

Las pymes también 'ligan': así son las citas rápidas para hacer negocios

Permite acceder a nuevos clientes utilizando un sistema diseñado para solteros que buscan pareja | "Te permite establecer vínculos y ampliar la red de contactos comerciales", dicen los participantes

Ismael Labrador

MADRID. Ángel Jiménez está inquieto. A través de una red social ha conocido que existe un sistema de citas rápidas con el que ampliar su círculo de contactos y se ha decidido a inscribirse. "Es la primera vez que vengo, ni siquiera sabía que existían estas cosas", confiesa. Pero Ángel no busca hacer nuevas amistades ni encontrar pareja. Es gerente de Copia Segura, pyme dedicada a la gestión de copias de seguridad informáticas, y el *speed dating* -como se denomina a este tipo de reuniones- al que acude está orientado a pequeñas empresas.

Ricardo Alonso, director de Sport Líder, una compañía que organiza actividades de ocio y cultura, también es nuevo en la materia. Llega "para conocer gente a la que le puedan interesar nuestros servicios, que sepan quién eres, qué haces y, a partir de ahí, ver si se puede establecer una relación comercial". A

las siete de la tarde entran, junto a otros 60 representantes de pequeñas y medianas empresas, en uno de los salones de un hotel de Madrid, lugar elegido para la celebración de estas citas rápidas. A las siete y media comienza la ronda de charlas, de cuatro minutos de duración, donde cada uno de los interlocutores lanza su mensaje de presentación, escucha al otro, intercambia tarjetas...

Dos horas después, cuando se cierran las conversaciones y se pone fin a la sesión, la mayoría sale con una sonrisa de satisfacción y la sensación de que "me llevo varios contactos interesantes", comenta David Parras, socio director de Sandler Training, una consultora especializada en formación y *coaching*, y también debutante en la actividad. "Yo he sacado cinco colaboraciones y algún que otro cliente que me ha pedido presupuesto", puntualiza Ángel Jiménez; "a lo mejor las cinco colaboraciones no llegan a

buen puerto, pero sí ves sinergias y puedes quedar más tarde para ver lo que te pueden ofrecer. Quién sabe si con las empresas que he conocido cerraremos más ventas".

El *speed dating* es una técnica procedente del mercado anglosajón,

La mecánica consiste en tener charlas cortas, de cuatro minutos, con cada una de las empresas que participan en la jornada

donde primero se aplicó como un sistema para encontrar pareja: varias personas se reúnen en una larga mesa donde tienen charlas cronometradas para conocerse unos a otros.

Al finalizar la jornada, el objetivo es que todos hayan hablado entre sí, determinando con quiénes tienen más afinidad y, por tanto,

más posibilidades de iniciar una relación.

Ligar entre empresas

Este método "puede aplicarse perfectamente al mundo de la empresa, para poner en contacto a distintas pymes", explica Beatrice Dittrich, *partner* de Forbes MacKenzie y organizadora del *Speed Networking* donde Ángel Jiménez, David Parras y Ricardo Alonso han intercambiado sus tarjetas y ampliado su agenda de posibles clientes potenciales.

"Yo lo conocí cuando acudí a uno, con 100 personas, pero sólo pude hablar con cinco de ellas. Entonces pensé que hacía falta estructurarlo de otra forma para que todos pudiéramos conocer a todos y así acceder a los que realmente podían ser interesantes", prosigue Dittrich, que encontró en los sistemas de búsqueda de pareja para solteros una vía para darle la vuelta a la situación. "Quien quiere participar en

los eventos que organizamos nosotros se apunta a un registro, del que luego distribuimos varios grupos en función de los sectores donde operen y de sus necesidades". A partir de ahí, "les sentamos en una mesa y, mediante rondas de cuatro minutos, van hablando unos con otros para que, al final, hayan podido conocerse entre todos". Forbes MacKenzie ya ha celebrado tres citas rápidas para pymes, y prepara una cuarta.

¿Qué tiene realmente de novedoso este método? "Con la crisis es mucho más difícil hacer contactos, llamas por teléfono a las empresas para informarles de tus productos, pero muchas veces la información no pasa de la recepcionista. Esto es como llamarles por teléfono, pero directo a la persona y, en gran parte de los casos, a la persona adecuada", arguye Celeste Abad, representante de Catim Madrid, una pyme que distribuye consumibles informáticos de marca blanca.

Las frases



/// Nunca había asistido a este tipo de eventos, pero del primero me llevo cinco colaboraciones y algún que otro cliente que incluso ya me ha pedido presupuesto".

Ángel Jiménez
Copia Segura



/// Esto es un punto de partida, porque lo importante es hacer luego un seguimiento; no te sirve de nada coger 40 tarjetas si después no intentas desarrollar algo con ellos".

David Parras
Sandler Training



/// El objetivo es relacionarte, hacer contactos y ampliar tu agenda; lo mejor es que le pones cara a la persona con la que hablas y la confianza es distinta a una llamada telefónica".

Isabel López
Catim Madrid



/// Es un poco conector de conectores, porque algunas personas con las que hablas te dicen que conocen gente a la que le puede interesar los servicios que tú ofreces".

María Rodríguez
Interpretación simultánea



/// Sirve para darte a conocer y que sepan quién eres y qué haces; las preguntas que más te hacen es cuánto tiempo llevas en esto y quiénes son tus clientes más potentes".

Ricardo Alonso
Sport Líder