

A network diagram on a blue background. Five stylized human figures are positioned at the vertices of a network. Each figure stands on a circular base. Lines connect these bases, forming a central hub-and-spoke pattern. The lines are thicker and darker where they connect to the central figure. The overall aesthetic is clean and professional, using a monochromatic blue color scheme.

**CONTACTOS = EMPLEO**

# Como enfrentar el networking en forma efectiva!

De 15 a 20 contactos por día.

Ese es el objetivo que muchas compañías están estableciendo para sus gerentes de ventas.

Desafiante? pero posible.

Parecido a Ud. buscador de un nuevo empleo! Ud. debería estar trabajando igual que estos vendedores, ya que lo que vende es su tiempo laboral.

Pero ¿qué sucede cuando todos sus competidores (otros buscadores de trabajo) tienen el mismo objetivo? Multiplique esos 15 o 20 contactos por el número de competidores en el mercado.

Así es como se están haciendo las llamadas por networking todos los días. Si divide ese total por el número de posibles contactos en su ciudad, ¿sabe lo que obtiene?

¡Posibles contactos que están hartos de que los llamen!

En mis procesos de coaching para buscadores de nuevas oportunidades, alentamos a nuestros clientes a crear una “razón válida” para cada contacto que establezcan. En pocas palabras, deseamos que cada comunicación agregue valor y mejore la relación que nuestros clientes intentan entablar con sus nuevos contactos..

¿Cuál es una “razón válida” para interrumpir la rutina de un desconocido?

## Considere estas 10 ideas:

1. Solúciónele un problema: dé soluciones a los problemas que preocupan a sus posibles clientes (como por ejemplo lo que usted está leyendo en este mismo momento). Consejos sobre liderazgo, administración, contratación, motivación, mejoras en la productividad, control de costos, tecnología y cualquier otro tema relevante a la función laboral del destinatario.
2. Comparta noticias de la industria: envíe artículos que encuentre en el periódico. Comparta historias sobre compañías que se encuentran en la misma industria que la de su posible cliente. Comparta experiencias y tendencias que observa en el mercado.
3. Proporcione estadísticas: publique datos que puedan ser de interés para sus futuros contactos, tales como las tendencias del mercado, costos de contratación, costos de reemplazos, etc.
4. Brinde acceso a información relevante: por ejemplo, usted puede conocer los salarios y los programas de beneficios que otras compañías ofrecen para atraer y retener a sus mejores talentos. Al compartir esa información, usted se constituye en una valiosa fuente para planificar las estrategias de contratación.
5. Tarjetas, llamadas de agradecimiento: a todos nos gusta sentirnos apreciados.
6. Eduque: muestre a las personas que le interesa el tipo de problemas que Ud. puede solucionar, y qué fácil (y económico) es usar sus servicios.

7. Humor: una buena broma puede ser una base importante para construir una relación. Simplemente debe ser adecuada y usted no debe exagerar.
8. Estudios de casos: Explique cómo las compañías reales solucionan los problemas reales con el tipo de experiencia profesional que usted ofrece.
9. Capacitación y desarrollo profesional: enseñe a sus posibles contactos habilidades relevantes. Esto se puede hacer a través de correo directo, correos electrónicos, publicaciones en internet o teleconferencias aprovechando Skype.

Algunas veces, nuestros clientes confiesan que “no saben que excusa usar” para llamar a una X persona incluso, para estar activos en las redes profesionales. ¿Por qué no prueba alguno de estos consejos?

En nuestros programas de Coaching este “modulo” suele ser el que más aprecian nuestros clientes.

## Potencie su “red de contactos” en sólo tres pasos.

Su red de contactos constituye una herramienta sumamente poderosa, capaz de catapultar a puestos muy altos una carrera laboral. Las personas se benefician a partir del networking para lograr sus aspiraciones profesionales.

A pesar de su comprobada eficacia, muchos de mis clientes se revisten y no aprovechan a fondo el “poder humano”. Esto se debe a sus propios prejuicios (por lo general infundados). Me he topado con mitos que van desde “no me desenvuelvo bien socialmente” hasta “la verdad que no conozco demasiadas personas”.

Permítame compartir con Ud. la manera en que se puede desarrollar, networking con tres sencillos planes de acción.

### Utilice el efecto dominó

Hace unos días me llamó un productor de seguros. Empezó la conversación de la siguiente manera: “Qué tal, Cristina, Fulano de Tal me pidió que la llamara porque pensó que a usted le interesaría hablar conmigo”. Su tono de voz me indicaba a las claras (no se necesita ser demasiado perceptiva) que se trataba de un speech de ventas, así que mi primer instinto fue colgar con alguna excusa, pero como había mencionado a mi colega le permití continuar.

Cuando terminó de hablar me preguntó si sabía de alguien que pudiera beneficiarse con una conversación (yo más bien diría un monólogo) similar. Si bien yo no estaba interesada en sus servicios, el hecho es que conocía a algunas personas que se encontraban buscando algún tipo de seguros. ¿Feliz coincidencia? Puede ser.

El agente había utilizado lo que yo he dado en llamar la “técnica del efecto dominó”. Por más que la mayoría de la gente no vende seguros, el hecho es que sí nos beneficiaríamos al aplicar ese principio a nuestros esfuerzos de networking.

Si hacemos el esfuerzo consciente de pedirles a todos los contactos de nuestra red que nos remitan a algunos de sus propios contactos –tenemos que estar dispuestos a reciprocarnos en caso necesario–, y a la vez les pedimos a cada uno de esos contactos que nos presente a alguien más (y repetimos el mismo proceso una y otra vez), en pocos meses nuestra red se habrá multiplicado y esparcido hasta llegar a cientos y tal vez miles de personas. De usted dependerá cómo aprovechar esa red que se va formando de manera exponencial.

### Contáctese con gente de gran networking.

Conectarse con los bien conectados es una estrategia poderosa. Los líderes de la industria, autores, expertos y oradores tienen muchos seguidores. Con sólo conectarse con algunos de ellos, estará en

condiciones de establecer networking con una fuente inagotable de potenciales contactos. Para lograrlo, sin duda ha de invertir horas de trabajo de investigación, sobre todo en redes como LinkedIn.

### **Lea y escriba.**

Acá no me refiero al mero hecho de leer para entretenerse o escribirles a sus amigos. Me refiero a leer artículos y publicaciones profesionales, o publicar en revistas o semanarios de la industria, realizar trabajos académicos, escribir en blogs especializados u otros medios de comunicación que circulen entre colegas. Conseguiré así alcanzar un vasto público, casi podría decirse un pool inimaginado de lectores que se multiplicarán exponencialmente sin que usted siquiera se entere. Escribir no es, simplemente, un ejercicio publicitario. Todo lector es un potencial contacto de networking.

Si usted es un lector incansable, permítame sugerirle que envíe a los autores mails o cartas de apreciación en los que exprese aquello que captó su atención o su interés. Si lo hace con cierta constancia, estos pequeños intercambios podrían ser los precursores de algunas oportunidades interesantísimas de networking.

En síntesis... el siglo XXI ofrece estas maravillosas herramientas.

No obstante, nada es “gratis”.

Todavía... el éxito es el resultante del esfuerzo personal.

Sobre todo, si opta por tener un “coach” que potencie y oriente sus esfuerzos.

## Por qué Ud. no se relaciona?

Escribo en este espacio, justamente, para generar un ámbito de intercambio. Pero... son pocos quienes aceptan “relacionarse” dejando sus comentarios!

Por qué será?

La gestión de relaciones (componente de la competencia social), es la habilidad que suele influir en las tres primeras habilidades de la inteligencia emocional: conciencia de uno mismo, autocontrol y conciencia social.

La gestión de relaciones es la capacidad para usar la conciencia que usted tiene de sus emociones y las de los demás para interactuar con éxito. Esto garantiza la comunicación clara y el manejo efectivo de los conflictos. Además, la gestión de relaciones es el lazo que usted crea con otras personas durante el transcurso del tiempo.

Las personas que “manejan bien las relaciones” pueden ver el beneficio de conectarse con muchas personas diferentes, incluso con las que no les agradan. Las relaciones son algo que debería buscarse y desearse. Son el producto de cómo Ud. comprende a las personas, cómo las trata y la historia en común que tienen.

Cuánta menor conexión tiene con alguien, más difícil es comunicarse. Si quiere que las personas lo escuchen, debe relacionarse y buscar los beneficios de cada relación, sobre todo de las relaciones desafiantes. La diferencia entre una interacción y una relación es una cuestión de frecuencia. Es producto de la calidad, la profundidad y el tiempo que pasa interactuando con otra persona.

Para la mayoría de las personas, la gestión de sus relaciones presenta el desafío más grande durante los momentos de transición laboral. Algunas de las situaciones más desafiantes y estresantes que las personas enfrentan se producen en el trabajo. Los conflictos en el trabajo tienden a empeorar cuando las personas evitan los problemas de una manera pasiva porque carecen de las habilidades necesarias para iniciar una conversación directa pero constructiva. Los conflictos en el trabajo tienden a explotar cuando no se maneja el miedo o la frustración y Ud. elige descargarlo en otras personas. La gestión de relaciones le otorga las habilidades que necesita para evitar esas situaciones y aprovechar cada interacción con otra persona.

Esto se aplica tanto a su vida laboral actual como a su campaña de networking.

## Como se “caza” un trabajo?

En ingles, se usa “job hunting” o sea “cazar” trabajo!

Lo cierto es que buscar empleo debería ser como ir “de cacería”. Una simple búsqueda sería algo al azar y sin preparación, pero ir de cacería implica poner toda la voluntad y la concentración, fijar un objetivo y apuntar. Eso es lo que hay que hacer cuando uno sale al mercado a buscar un nuevo empleo.

Cuando uno busca empleo, la recorrida de sites y foros con ofertas de vacantes puede llegar a ser una tarea abrumadora capaz de dejarnos sin fuerzas al final de la jornada. Y el hecho es que suele ser “gastar pólvora en chimangos”, porque las probabilidades reales de conseguir empleo de esta manera son muy escasas. Responder avisos tampoco es mucho mejor. Aquí les ofrezco algunos consejos prácticos de los que aplican mis clientes en Coaching de Carrera que seguramente les acercarán más al empleo que buscan.

Tenga en claro lo que quiere y dónde lo quiere: evite la falta de precisión en sus objetivos. Su red de contactos personales y profesionales nunca podrá ayudarlo si usted mismo no sabe exactamente lo que busca. No diga que quiere un empleo gerencial; sea específico acerca de qué tipo de gerencia busca. De esta manera, si alguien se entera de una vacante, estará en condiciones de hacérselo saber.

Defina el “dónde”: empiece a apuntar hacia empresas específicas para las que desearía trabajar, a fin de entender mejor qué redes tender y a qué contactos recurrir para llegar a ellas. Si se anima a dar el salto, intente acceder a la empresa de objetivo y contarles por qué usted es el mejor “calce” para esa vacante en ventas.

Tenga su historial en orden: su C.V. es su vida en viñetas. No es una narración tipo “primero hice esto y después hice aquello otro” y listo. Debe narrar una historia que sea inspiradora y resulte atractiva. Prácticamente todo el mundo le va a dar permiso para que sea quien tiene que ser; el tema es que usted sepa con exactitud quién quiere ser. Es su historia, así que escríbala bien.

Cuide sus palabras: cuando usted llama al empleador en perspectiva, le habla, le deja un mensaje grabado, le escribe un mail o va a reunirse en persona, él/ella va a recibir su experiencia y va a captar cada movimiento suyo o cada palabra que emita. Asegúrese de pulir su comunicación lo suficiente como para alcanzar el tono de voz exacto, la claridad en el discurso, la gramática correcta y el uso preciso del lenguaje, todo lo suficientemente cuidadoso como para dar la mejor impresión la primera vez y todas las veces.

La búsqueda laboral no es fácil, pero con las herramientas adecuadas y la actitud correcta tampoco es tan difícil. Desarrolle su red de contactos, defina lo que quiere, diga lo que piensa de manera adecuada y va a estar más cerca del empleo de sus sueños. Crea en usted mismo, y el mundo se va a parar a mirar.

O... busque ayuda en un coach de carrera. Una inversión en Ud. mismo que le ahorrará pérdida de tiempo.

## AUDITORIA de MI CAPITAL SOCIAL

A lo largo de mi vida, siempre he intentado, en cualquiera de los ámbitos -sean o no profesionales- dar testimonio práctico y vital de lo mismo que predico.

Últimamente, en el curso de mis programas de Outplacement y/o Coaching de Carrera, paso horas explicándoles a mis clientes que, en la famosa red LINKEDIN,, no sirve tener contactos “por cantidad” sino que importa la calidad de los mismos.

Defino “calidad” simplemente así: que sean reales, que de alguna forma me identifiquen, y que sean activos...tanto para pedirme cosas como para colaborar en lo que yo necesite. Ejemplos? De tanto en tanto pregunto sobre salarios promedio en X puestos de Z industria. O...frecuentemente, pido “abrirle” puertas a mis clientes a entrevistas de presentación espontánea, etc.

Por ende, para ser coherente con mi predica, hace unos días envié 1 x1 a todos mis contactos un mail que decía así:

*Hola!*

*Siendo LINKEDIN “la estrella” del momento en cuanto a redes profesionales, me di cuenta de que, en mis programas de coaching ó Outplacement corporativo aconsejo con insistencia a mis clientes no tener contactos por cantidad sino solo por su realidad/calidad.*

*Y me decidí a hacer esta “AUDITORIA” de mi propio “capital real” en mi red!*

*Vos figuras entre MIS CONTACTOS.*

*Quisiera reconfirmar que... estás del otro lado!*

*Si te llegan/interesan mis mensajes y... de ser así, reiterarte que aquí estoy para lo que -profesionalmente- pudieras necesitar de mi parte!*

*Agradeceré mucho tu respuesta, dentro de la próxima semana! vía LINKEDIN*

*Saludos cordiales.*

*Lic. Cristina Mejias*

**SORPRESA!!!!**

(Favor notar que daba una semana de plazo lógico como para responderme). También notar que ofrecía yo cualquier tipo de ayuda que, profesionalmente, pudieran necesitar.

Recibí solo un 26% de respuestas.

74% de quienes ocupaban espacio en mi agenda virtual de LinkedIn...no se molestaron en contestarme. Que hacer, entonces?



Simple: me dedique a eliminarlos, borrarlos, 1×1.

De modo que....comparto con Uds. esta experiencia, para ver si les sirve . Que pasaría si hacen Uds. esa misma "auditoria" Que % de respuestas (gente que realmente quiere estar en contacto con Uds.) tendrían?

Queda abierto el debate!

## Cómo superar “PORTEROS” en su proceso de búsqueda

Yo llamo “porteros” a todos aquellos que tienen el potencial de poner obstáculos a los buscadores de empleo, en la medida en que cuentan con el poder para eludir preguntas, dejar mails sin responder y, en última instancia, derivar al postulante a un tercero y así demorar el proceso.

Atravesar los dominios de “porteros” o encargados de filtrar quién accede o no a una determinada oferta ó vacante es una de las tareas más engorrosas para el buscador de empleo profesional. Cuando hablo de “porteros” no solo me refiero a algunos controles que por supuesto son muy evidentes, como las asistentes de los gerentes de RR.HH., jefes y ejecutivos de una empresa determinada. Sea o no su rol, cada empresa está plagada de “porteros” para impedir la llegada de presentaciones espontaneas.

Las tareas de estos controles de ingreso o “porteros” suelen consistir en:

Retacear información a los buscadores de empleo.

Derivar a todos por el mismo camino burocrático, sin detenerse a evaluar habilidades o competencias diferenciadoras

Cumplir a rajatabla con los reglamentos de la empresa en cuanto a prácticas de contratación.

Suelo ver a buscadores de empleo impacientes –por no decir que montan en cólera– al tener que lidiar con estos escollos, olvidándose de que, lamentablemente, estos “porteros” solo son personas que están haciendo su trabajo.

Si a usted está en la etapa de lidiar con las trabas que estos porteros le presentan, intente la técnica que funciona para los buenos vendedores: inicie y establezca una relación rápida con quienes están “del otro lado”, para no ser un desconocido total cuya única motivación radica en obtener acceso a los que deciden. Averigüe su nombre, y sobre todo... sonría en el teléfono al conversar.

Otra técnica es la de asegurarse de sonar “humano” en el teléfono. A veces nos ponemos nerviosos cuando llamamos y se nos endurece la voz, el cerebro nos juega una mala pasada y nuestra personalidad da la impresión de ser muy prepotente o autoritaria. Tenemos nuestras anotaciones sobre lo que diremos delante de nosotros y las leemos prácticamente palabra por palabra en vez de usar ese material simplemente como referencia rápida.

Si no tiene problema en usar algún pequeño artilugio, también puede pedir por el gerente de RRHH invocando su nombre (asumo que Ud. ya hizo la tarea, investigó y conoce el nombre y apellido de su target) y luego decir que “espera mi llamada”. Pero ojo: esta recomendación puede jugarle en contra, ya que los “porteros” avezados tienen una armadura de hierro contra estos truquitos. Suelen ser sumamente eficientes en el arte de impedirles acceso a los buscadores, y están de vuelta de todo.

¿Todavía no pudo atravesar el filtro?

De ser así, piense que no está solo.

Soslayar a los porteros para atravesar la puerta rara vez es tarea fácil... si lo fuera, todo el mundo lo haría ¡y estos blindajes humanos no existirían!

Justamente, el buen uso de esta red, es una maravillosa chance de saltar “porteros”. Claro... requiere esfuerzo y constancia! Será necesario elegir las “empresas target” y dentro de ellas, ver que contactos Ud. puede lograr. O... si son contactos de sus contactos, etc.

Será necesario también redactar notas cortas, gentiles, que contengan 4/5 líneas sobre el resumen de su perfil.

Incluso el corto texto a poner en el subject de su mensaje/mail requiere estrategia!

Y... mucho esfuerzo más!

Ya lo he planteado en mi video: “LINKEDIN no sirve” que podrán encontrar en mi blog o en YOUTUBE.

Como sabe cualquier buen vendedor, llegar al que toma la decisión en el 50% de la venta!

## Intimidad, Redes y Vida Laboral

Hace poco lei que, en la vida actual, parece ser mas importante “mostrar” que vivir.

Y pareceria ser cierto, en cuanto la cantidad de personas que se vuelcan a las redes, sea con temas privados y personales como para

mostrarse profesionalmente. Tambien yo lo hago!

He vuelto a escribir libremente mis reflexiones en mi blog ( ConfesionesProfesionales), en mi pagina de Facebook ( Carrera y Vida Laboral) , incluso a usar Tweer, que hasta hace muy poco no entendia.

Tambien, obviamente, le doy otro uso a las redes: como casi todos mis colegas, cuando estoy conformando una terna de finalistas, para alguna busqueda gerencial, dedico horas a encontrar y analizar su presencia en las redes. Incluso, utilizo LinkedIn para pedir referencias a ciertos contactos de la persona pre seleccionada.

Cuando he comentado esta accion (observar la conducta de X perfil en las redes) en algun Debate, ...colecte enorme cantidad de criticas y comentarios negativos .Si he de resumir las criticas , la mayoría han juzgado ” antiético” e “invasivo” esta conducta.

Antes de abrir este Debate – nobleza obliga!- he de comentarles que, a mis Clientes en Coaching de Carrera les incentivo a tener amplia y activa participacion en las redes, en estos debates, etc etc. Porque? Pues porque , en este siglo, ganar visibilidad al propio perfil es una ventaja en el Mercado Laboral. Tan simple como eso!

Ahora bien, como todo en esta vida, siempre hay “dos caras” del mismo fenomeno.

Participar en redes implica perder intimidad. Absolutamente TODO lo que se hace en Internet, de un modo u otro, resulta publico.

Por ende, la conclusion es obvia: he de cuidar de todo lo que publico, ya que nunca se quien lo estara mirando.

Para ser mas clara: Ciertamente los head hunters analizamos todo lo posible a cada pre seleccionado/a.

No somos nosotros los responsables de cuidar la intimidad de otros. Son los otros (postulantes) quienes deben cuidar la imagen que ofrecen en cualquier red. Particularmente, en LinkedIn, las expresiones volcadas en diversos debates, deberian conservar una linea de respeto aun en las discrepancias , pues es mas que sabido que los selectores estamos atentos a los mas diversos grupos y debates.

**Lic. Cristina Mejias**

Artículos de su autoría publicados en el blog **Confesiones Profesionales de una Head Hunter**  
[www.confesionesprofesionales](http://www.confesionesprofesionales.com)