

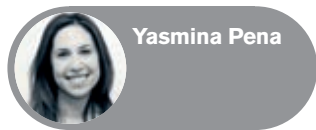
La contra de...

Ignacio Sánchez-Harguindey

Director ejecutivo de Link&Partners

“Impactamos allí donde nuestros clientes no pueden o no saben”

Link & Partners es una consultora comercial y de negocio que se especializa en la generación de negocio e implantación de mejoras en la eficacia y eficiencia de los departamentos comerciales. El objetivo es ofrecer soluciones comerciales y garantizar así la mejora de resultados de la empresa. Diario Financiero ha hablado con su director ejecutivo, Ignacio Sánchez-Harguindey, quien nos ha contado cómo trabaja la empresa.



Yasmina Pena

Su empresa se dedica, entre otras cosas, al coaching. ¿En qué consiste exactamente esta práctica?

El coaching es una práctica cada vez más extendida que consiste en activar un proceso de crecimiento personal en el cual se trabaja desde la perspectiva del compromiso y la responsabilidad. Un proceso de coaching permite que una persona (coachee) vaya tomando consciencia de sus recursos internos para sacar adelante los objetivos que quiere trabajar, y el coach es la persona que le acompaña en este proceso, y así conseguir que el coachee pase de su momento actual a una situación de crecimiento integral.

¿Cuáles son los resultados finales con los que se encuentran los clientes?

En general los resultados son satisfactorios para el coachee, desde el punto de vista del crecimiento y la toma de consciencia de sus recursos y de lo que es capaz de conseguir. Empezar un proceso de Coaching requiere asumir un compromiso consigo mismo y por ello es habitual que sí se consigan resultados. Por otro lado, la empresa se beneficia en varios aspectos: puede profundizar en el orgullo de pertenencia de su equipo, reforzar a las personas en procesos de cambio organizativo, cambios de puesto y responsabilidad, contribuye a mejorar las habilidades interpersonales, mayor productividad, entre otras muchas.

Además aportan nuevas oportunidades de negocio. ¿Cómo son estas nuevas oportunidades?

Presentamos y ofrecemos sinergias con empresas similares para aunar fuerzas y ahorrar costes y esfuerzos. Analizamos las necesidades de cada cliente y adaptamos las mejores estrategias que nos brinda el mercado para generar nuevas oportunidades. Estudiamos la competencia y lo que funciona en otros países y lo ponemos en práctica para mejorar los resultados de cada cliente. Impactamos allí donde nuestros clientes no pueden o no saben. Conseguimos una transformación muy positiva de la empresa.

¿Y cómo aportan valor al negocio?

Profesionalizando aún más a las empresas, dotándolas de un valor diferencial frente a sus competidores, punto en el que hacemos mucho hincapié desde el comienzo de las negociaciones. Mejorando el Branding de las empresas y haciendo que la empresa ofrezca al cliente lo que éste necesita, y no lo que la empresa quiere venderle. Escuchamos al cliente y de esa manera aportamos valor en la interlocución.

¿Qué tipo de empresas recurren a usted?

Dependiendo de los servicios que nos demanden existen varios tipos de empresas, la parte de Coaching y Formación nos la contratan grandes empresas, y el resto de servicios como la

generación de negocio, mejora de imagen y selección son las micro, pequeñas y medianas empresas de sectores muy dispares, como empresas tecnológicas, de servicios financieros, de telefonía, abogacía, construcción, eléctricas, empresas de trabajo temporal, hosteleras, agencias de comunicación y marketing. En definitiva, empresas de todo tipo con necesidades de mejorar sus resultados, departamentos de ventas e imagen de marca.

Hemos hablado del antes. Ahora viene el después. ¿Cómo repercute toda vuestra ayuda en las empresas?

De una manera muy positiva, les ayudamos a cumplir con sus metas y objetivos, les enseñamos a comunicarse tanto dentro como fuera de la empresa y muestra de que estamos haciendo un buen trabajo es que nuestros clientes nos prescriben a sus propios socios y clientes como una consultora de confianza que puede ayudarles a mejorar sus resultados. De esta manera creamos un mayor vínculo con nuestros clientes y un ambiente de trabajo amigable y empático, pasando a formar parte activa de su día a día.

El área del marketing realizan una estrategia comercial basada en cambios de filosofía o metodología. ¿Cuáles son esos cambios?

Son cambios culturales de la empresa. La forma de comunicar, de afrontar las quejas de los usuarios y de los canales de atención al cliente, hacemos ver al cliente que su marca es la marca de sus usuarios y por ello, el usuario es muy importante. Por tanto, hacemos ver que la empresa y sus productos no deben ser estáticos, ya que muchas veces los usuarios demandan otras cosas, y son esas cosas las que pasan a formar parte del eje principal de la estrategia. Ayudamos y enseñamos a escuchar para mejorar y por tanto



La entrevista completa en www.diariofinanciero.com

aumentar la conversión a ventas.

Dicen que con su ayuda, los servicios de las empresas mejoran en un 85 por ciento. ¿Cuál es la receta?

No hay una receta única. El mundo online permite hacer estrategia de comercialización de una forma más ágil, medimos los resultados desde el minuto 1, por tanto tenemos la capacidad de reacción, de modificar o adaptar una campaña tantas veces como sea necesario para mejorar el ROI de nuestro cliente. Lo importante como he dicho antes, es escuchar saber qué están buscando o demandando nuestros usuarios y mostrarles eso. No queremos que el cliente venda lo que él quiere vender, sino que venda lo que le pueden comprar, para ello hay que tener una mente abierta y tener capacidad de reacción.

El ‘headhunting’, que también lo utilizáis, consiste en que un cazatalentos busca una persona con el perfil que demanda la empresa. ¿Cómo es esta búsqueda?

Identificamos al talento que buscan nuestros clientes,

cubriendo la vacante de forma eficiente y en tiempo óptimo, ya que seguimos un proceso efectivo de selección para detectar y evaluar el talento requerido.

Nuestro servicio incluye una evaluación del perfil en competencias, experiencia, responsabilidades y estado motivacional de un candidato; factores clave para el desempeño exitoso de un puesto. Así mismo llevamos a cabo búsquedas directas de manera confidencial.

Entre sus clientes. ¿Hay más pymes o grandes empresas?

Como ya he comentado antes, dependiendo de los productos que demanden trabajamos con pymes o grandes cuentas. En nuestros comienzos empezamos ayudando a startups y pequeñas empresas pero ya que gran parte de ellas no disponían del capital suficiente o del conocimiento o aptitud que se necesita a la hora de afrontar los cambios necesarios, decidimos apostar por tan solo aquellas que pudieran y quisieran un servicio Premium a un coste más reducido que el de una gran consultora o agencia especializada.