



COLUMNA INVITADA

LA IMPORTANCIA DE LAS 3 P: PERSISTENCIA, PACIENCIA Y PRUDENCIA

POR FELIPE BUENO / DIRECTOR SENIOR DE SEALE & ASSOCIATES. CUENTA CON MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA EN FUSIONES Y ADQUISICIONES, DESARROLLO DE NEGOCIOS Y ASESORÍA CORPORATIVA EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA.

Para que un cliente contrate una empresa de servicios de asesoría se requieren muchos esfuerzos, principalmente para obtener la primera reunión con un cliente potencial y para juntas posteriores. Es muy raro que en la primera reunión el asesor sea contratado. Nuestro negocio es de largo plazo: tenemos ejemplos de más de 10 años de relación hasta que somos contratados.

Al igual que un candidato a una posición se prepara conociendo toda la información de la empresa que le va a entrevistar, así nosotros nos preparamos para visitar a nuestros clientes potenciales.

La primera impresión es la que más cuenta y en nuestro negocio la primera oportunidad puede ser la última, si cometemos algún error.

Nos dedicamos a fusiones y adquisiciones y somos creyentes de las 3 P: Persistencia, Paciencia y Prudencia.

Contactamos a las empresas, no porque tengan alguna necesidad de nuestros servicios, sino para dejar en su mente que existimos y estamos a sus órdenes para cuando se requiera.

CÓMO OBTENER UNA JUNTA CON LA PERSONA CORRECTA EN LA EMPRESA CORRECTA

Es importante definir el tamaño y giro de la empresa antes de gastar tiempo en conseguir juntas.



Tratándose de una gran empresa, lo correcto es ir con el ejecutivo a cargo de nuestra especialidad; por ejemplo, el director de desarrollo de negocios o el director de administración y finanzas. Para una empresa mediana siempre es recomendable visitar al dueño o al director general y siempre es recomendable sugerir que se invite a las personas que ellos indiquen.

CÓMO ENCONTRAR EMPRESAS POTENCIALES A VISITAR:

Es importante hacer una buena investigación del universo de firmas a contactar y para esto nos podemos auxiliar, entre otras herramientas, de las siguientes:

- **Revistas:** algunas revistas de negocios nos presentan las 100, 500 o 1,000 empresas más grandes.
- **Las asociaciones empresariales, profesionales, etcétera son una buena fuente de información.**
- **Conferencias en escuelas de negocios, cámaras empresariales, asociaciones profesionales, etcétera son una gran fuente de contactos.**
- **El networking es muy importante: colegas amigos y conocidos son una gran fuente de datos.**
- **Personas experimentadas y respetuosas que no trabajan en nuestra firma, pero que conocen a muchas personas y empresas, son muy útiles para introducirnos con las compañías que queremos conocer. Estas personas trabajan con nosotros y se les paga una comisión por introducción en caso de éxito.**
- **Colegas que no compiten con nuestra especialidad son fuente de oportunidades: así, abogados recomiendan a banqueros y estos a su vez a firmas de recursos humanos, etcétera.**
- **Internet es una gran herramienta, ya que puedes consultar por giro, tamaño, región, etcétera.**
- **Los periódicos son una fuente de información, ya que aparecen noticias relacionadas con las personas y empresas que andamos buscando.**
- **Debemos tener los ojos abiertos en las carreteras, aeropuertos y en todo lugar, ya que de forma directa encontraremos grandes oportunidades.**



Cada empresa debe de tener sus propias bases de datos, en las que aparece en forma clasificada la información de clientes actuales y potenciales.

Una vez conocida la empresa a la que queremos visitar y la persona correcta, es muy fácil conocer el teléfono y el correo electrónico correspondiente. Existen herramientas, aparte de internet, que nos ayudan a conocer esta información y, en casos extremos, la asistente del directivo es clave para obtener la información. Si no nos proporciona los datos de su jefe, siempre nos puede dar sus datos para mandarle un correo a ella y que después se lo pase a su superior.

Se requiere de “un padrino” que nos recomiende para contactar a cada ejecutivo, y una de las herramientas para encontrarlo es LinkedIn, ya que presenta a las personas conocidas por el candidato y que también son contacto nuestro.

Debemos de poner mucha atención en la rotación de los ejecutivos, ya que cuando hay un movimiento terminamos con dos contactos, en lugar de uno: quien sustituye a la persona que se mueve y el nuevo puesto de quien cambió de empresa o posición

La tarjeta de presentación, que cada día se usa menos gracias a la tecnología, para nosotros es muy importante, ya que cuando tú la entregas a la persona correcta, a ella no le queda más que responder con su tarjeta o al menos con su número de teléfono

Se vale tomar riesgos; por ejemplo, en una ocasión observé que un empresario de alto nivel estaba esperando a alguien en un restaurante. Me acerqué a su mesa, le di mi tarjeta y le expliqué en 20 segundos lo que hacemos y para quién hemos trabajado. Le dije que quería enviarle un correo. Accedió. Luego nos recibió y finalmente nos contrató.

En otra ocasión, en una boda me acerqué a un empresario muy conocido. En pocos segundos le di mi tarjeta y le expliqué a qué nos dedicamos. El lunes siguiente me llamó una tercera persona que estaba escuchando y a quien también le había dado mi tarjeta. Esta persona nos contrató.

Hace algunos años me enteré de que una firma estaba por realizar una transacción y, al tener ya decidido quién la ayudaría en el proceso, no quiso recibirme, aun después de muchos intentos. Me enteré de que iría a una corrida de toros el siguiente domingo. Me preparé y asistí a la corrida, lo localicé, le di mi tarjeta y aceptó una junta.

A continuación presento estrategias que desarrollamos para mantener, cultivar y enamorar a nuestros clientes potenciales. Esto es parte de las 3 P que comentamos anteriormente:

- **Cada mes enviamos a nuestros clientes, actuales y potenciales, una carta con noticias internacionales y nacionales sobre nuestra especialidad.**
- **Cada vez que hacemos el cierre de una transacción, lo compartimos con todos nuestros contactos.**
- **Contamos con bases de datos globales en las que obtenemos noticias de interés por tipo de industria y esto lo compartimos con nuestros clientes.**
- **Las comunicaciones son muy prudentes. Lo hacemos de vez en cuando y de modo que no cansemos a las personas. Somos muy activos en redes sociales y, de hecho, aparecemos en Twitter, LinkedIn, etcétera.**
- **Publicamos artículos de interés en revistas especializadas y en redes sociales. Contamos también con herramientas que nos ayudan a saber quién entra a visitar nuestro sitio de internet, nuestros artículos en redes sociales, etcétera. Esto es muy útil, ya que con esta información podemos contactar a nuestros clientes, si sabemos que ellos están buscando algo.**

Al emplear todas las herramientas es muy importante darle seguimiento a cada tema, ya que estamos hablando de múltiples clientes, proyectos y necesidades específicas. En una ocasión me presenté en Guadalajara, un martes, con un colega dedicado a otro tipo de asesorías. Le expuse lo que hacemos en nuestra firma y me comentó que era una lástima que hasta ese momento nos conociéramos, porque él tenía un cliente que iba a realizar una transacción del tipo de nuestra especialidad. Como la decisión del Consejo sería el jueves en Sonora (en dos días), le pedí la oportunidad de presentarme al siguiente día con las personas adecuadas. El jueves nos estaban contratando.

Para nuestros clientes, el servicio tiene una prioridad quizá número 28; para nosotros atenderlos es la prioridad uno. Por eso, la importancia de las 3 P. Es como David y Goliat: nosotros somos Goliat y contamos con la cultura y herramientas que nos ayudan a atender a David. 