

proyectostic.com
networking profesional en 1ª persona

ARTÍCULO: Rosaura Alastruey, experta en networking profesional

FUENTE: Diari de Terrassa (30/07/2011)

ROSAURA ALASTRUEY EXPERTA EN NETWORKING PROFESIONAL

“En las redes sociales hay que seducir para mantener la relación”

Josep Lluís Alonso

La publicista Rosaura Alastruey se ha reconvertido en una experta en networking profesional, actividad en la que ha sido pionera en nuestra país, tras la vivencia que tuvo en 2004 en el Silicon Valley. Su experiencia la ha trasladado también a la Web 2.0 y a las herramientas más dinámicas que la componen, redes sociales como Twitter y LinkedIn.

Su visita al Silicon Valley marcó un antes y un después en su vida profesional. ¿Qué ocurrió?

Tuve la oportunidad de participar en una misión empresarial al Silicon Valley en 2004, que era la meca de internet. Por aquel entonces dirigía el departamento de internet de una multinacional y mi objetivo era conocer lo último de la red. Era la época en que nacían Facebook, LinkedIn, Xing. Allí son unos auténticos maestros del networking. Cualquier encuentro lo convierten en una ocasión para hacer contactos de una forma muy activa.

¿Qué pasó?

Yo soy una persona muy social y además desde muy joven ya me gustaba la informática, así que todo aquello me cautivó. Sólo estuve dos semanas, pero volví con otra mentalidad. Cualquiera que haya estado en Silicon Valley cambia de chip. Fue brutal. En España, si emprendes algo y te sale mal, cargas con esa cruz toda la vida. Allí, en cambio, lo primero que te preguntan es cuántas empresas has hundido, porque de los fracasos aprenden. Si aparentas que no te has equivocado nunca, ven que no eres de fiar.

¿Qué hizo tras regresar?

Me dediqué a promover el networking. Fui la primera empresa (proyectostic.com) especializada en esto en España. Hace siete años, nadie sabía de qué les hablaba. Costó mucho introducirlo. Pero en Estados Unidos funcionaba mucho y bien el arte de la gestión estratégica de contactos en su estado más puro.

Usted argumenta que el networking no es una bolsa de trabajo...

Cierto, no lo es. Entiendo el networking como la correcta gestión estratégica de la red de contactos personal y profesional, un aprovechamiento consciente de las relaciones personales: conoces a alguien y te recomiendan; y viceversa. Se trata de cultivar esto de la manera más profesional posible. Porque hay que saber que entre el 80% y el 85% de las ofertas de trabajo no llegan a los diarios ni a otros medios de difusión.

¿Ah no?

Las empresas utilizan cada vez más las redes sociales. Se ahorran mucho dinero, conocen mejor a las personas y tienen la garantía de que alguien te recomienda. En este sentido, LinkedIn

FRASES

“Cualquiera que haya estado en Silicon Valley cambia de chip”

“Entre el 80% y el 85% de las ofertas de trabajo no llegan a los diarios. Las empresas utilizan cada vez más las redes sociales”

“Venderte no quiere decir mentir, sino potenciar lo mejor que haces”

es una buena herramienta, y es muy importante poner recomendaciones.

¿Pero no decía que no es una bolsa de trabajo?

No lo es, aunque es muy útil para las relaciones laborales. Pero es también un lugar para encontrar clientes, proveedores, partners, grupos y debates de interés profesional... relaciones de negocios en definitiva.

¿Es cierto que existen webs donde se paga a quien recomienda a alguien para un puesto que acaba siendo contratado?

Sí. Son webs de intermediación laboral, donde uno se apunta o recomienda a alguien y se retribuye en caso de contratar a un recomendado. Webs españolas como www.sntalent.com y www.jobya.com lo hacen. Es un modelo que se basa en la recomendación, en el networking.

¿Y LinkedIn?

Es una red profesional, otra herramienta 2.0, que fomentan el contacto y la opinión. También existen Xing y Viadeo.com. Son tres referentes en España, aunque hay otros.

Usted explica que también se está aprovechando Twitter y Facebook para hacer networking...

Es verdad. Y también los blogs. Hay un estudio que indica que el 26% de las personas que seleccionan personal valoran más a un candidato si tiene un blog de su ámbito profesional en internet. Quien lo hace, transmite valores de su interés por el tema en que trabaja y tiene una competencia distinta que la de un simple currículum de papel.

¿Twitter no es sobre todo una red de chismorreos y entretenimiento?

No únicamente. Hay empresas, muchas de perfil tecnológico, que la están utilizando para lanzar mensajes o buscar gente. Tenemos una guía de empresas españolas que están lanzan-

do ofertas a través de Twitter, entre ellas Banesto. O hay un canal específico –un “hashtag” o canal temático– sobre obras y reformas, con mensajes sobre ofertas de trabajo. La fuerza de Twitter es que encuentras a personas con un perfil que te puede interesar de una forma muy rápida. Las empresas se ahorran mucho dinero por esta vía. En Infojob, por ejemplo, había 900 perfiles para una oferta de trabajo concreta, cuando en Twitter había tres perfiles que cumplían los requisitos, mucho más fáciles de seleccionar.

Usted habla de cultivar las redes sociales hasta que funcionen solas. ¿Cuándo ocurre eso?

En una primera fase, conoces gente, ya sea personalmente o virtualmente. Luego hay que hacer una selección de los contactos y mantener un trato continuado con unos cuantos de ellos. Viene a ser un poco como ligar: tienes que seducir para mantener la relación. En la tercera fase tienes que trabajar la plataforma: moverte, ir a reuniones donde tratas con tus contactos y los amplías. Pero eso tienes que hacerlo estratégicamente, moviéndote en los ámbitos que realmente te interesan. Si esto lo haces bien, la red empezará a funcionar sola y tus contactos empezarán a llamarte, ya sea para ofrecer trabajo, invitarte a participar en proyectos, clientes... De hecho, LinkedIn empezó como una forma de relación de trabajadores autónomos...

Proyectos.tic, su empresa, impulsa cinco líneas de actuación, entre los que figuran eventos de networking y entre éstos, un crucero en alta mar. ¿En qué consiste?

Se trata de montar un crucero para enseñar a la gente a hacer networking. Hace años que una asociación de empresarios me invitó a participar como profesora de networking en un crucero de cinco mil personas. Normalmente la gente se relaciona poco en un barco, cada uno va a lo suyo. Se trataba de enseñar técnicas de relaciones dinámicas a los participantes en el programa. Consigues hacer relaciones que acaban derivando en negocios. Lo hice en dos ocasiones, con grupos de 120 personas, en unos cruceros de cuatro días por el Mediterráneo.

¿Fue una buena experiencia?

Totalmente. Un crucero es un entorno ideal para poder practicar. Además, ¡no te puedes escapar! Tienes que participar sí o sí. Aquellas clases fueron para directivos. Ahora me estoy planteando organizarlo yo por mi cuenta y la idea es hacer un crucero donde se esté practicando el networking constantemente.

En su eventos de networking también incluye el “speed talent”. ¿Qué es?

Son rondas rápidas de un grupo de gente donde todos se entrevistan entre sí. Cada asistente se presente a su interlocutor, explica qué hace, cuáles son sus habilidades y virtudes y todo



Rosaura Alastruey participó en unas jornadas de Euncet. EDUARD GIL

eso tan sólo en un minuto y medio...

¿Sólo?

Sí. Por eso son muy importantes los primeros segundos: dan la primera impresión y ayudan a seducir. Una psicóloga enseña a los participantes a estructurar el discurso para que aprendan a diferenciarse.

¿En que casos se utiliza este método?

Por ejemplo, cuando algunas empresas buscan empleados. Se forma un grupo de 40 candidatos y seis seleccionadores, que nadie sabe quiénes son. Son personas con la identidad oculta dentro del grupo. Puesto que todos se entrevistan con todos, nunca sabes si estás hablando con una empresa que te puede contratar o con un competidor que busca empleo...

¿No es un poco perverso? Parecen técnicas a lo Método Gronhölml...

Pues funciona bien y entidades como Barcelona Activa nos lo están comprando. Allí lo hacemos cada tres meses. Son encuentros entre ETT y “headhunters” y gente que busca trabajo. En uno de los últimos había seleccionadores de empresas como Seat, Nike, Manpower... Es una manera de ver a muchos candidatos en poco tiempo, optimizando los encuentros. Hay empresas interesadas hasta el punto de organizar rondas temáticas. A este método se le denomina “speed talent”, una forma rápida de encontrar gente con talento. Los expertos ya empiezan a decir que pasamos de un mercado de trabajo normal, al mercado del talento.

¿Sólo se utiliza para buscar directivos?

Hemos tenido empresas que han usado el “speed talent” para buscar perfiles medio/altos, pero puede ser útil para todo el mundo. En definitiva, de

Fan de lo colectivo

► Rosaura Alastruey (38), sabadellense, es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y ha cursado el Programa de Habilidades Directivas de Esade. Especializada en marketing digital, se dedica a proyectos de networking desde 1999, siendo una reconocida investigadora, conferenciante y profesora sobre la materia y actividades relacionadas. Es fundadora y directora de ProyectosTIC (www.proyectos-tic.com). Sus aficiones son la lectura, Twitter –“me encanta para detectar tendencias”–, el deporte y la relación con los amigos “y todo lo que tenga que ver con actividades colectivas”, subraya.

lo que se trata es de que el candidato tiene que aprender a venderse.

¿Exagerando sus habilidades?

Venderse no quiere decir mentir, sino potenciar lo mejor que haces. Participar en esas rondas requieren un gran esfuerzo, ya que duran unas tres horas. La gente empieza con mucho ímpetu y al final ya no tiene fuerzas. Pero puede que en las últimas rondas estén algunos seleccionadores. Es muy importante saberse diferenciar.

¿Cómo?

Cada uno tiene que encontrar su manera. Una vez, una chica se presentó hablando de sus habilidades como ases de la baraja. Explicaba tres y luego decía que el cuarto as sólo lo desvelaría cuando la contrataran. Fue muy ingeniosa. Todo el mundo recordaba a la chica de los ases. Y, por cierto, la contrataron.