

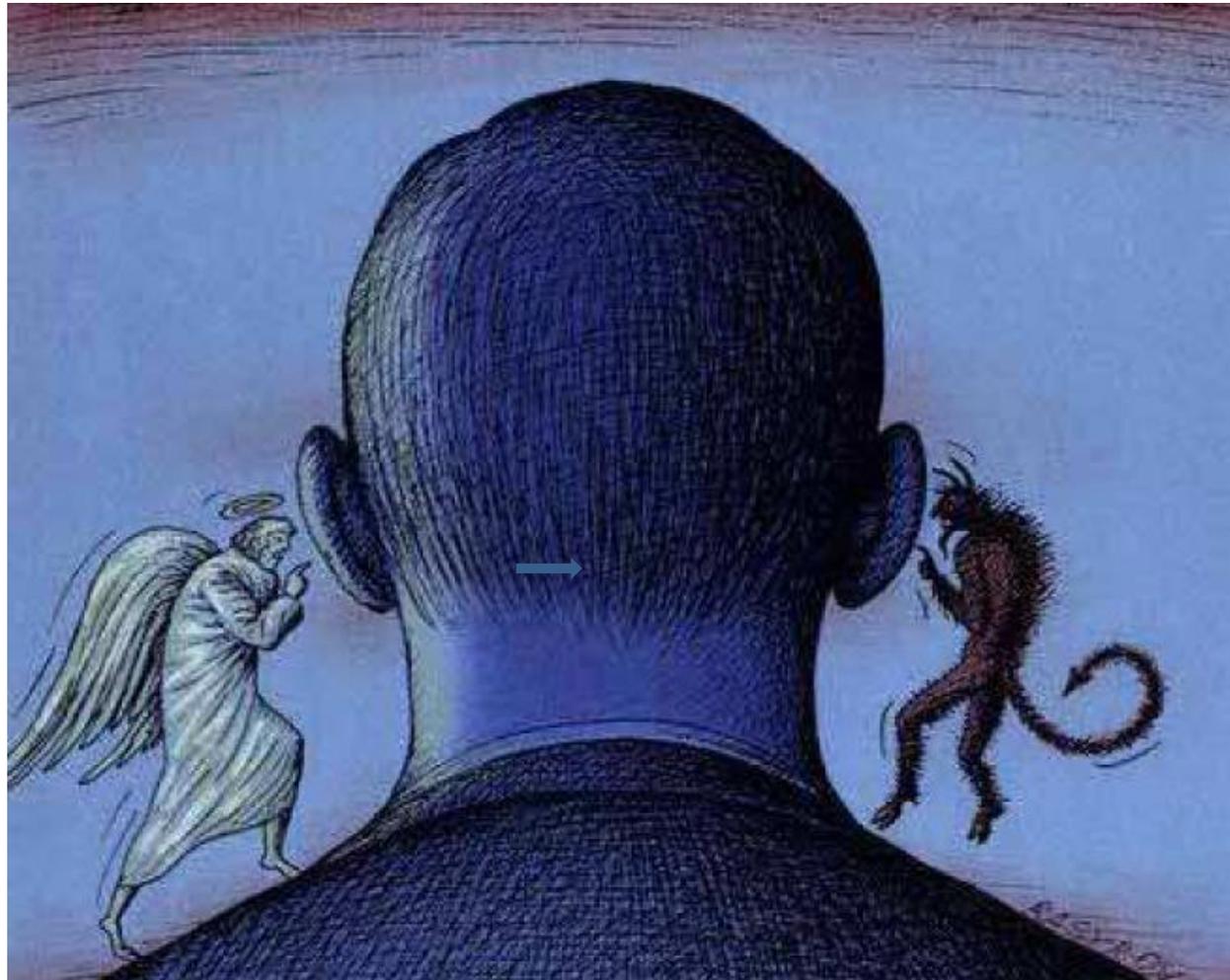


**Bienvenida Morote**  
**Coach de carrera profesional**

**Bienvenida Morote**  
***www.cambioprofesional.es***

***Trabajando para tu mejora y éxito profesional.***

# CAMBIA TU DIALOGO INTERNO Y AUMENTA TUS CONTACTOS DE NEGOCIO



# PRESENTACIÓN

- ¿Quién necesita más contactos de negocio?
- ¿Quién sabe que hacer para conseguirlos y mantenerlos?
- ¿Quién lo hace?
- ¿Cuál es la mayor limitación?

# Tu red de contactos es tu mayor **tesoro (80/20)**



31610786  
Antegrund548 | Dreamstime.com

Download from  
**Dreamstime.com**  
This watermarked comp image is for previewing purposes only.

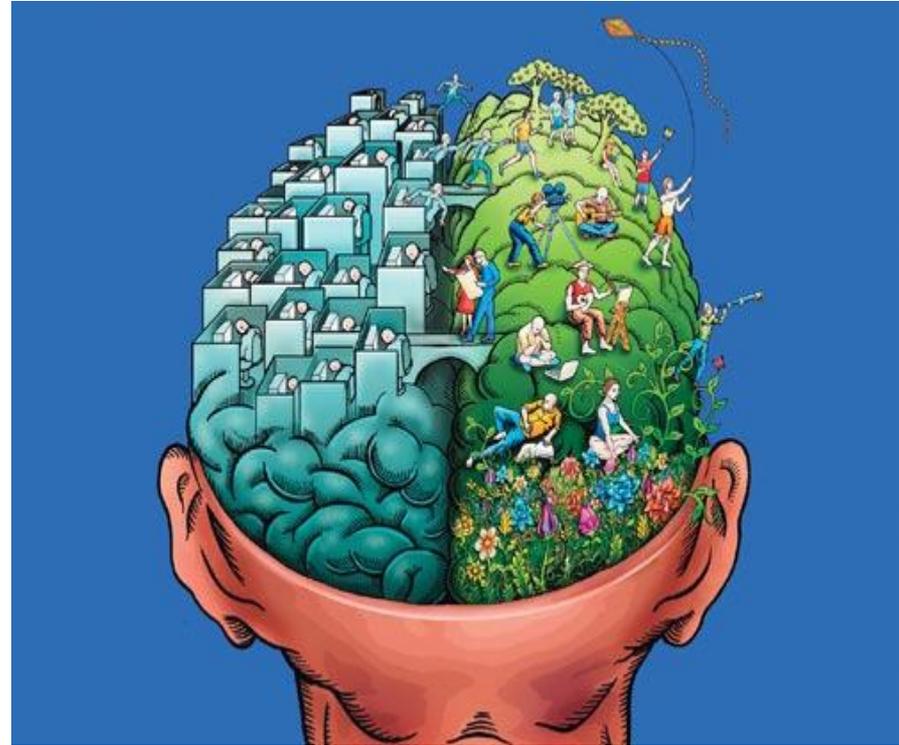
¿Qué me está **limitando** a conseguir nuevos contactos de negocio?

Mi **DIALOGO INTERNO**:

- Miedo al rechazo.
- Creer que no soy extrovertido.
- Falta de confianza en un mismo, y en nuestro proyecto y mensaje.
- Falta de objetivos claros.

# ENEMIGO: D.I.L.

- «y si le resulto un pesado»
- «y si no le interesa lo que le cuento»
- «y si no le apetece hablar»
- «y si me dice que no»
- «y si no le apporto nada»
- **Perdemos** oportunidades por nuestro DIL.



# NUESTRA MENTE

**1) PENSAMIENTO**

**2) EMOCION**

**3) CONDUCTA**

**4) RESULTADO**



# ¿Cómo cambiar creencias limitantes?

*“No soy buena/o haciendo contactos”. «Soy tímido-a»*

*«me da vergüenza hablar con una persona que no conozco de mi proyecto»*

¿Cuál es la intención positiva? ¿Qué evitas que te desagrada?

¿Qué ganas pensando así?

¿A qué renuncias pensando así?

¿En qué te basas para pensar así?

¿Te acerca o aleja de tu objetivo?

¿Quién eres con ese pensamiento?

¿Quién serías sin ese pensamiento?

¿A quién conoces que rompa esa creencia?

¿Merecería la pena pensar de otra manera?

¿Cuáles serían las ventajas?

- ¿Cuál sería la creencias contraria?
- ¿Cómo puede mejorar tu vida aplicando la creencia positiva?
- ¿Qué es lo mejor que puede pasar si continúas con la vieja creencia?
- ¿Qué es lo mejor que puede pasar con la creencia positiva?
- ¿Qué otras formas de ver e interpretar las cosas hay?
- ¿Qué piensan otras personas?
- ¿Qué le dirías a otra persona que se encontrara en la misma situación y te contara su problema?

# Para empezar, algunas **claves**:

- ❑ Auto-conocimiento.
- ❑ Confianza.
- ❑ Saber comunicar mi producto o servicio (V.A.)
- ❑ Sabe escuchar.
- ❑ Naturalidad- autenticidad.
- ❑ Pasión por lo que dice (producto o servicio)
- ❑ Energía y vitalidad.
- ❑ Dar y recibir.

# Trabajo de auto-conocimiento

- ¿En qué destaco? ¿Qué hago muy bien y me apasiona? Talento.
- Pregunta a los demás.
- ¿Cuál es mi especialidad?
- ¿Por qué deberían elegirme a mí? Valor añadido.
- ¿A quién me dirijo? Cliente y/o colaboradores
- ¿Cómo puedo ayudarles?

# Elevator Pitch:

## ¡Llama la atención!

- a) Quien eres (nombre y apellido).
- b) A qué te dedicas.
- c) ¿Que ofreces ? tu propuesta de valor. Beneficio para los demás.
- d) ¿A quién te diriges?
- e) ¿Como aportas ese valor? (tu toque diferencial)

**¡Emociona a los demás en 1 o 2 minutos!**



# 2º TENER OBJETIVOS CLAROS

Saber marcarse metas y objetivos realistas y alcanzables.

**¿Qué quieres conseguir?**



# ¿Cómo definir **OBJETIVOS** CON **EFICACIA?**



## Modelo Smarter

- **S** (Specific) específico
- **M** (Measurable) medible
- **A** (Attainable) Alcanzable
- **R** (Realistic) Realista
- **T** (Timely) Puesto en el tiempo
- **E** (Ecological) Ecológico
- **R** (Rewarding) Recompensa

# ESPECIFICO,POSITIVO, SENTIDO.

Saber en qué destaco profesionalmente. V.A.

Saber comunicarlo mejor.

Aumentar mis contactos de negocio.

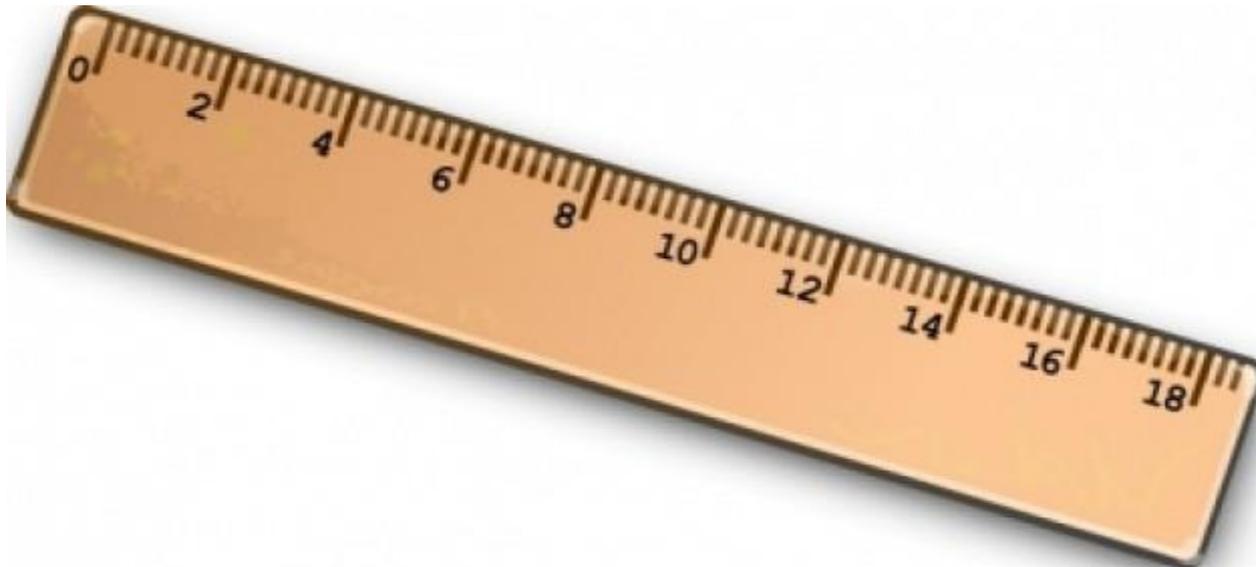
Estrategia de seguimiento de esa red.

Ir a más eventos de networking.



# ¿Qué significa **MEDIBLE**?

- ¿Cómo vas a medir que lo has conseguido?
- ¿Cómo sabrás que estás en el camino?
- ¿Qué nos demuestra que hay un resultado?
- ¿Cómo se darán cuenta otras personas?



# A de Ambicioso.

- Debe resultar motivador y retador.
- ¿En que medida te resulta retador?
- ¿Quiénes lo han conseguido antes que tú?
- ¿Cuál es tu compromiso de 0 a 10?



# R de realista.

- Debe resultar alcanzable y que dependa de ti.
- ¿en qué medida depende de tí?
- ¿Qué recursos tienes ya? ¿cuáles te faltan?



# T de temporal.

- Es preciso que determines en qué tiempo quieres lograr su objetivo.
- ¿Cuándo quieres alcanzarlo?.
- ¿Cuál es la fecha límite para conseguirlo?



# E de ecológico

Toda acción tiene consecuencias para el sistema en que vivimos (otras personas, otras áreas de tu vida, tiempo, dinero, etc). El cliente debe tenerlo en cuenta desde el inicio.

**¿A qué tendrás que renunciar si lo consigues?**

# **R** de **RECOMPENSA.**

Todo objetivo conlleva una recompensa inherente a su consecución.

**¿Qué te aportará conseguirlo?**

**¿Cuál es la recompensa al conseguir este objetivo?**

**¿Quién serás cuando lo consigas?**



# TEN UN **PLAN DE ACCIÓN**

- ¿Qué quieres llevar a la práctica de todo esto?
- ¿Cuándo lo vas a hacer? ¿día, hora?
- ¿Qué puede ocurrir para no hacerlo?
- ¿Cómo vas a solucionarlo? Plan B.
- ¿De 0 a 10 cual es tu nivel de compromiso?
- ¿Qué puede ayudarte a comprometerte?

Si quieres estar informado de cursos,  
talleres, conferencias de También  
puedes escribir al email

[bienvenida@cambioprofesional.es](mailto:bienvenida@cambioprofesional.es)

Móvil: 677 77 10 29

**¡PRIMERA CONSULTA GRATUITA!**

▶  [Cambio profesional](#)

 [bienvenidamorote](#)

▶  [@bienvenidamorot](#)

 [Bienvenida Morote](#)