

# Ligações em cadeia

**Cinco pessoas podem ser suficientes para chegar a empresários como Bill Gates ou Belmiro de Azevedo. Parta à conquista de contactos e não deixe parar a sua rede**

Texto **Ana Taborda** Foto **Clara Azevedo**

**I**van Misner costuma comparar os homens de negócios a habitantes de cavernas. “Levantam-se de manhã na sua caverna com televisão, a que chamam casa. Depois vão até à garagem, entram na sua caverna de quatro rodas, chamada carro, e conduzem até ao escritório, para a sua outra grande caverna com computadores. No fim do dia voltam a entrar no carro e regressam a casa.” Entretanto, passam ao lado de contactos essenciais para dinamizar os seus negócios.

O fundador e presidente do Business Networking International (BNI), uma organização sem objectivos lucrativos que promove encontros para desenvolver alianças entre profissionais, admite que a equação não é simples de resolver: com agendas de trabalho cada vez mais preenchidas, os empresários e gestores tendem a passar os contactos para segundo plano. E arriscam-se a entrar num ciclo vicioso. “Como não conhecem as pessoas certas, demoram mais tempo a fazer negócios e perdem muitas oportunidades”, explicou Ivan Misner em entrevista exclusiva à EXAME.

Afinal, conhecer pessoas influentes pode agilizar as relações. Há estudos que defendem que, com os contactos certos, cinco pessoas podem permitir chegar a empresários como Bill Gates ou Belmiro de Azevedo. Para desenvolver estas ligações come-

ce por seguir o princípio do *givers gain*, ou seja, ganhar com o que se dá. E o que se dá e troca são referências e contactos que podem ser úteis a outras pessoas.

Com 4700 grupos, em 37 países, os 93 mil associados do BNI trocaram perto de 5 milhões de referências em 2006. Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Escandinávia e Austrália têm os núcleos mais desenvolvidos desta rede, que no ano passado, gerou um volume de negócios de 1,5 mil milhões de euros, o equivalente ao PIB do Liechtenstein. “Para o ano vou procurar um país maior”, graceja. Em Portugal, o BNI tem um ano, seis grupos, e as 2 mil referências trocadas originaram 3 milhões de euros de facturação.

## Organize-se e ganhe tempo

O planeamento é a chave do sucesso. “As pessoas pensam que o boca a boca é como o tempo: é o que é, e não há muito que se possa fazer acerca disso. Por isso, não se organizam e não cultivam relações.”

Uma dificuldade que o BNI procura ultrapassar, apostando numa agenda de trabalho estruturada. Organizados por região, os grupos têm entre 12 e 40 pessoas, um líder que muda a cada seis meses, e aceitam apenas um profissional de cada área de actividade. “É mais fácil passar referências e falar abertamente sem estar frente a frente com os nossos concorrentes directos.”

As reuniões decorrem uma vez por semana. E para não haver desculpas começam entre as 6.30 e as 7 horas e terminam às 8 horas, uma hora em que os profissionais dificilmente conseguem justificar a sua ausência. Depois de se apresentarem aos novos membros, todos os participantes fazem uma introdução de 60 segundos, em que explicam quem são e qual a sua actividade. “Não se trata de vender nada, mas, sim, de treinar uma força de vendas, explicando aos outros membros do grupo a melhor forma de nos referirem”, sustenta.

“Mas um minuto não é suficiente. Por isso, em cada reunião, há uma ou duas apresentações de dez minutos.” Depois, segue-se a parte determinante do encontro, em que os participantes divulgam os contactos das referências que têm para passar.

Além do BNI, Ivan Misner aconselha os profissionais a juntarem-se a outros grupos, como as câmaras de comércio locais.

“Em média, é preciso dedicar entre seis a oito horas por semana ao *networking*.” Mas, mais uma vez, depende da área de negócio e do tempo de profissão. “Uma pessoa que trabalhe há 20 anos e que tenha uma forte rede de contactos provavelmente não precisa de dedicar tanto tempo ao *networking* como alguém novo no negócio.” E quanto mais tempo perma-

## Americano, mas pouco

Trocou a consultoria pelo BNI. Hoje lidera a maior rede de *business networking* mundial, um negócio que diz ser pouco inspirado na cultura dos Estados Unidos

Tudo começou quase por acaso. Há 22 anos, **Ivan Misner** trabalhava como consultor de gestão e estava à procura de referências para o seu negócio. Juntou alguns amigos, começaram a trocar contactos e, quase sem perceber, criou

um pequeno grupo de *networking*. Depressa começou a ser solicitado para ajudar a criar um segundo grupo, depois um terceiro e, no final do primeiro ano, em 1995, o BNI tinha 20 clubes nos Estados Unidos.

“Esta é a coisa menos americana que já fiz”, assume. Quando pensa na forma de fazer negócios nos Estados Unidos pensa em colaboração e cooperação? Não, a ideia é eliminar os concorrentes.” Licenciado em Ciência Política e doutorado pela Universidade da Califórnia do Sul decidiu abandonar a consultoria e começou a leccionar cursos sobre capital social e negócios.





Ivan Misner lecciona na Escola de Psicologia Profissional do Colorado e já publicou nove livros

necer numa rede de negócios, maior o número de referências que lhe serão passadas. De acordo com um estudo realizado pelo presidente do BNI, para 52,3% das pessoas que estavam na organização há menos de um ano o valor máximo das referências foi de 200 euros. Por outro lado, nenhuma das pessoas que integrava o BNI há vários anos teve referências inferiores a 200 euros, 52% receberam contactos que geraram negócios de 2 mil euros, e 22% afirmaram ter excedido 4 mil euros.

### Uma questão de confiança

A explicação é simples. "Tal como não daria a chave da sua casa ou do seu carro a um estranho, também não passa um contacto a um desconhecido." É preciso criar uma

relação de confiança. "Com estes encontros regulares, as pessoas sentem-se confortáveis para passar referências e percebem que tipo de contactos interessam aos outros membros." Além disso, é mais fácil perceber em que meios se movem os participantes e que pessoas podem conhecer. Mas quanto tempo é necessário para construir esta relação? A curva de confiança varia em função das profissões e das competências de cada pessoa. "Mais facilmente se dá o contacto de uma florista, do que o de um consultor, por exemplo. Além disso, há pessoas que, naturalmente, tem mais apetência para desenvolver relações." Em suma, "não é quem conhece, nem quem o conhece a si que conta, mas, sim, quão bem o conhece". ■

## Regras de ouro

Tome nota dos dez pontos que Ivan Misner considera essenciais para se ser um bom *networker*

- 1 Tenha sempre consigo as ferramentas essenciais ao networking** Cartões de apresentação seus e de outros profissionais, brochuras ou panfletos informativos sobre o seu negócio.
- 2 Estabeleça um objectivo** para o número de pessoas que quer conhecer, de acordo com as características do grupo que frequenta, e certifique-se de que obtém os seus cartões.
- 3 Comporte-se como o anfitrião e não como um convidado** Tome a iniciativa de cumprimentar e apresentar os visitantes, não espere que sejam eles a vir ter consigo.
- 4 Ouça e faça perguntas** Depois de perceber o que a outra pessoa faz, explique-lhe o seu negócio. Não parta do princípio de que os outros sabem o que faz.
- 5 Não tente fazer negócios, nem vender os seus produtos ou serviços** O objectivo destes eventos é conhecer e desenvolver relações com outros profissionais.
- 6 Sempre que possível dê referências** Se ajudar outras pessoas e elas o ajudarem a si, vão conseguir fazer melhores negócios. Se não conseguir dar uma referência tente fornecer outro tipo de informações.
- 7 Troque cartões de apresentação** Peça a cada pessoa que encontra um cartão para si e outro para a apresentar a mais profissionais.
- 8 Utilize o seu tempo de forma eficiente** Passe no máximo dez minutos com cada pessoa que conhece e não desperdice o seu tempo com amigos e colegas. Quando conhecer alguém com quem pretende falar mais tempo marque uma reunião para mais tarde.
- 9 Tome notas nos cartões que recebe** Registe tudo o que possa ser útil para se lembrar da pessoa de forma mais clara e facilitar os próximos contactos.
- 10 Faça o follow up dos seus contactos** Pode seguir rigorosamente os nove princípios, mas se não der continuidade aos contactos está a desperdiçar o seu tempo.