de hacer un plan de seguimiento a cada nuevo contacto cuya tarjeta de presentación pueda haber recibido. Llámelos por teléfono o escríbales un email para ir creando su red social.





Base de datos

Cree una base de datos con todos sus contactos que vaya creando y genere un rubro de observaciones para agregar ideas que le recuerden a cada contacto de una manera precisa. Ahora existen programas de computadora que le pueden hacer el trabajo de una manera muy fácil. Es importante que usted registre donde conoció a su contacto y si es posible hacer un seguimiento del mismo.





**AHORA YO QUIERO ESCUCHARLOS A
USTEDES... CONSTRUYAMOS JUNTOS
(SUGIERO QUE TENGAS UN
BOLÍGRAFO Y UNA LIBRETA A LA
MANO)**



PARA CUALQUIER EMPRESA, LOS CLIENTES SATISFECHOS SON LA FUENTE DE CRECIMIENTO. CUANDO LAS PERSONAS ESTÁN SATISFECHAS CON EL SERVICIO, TIENDEN A COMPRAR MÁS Y RECOMENDAR A SUS CONOCIDOS.

UN PROGRAMA DE LEALTAD AYUDA A:

**ELEVAR EL TICKET PROMEDIO DE COMPRA A TRAVÉS DE INCENTIVOS A TUS CLIENTES
INCREMENTAR TUS INGRESOS AL AUMENTAR LA FRECUENCIA DE COMPRA
GENERAR CLIENTES LEALES Y SATISFECHOS, Y CON ELLO RECOMENDACIONES
CREAR UN VÍNCULO CON LA MARCA Y LOGRA UN TOP OF MIND EN TUS CONSUMIDORES**



ESTRATEGIAS PARA GENERAR LEALTAD

“ Estrategia 1:
Humaniza tu
marca

“ Estrategia 2:
Háblale al
cliente de tú a
tú

“ Estrategia 3:
Escucha y
aprende de las
quejas

“ Estrategia 4:
Reconoce y
premia la
implicación



Q&A

GRACIAS



Banfield[®]
PET HOSPITAL

JUNTOS POR UNA PROFESIÓN MÁS FUERTE



L.A.E. ADRIAN RODRIGUEZ-GRANADA MADRID
DIRECTOR ADMINISTRATIVO
BANFIELD PET HOSPITAL (UNAM-BANFIELD)
Facebook @EntreVetsTeVeas
adrian.rodriguez@banfield.com



Esta presentación con sus 21 slides es propiedad del Lic. Adrian Rodriguez-Granada Madrid y Banfield Pet Hospital por lo que queda estrictamente prohibida su reproducción y difusión total o parcial, así como su uso en otros foros, excepto aquellos autorizados por los propietarios de la misma.

