



## Iniciándose en consultoría

Por Alan Weiss

### RESUMEN EJECUTIVO

La consultoría es en la actualidad uno de los negocios de mayor crecimiento en todo el mundo, reportando ganancias de \$1 billón en el 2001.

La gran cantidad de compañías que se valen de servicios de outsourcing y el creciente número de profesionales interesados en independizarse, han creado una gran demanda de información sobre cómo comenzar un servicio de consultoría.

En este manual, Alan Weiss ofrece a todo tipo de profesionales una serie de consejos prácticos y sencillos para echar a andar un negocio de consultoría. A continuación los temas tratados:

- Consejos para comenzar un negocio independiente de consultoría.
- Cómo financiar el ejercicio de consultoría.
- Consultoría de mercadeo para clientes corporativos.
- Cómo escribir propuestas que vendan.
- Requerimientos legales para ejercer la consultoría.
- Estipular honorarios, facturación, contabilidad y otros.
- Cómo captar clientes y generar publicidad para sus servicios.

### Establecimiento de metas y expectativas

Para comenzar un negocio de consultoría con éxito, es necesario seguir los siguientes pasos:

- Planificación apropiada.
- Desarrollo de relaciones y contactos.
- Desarrollo del material promocional de mercadeo.

No espere que el negocio se desenvuelva solo; la única forma de que su producto tenga demanda es trabajando duro y con mucho esfuerzo.

Si usted desea iniciar un negocio de consultoría:

- Es requisito primordial sobrevivir la curva de aprendizaje.
- Debe esperar un mínimo de seis meses para comenzar a generar ganancias.
- No deje que sus sueños de realizar una consultoría exitosa fracasen debido a metas irreales.

Al comenzar su propio negocio, debe seguir estos pasos:

1.-Reduzca los gastos: determine cuál es el monto mínimo de gastos necesarios para operar mensualmente.

2.-Aparte dinero: haga a un lado cierta cantidad de dinero en efectivo que pueda necesitar en el primer año de operación. Algunas fuentes de financiamiento son: un préstamo con garantía hipotecaria, ahorros, ahorros de jubilación, inversiones y miembros familiares.

3.-Prepárese usted mismo: para la inversión que supone comenzar un negocio de consultoría, y para los retos que le deparará el futuro en dicho negocio.

Asegúrese de que su plan de consultoría contemple la aplicación de talento, experticia, experiencia y otras cualidades relevantes, para mejorar la situación actual del cliente.

Esta tarea requiere de una mezcla de ciertas características, entre ellas:

-Perspectiva y sentido del humor: es complicado mantener dichas cualidades en todo momento, pero como consultor usted no debe permitir que los ánimos se exacerbén.

-Persuasión: usted debe discurrir de modo que influya en la conducta o decisiones del cliente. Los consultores que no cuentan con buenas capacidades oratorias, se limitan a sí mismos y pierden un poco de terreno en el negocio.

-Intrepidez: antes de emprender la carrera de consultor, reflexione sobre lo siguiente: ¿puede usted salirse de los negocios que no le gustan? ¿Tiene usted el coraje de decirle, directamente, a un ejecutivo, que está cometiendo errores o que sus opiniones sobre el negocio son erradas?

-Escucha activa: deténgase a escuchar con atención, sin que su monólogo interior interfiera con lo que trata de comunicarle su interlocutor. No cometa el clásico error del consultor que habla y habla sin parar.

-Rápida estructuración: esto requiere la habilidad, por una parte, de resumir rápidamente los asuntos claves, para ayudar a los clientes a definir el problema; y, por la otra, de escuchar activamente al tiempo que se procesa la información.

-Generación de valor: no retenga sus conocimientos al cliente, ni lo otorgue en pequeñas dosis. Comparta sus conocimientos y gánese el respeto del cliente; este reconocerá así su aporte a la solución.

-Potencia intelectual: usted debe ser justo y darle la misma

calidad de servicio y atención a todos sus clientes.

-**Practicidad:** es la habilidad para hacer tangibles los conceptos abstractos. Los clientes desean resultados inmediatos y prácticos, debido a la urgencia de sus negocios.

-**Capacidad de respuesta:** un buen consultor debe devolver las llamadas dentro de los primeros 90 minutos; ganar un contrato puede depender de llegar al cliente antes que los demás.

### Empleo del tiempo

Desperdiciar el tiempo puede ser fatal para un consultor; el tiempo es un recurso importante, que debe ser bien administrado.

El consultor debe tener en cuenta que el trabajo es un medio para lograr otros fines. Para emplear mejor el tiempo, siga estos consejos:

- Integre su vida privada a su vida laboral.
- Haga listas para construir *momentum*.
- Delegue aquello que pueda ser realizado por otros; sobre todo si están capacitados para tal fin.
- No desperdicie su tiempo en asuntos de menor importancia; enfóquese en aquello que es realmente importante.
- Siga sus propios instintos y utilice su tiempo en la forma que le parezca más adecuada.
- Mantenga un santuario laboral en su oficina; un lugar en donde usted esté libre de intromisiones y distracciones.
- Invierta en eficiencia.
- Proteja su tiempo personal; no deje que nadie invada su privacidad.
- Planifique todos sus compromisos a largo plazo.
- Reserve en su horario un poco de tiempo en caso de cualquier eventualidad.

### Organización de asuntos legales y financieros

Para organizar los asuntos legales y financieros, necesitará dos jugadores claves: un abogado y un contador.

Ambos le deben ayudar tanto a evitar cualquier tipo de problema legal como a buscar nuevos clientes.

### Mercadeo fundamental

Un consultor no conseguirá clientes haciendo sólo llamadas. De hecho, aunque lo normal es que los consultores ofrezcan sus servicios, es mucho mejor cuando el cliente solicita los servicios.

Esto hace que se cree una relación de colaboración más estrecha entre el consultor y el cliente, que estimulará el proceso de consultoría. Por otro lado, el mercadeo no consiste en vender, sino en crear la necesidad del producto entre los posibles

compradores.

En el caso del negocio de consultoría, el mercadeo es una herramienta sumamente eficaz, ya que ayuda notablemente a atraer clientes.

### Creación de un kit de prensa

El kit de prensa es la principal herramienta de mercadeo de un consultor, pues pone de relieve el profesionalismo del mismo.

Un kit de prensa es básicamente una carpeta de presentación con bolsillos internos y una ranura donde puede insertar su tarjeta de presentación. El kit de prensa permite ahorrar gastos en panfletos y folletos.

Es importante que usted invierta en adquirir la mejor carpeta de presentación posible, y que cuando mejoren sus finanzas, la vaya mejorando.

Un kit de prensa consta de:

-**Una hoja de resultado del cliente:** donde debe detallar el beneficio que su trabajo brindará al cliente.

-**Testimoniales:** usted debe recolectarlos haciendo trabajos sin cobrar, o dando discursos, con el fin de hacerse notar y poderle pedir la tarjeta de presentación a quienes se hallan mostrado interesados.

Para poder armar un buen kit de prensa, usted necesitará un mínimo de 5 o 6 tarjetas de presentación.

-**Un resumen biográfico:** usted debe redactar en forma honesta y profesional, una breve descripción de sí mismo, sin que parezca un resumen curricular.

-**Papeles de posición:** estas poderosas herramientas no deben ser promocionales, pero deberían presentar opciones interesantes de forma colorida.

-**Referencias:** usted debe proporcionar estas referencias de manera automática, en lugar de esperar que el cliente se las pida. Trate de conseguir el mayor número de referencias posible, para que llene con estas al menos una página.

### Mercadeo Avanzado

#### Creación de una marca

Una vez que su negocio de consultoría arranque y comience a desarrollarse, será necesario crear una marca de su servicio. Un buen punto de partida es creando una página web.

Para ello:

-Visite todas las páginas web que pueda, relacionadas con el mundo de la consultoría, para que se haga una idea de las posibilidades.

-La página web no debe parecer un mero anuncio publicitario.

-Es importante contar con un buen diseñador de páginas web, que comprenda y sepa plasmar lo que usted desea

transmitir.

-La página web debe tener:

- 1.-Una imagen clara .
- 2.-Un “gancho” que induzca a la gente a visitarla de nuevo.
- 3.-Credibilidad en su contenido.
- 4.-Un mecanismo para que los usuarios puedan contactarlo.

### Publicación

Publicar su trabajo es una buena forma de obtener más clientes; lo más recomendable es hacerlo mediante una publicación comercial:

- 1.-Ante todo debe averiguar cuáles son las preferencias de lectura de sus posibles clientes.
- 2.-Revise la publicación para saber si aceptan colaboradores o anunciantes externos; también para saber si usted se identifica con la línea editorial, y para determinar si usted puede contribuir.
- 3.-Una vez que tenga claro todo lo anterior, envíe una petición al editor, discutiendo un tema que le gustaría tratar, y especifique por qué dicho tema sería de interés para los clientes que leen la publicación.
- 4.-Incluya en la propuesta sus credenciales.
- 5.-Explique de manera directa y concisa por qué usted es la persona correcta para escribir el artículo.
- 6.-Espere la respuesta: no llame usted. Si es posible, fije una cita con el editor: una relación directa es más ventajosa.

### Otras herramientas de mercadeo

Otras herramientas que le serán de utilidad como consultor son:

- Logotipo: lo mejor que puede hacer es buscar ayuda profesional de un diseñador gráfico.
- Material de presentación: la papelería debe ser en principio simple y atractiva.
- Sobres: deben tener el mismo motivo que el material de presentación. Asimismo, deben tener impreso en la parte superior izquierda: nombre de la empresa, dirección y logotipo.
- Etiquetas: que tengan su dirección para utilizarlas en los paquetes de envío.
- Tarjetas de presentación: su diseño debe comunicar clase y profesionalismo.

### Logrando contactos

Una vez que tenga su material listo, debe comenzar a hacer contactos; la mayoría de las personas piensa que esto consiste

sólo en repartir tarjetas de negocios y hacer nuevas amistades.

El hacer contactos es la búsqueda interactiva de relaciones recíprocamente beneficiosas; la meta es conseguir clientes y cerrar tratos de negocios con ellos, y asegurarse de ofrecerles beneficios, al tiempo que ellos le ofrecen beneficios a usted.

Para hacer contactos de forma exitosa, usted debe:

- 1.-Averiguar con tiempo quiénes asistirán a la misma conferencia que usted. De ser posible, obtenga una lista de todos los participantes y cree una lista de posibles clientes.
- 2.-De encontrarse en un evento, usted puede comenzar a charlar casualmente con las personas; preséntese a los demás sin describir su tipo de trabajo, simplemente escuche. Cuando hable, hágalo para que los demás se pongan a hablar, no trate de hacer contactos personales cuando se encuentre en un grupo de personas hablando, espere hasta que pueda pasar algún tiempo con cada uno de ellos.
- 3.-Ofrezca algún tipo de valor tangible, basándose en lo que usted ha escuchado –algún contacto clave, algún tema sobre el cual usted posea suma experiencia, algún libro, etc. Pida a los posibles clientes sus tarjetas de presentación, para luego contactarlos si les ha ofrecido algún tipo de información; asegúrese de cumplir su palabra.
- 4.-Luego de todo, reafirme su deseo de ayudar y expréselo en una carta acompañada de su material promocional.
- 5.-En unas semanas, envíe material adicional, relacionado con los intereses de los posibles clientes; si éstos responden con una nota de agradecimiento, aproveche la oportunidad y sugiera una reunión para así hablar mejor del asunto y conocerse más. De no obtener respuesta alguna, llame para saber si recibieron el material enviado, e igualmente sugiera pautar la reunión.

Quizás todo esto parezca un desperdicio de tiempo, pero debe recordar que es la calidad de sus contactos, y no la cantidad, lo que cuenta en el negocio de la consultoría.

### Discursos públicos

Otra herramienta poderosa para promover su negocio de consultoría es dar discursos. Un buen lugar para comenzar es en grupos locales como Rotary, Kiwanis y Lions, que siempre necesitan buenos oradores.

A pesar de que en estos lugares no ofrecen ninguna remuneración al orador, este adquiere la práctica necesaria al tiempo que se expone ante posibles clientes locales, que pueden ser añadidos a la libreta de contactos. Trate de realizar, además, charlas y discursos en asociaciones de comercio y finanzas.

Recuerde que sus discursos deben versar sobre los intereses de su audiencia.

Este Resumen ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios  
en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



Estadísticas e Investigación de Mercado Digital  
en Latinoamérica

<p><b>Título original :</b> Getting Started in Consulting</p> <p><b>Editorial:</b> John Wiley &amp; Sons</p> <p><b>Publicado el:</b> Enero de 2000</p>	<p>Resumido no persigue reproducir de forma parcial ni total contenido alguno de las obras de intelecto citadas para búsqueda, ni la forma en que dicha información ha sido expuesta con relación a los títulos sugeridos, en respeto a la propiedad intelectual y respectivos derechos de autor objeto de las diferentes publicaciones, sino por el contrario ofrece la oportunidad, que las mismas sean no solo conocidas sino también adquiridas en beneficio de sus respectivos creadores, motivo por el cual Meltom Technologies, se reserva el derecho de excluir cualquier título que a su conveniencia o inconveniencia del autor, cuando se presume la vulneración de derechos subjetivos, particulares y directos de los mismos.</p>
<p>¿Le gustó el Resumen? Compre el libro en: <a href="http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=260">http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=260</a></p>	