

Nunca comas solo

-Generación de redes para optimizar tus relaciones personales-



Autores. Keith Ferrazzi
Tahl Raz

Editorial: Amat Editorial
ISBN: 978-849-735-364-9
Ciudad: Barcelona-España

Reseña elaborada por:
Diego Fernando Cardona Madariaga
Vicerrector de Planeación
Universidad EAN.
Ingeniero, especializado en Gerencia,
MSc y PhD en Ciencias Administrativas
con un Posdoctorado en docencia de TI.

El 13 de abril de 2015 el Instituto de Emprendimiento, Liderazgo e Innovación (IDELI) de la Universidad EAN, a través de su estrategia de Cultura ELI, realizó la conferencia “*Marketing para Emprendedores*” impartida por Andy Ellwood, emprendedor nato que puede darse el lujo de hablar desde la experiencia de fracasos, o más bien oportunidades de aprendizaje, y múltiples éxitos. Hoy, por hoy se desempeña como presidente de *StockUp*, una comunidad de consumidores que, apoyados en aplicaciones virtuales, busca ahorrar tiempo en el proceso de compra de productos, basada en el exitoso concepto aplicado en Gowalla, adquirida por Facebook o Waze por Google. Previamente se había dedicado al difícil negocio de la venta de aviones privados, después de un interesante tránsito por el ámbito de los seguros.

Ellwood estuvo en Colombia trabajando un tema cuyo título *Get Hustler* puede generar malentendidos en el lenguaje coloquial, dado que un *Hustler* se entiende como aquella persona que puede obtener dinero de otros mediante el engaño. Obviamente el mensaje que Andy desea expresar no es ese, su mensaje es que un *Hustler* es la persona que obtiene lo que busca, es aquella que está un paso adelante y comprende que el flujo de caja es la clave del éxito de los emprendimientos. Un emprendedor con mentalidad de *Hustler* es la persona con la habilidad de reconocer oportunidades de negocio y calcular riesgos y oportunidades.

Durante la conferencia, uno de los asistentes solicitó a Ellwood una recomendación de la lectura que consideraba que podría ser clave para incrementar la probabilidad de éxito en el proceso de emprendimiento. La sugerencia fue un texto de 2005 escrito por Keith Ferrazzi y Tahl Raz, cuyo título podría ser traducido al castellano como “Nunca comas solo: generación de redes para optimizar tus relaciones personales”.

No lo había leído y ante la recomendación de Andy lo busqué a pesar de que en el turbulento y cambiante mundo actual, una década puede considerarse como una eternidad, con agradable sorpresa encontré que los contenidos y recomendaciones del libro no pierden pertinencia y aplicabilidad, no solo en el mundo empresarial, sino en el desarrollo personal. En el texto se encuentran contenidos de fondo que se podrían convertir en máximas a seguir, y al mismo tiempo, se encuentran contenidos que desde una perspectiva personal, se podrían eliminar o dejar pasar inadvertidas sin perder el foco esperado.

Del texto llama la atención el ejemplo de un becario de Oxford, William Jefferson, quien a la postre se convertiría en el Gobernador más joven de los Estados Unidos de Norteamérica como paso previo a su estancia en la Casa Blanca. El éxito de ese becario, Bill Clinton, se puede explicar por su habilidad para generar relaciones.

“Nunca comas solo” es el consejo de Ferrazi, autor del texto, como una expresión de la necesidad de aprovechar cada momento para optimizar la red de relaciones con gente a la que hay que hacer sentir importante para lograr su lealtad. A la postre, somos el resultado de las relaciones que vamos creando, y el éxito de un emprendimiento, depende en buena medida de la confianza que se cultiva y conserva gracias a esas relaciones.

Clinton lo tenía claro: la generación de redes es una competencia que un emprendedor debe cultivar para alcanzar el éxito. Un emprendedor exitoso es un líder con la capacidad de motivar a la gente para convertir una idea en una realidad.

El texto se podría clasificar como una excelente guía para la creación de redes de manera socialmente sana y de beneficio mutuo. La propuesta no es pasearse en una sala estrechando la mano de los asistentes y solicitando tarjetas de visita para archivarlas, más bien se trata de una aproximación más efectiva que se describe en 31 capítulos distribuidos en cuatro secciones con ejemplos de perfiles de personas que han sido históricamente muy buenos construyendo relaciones. A continuación un rápido recorrido del texto que espero los invite a su lectura cuidadosa.

Primera sección: Un Modo de Pensar

Capítulo 1 – Hazte socio del club: propone que la premisa básica para la creación de redes es lograr que los demás sean exitosos. Si se hace algo para que una persona sea exitosa, seguramente valorará mucho la relación que se cree y entre más relaciones valoradas se tengan, más valioso se será.

Capítulo 2 - No llesves la cuenta: se recomienda no llevar una cuenta de las acciones realizadas en la generación de las redes. Si alguien pide un favor que se puede hacer, entonces se hace sin esperar algo a cambio. Las relaciones no son intercambio directo de cosas. Si se va a generar una relación hay que buscar el éxito del otro, porque si el otro es exitoso, uno es exitoso.

Capítulo 3 - ¿Cuál es tu vocación?: la generación de redes es útil en la medida en la que se tengan metas. Las metas se logran siguiendo tres pasos; en primer lugar, identificar una pasión: ¿qué es lo que realmente se quiere hacer? ¿Qué es lo que realmente se desea hacer para el resto de la vida?, en segunda instancia, es necesario formalizar esa pasión con objetivos a largo plazo que se deben desagregar en metas alcanzables. Por último, recomienda construir una herramienta que permita verificar como se espera lograr las metas.

Capítulo 4 – Construye con antelación: la construcción de la red se debe realizar antes de que se requiera, no esperar a tener la necesidad. Entre otras acciones para construir la red, se propone; unirse a grupos de interés, asumir responsabilidades en grupos de actividades lúdicas o tratar de involucrarse con proyectos que impliquen contacto con otras personas. La idea es incrementar la exposición personal y acercarse a quienes comparten los objetivos identificados.

Capítulo 5 – El Genio de la audacia: en general, se busca lograr el equilibrio entre la humildad y la eficacia en el inicio de una relación. El texto propone ser directo, si algo se desea, entonces se debe buscar con una mezcla de coraje y talento. Hay que tocar la puerta para intentar abrirla, si se logra, es un beneficio, de no lograrlo, nada se pierde.

Capítulo 6 – Inicia la generación de redes: seis reglas que incrementan el éxito en la generación de redes; primero, si hay algo que decir, se dice con significado; segundo, no actuar con base en el chisme porque genera desconfianza; tercero, entregue algo de interés; cuarto, no maltrate a sus subalternos; quinto, sea transparente y sexto, sea auténtico.

Segunda Sección: El Conjunto de habilidades

Capítulo 7 – Haz la tarea: una vez identifique la persona que se desea conocer, averigüe quién es, cuáles son sus intereses, qué hace y sobre todo, qué tiene en común con esa persona. Eso le permitirá iniciar el contacto y generar una excelente imagen de interés por la persona.

Capítulo 8 - Anota nombres: una vez se logra la conexión con alguien, es clave obtener su información de contacto. Se recomienda comenzar con la red actual y luego construir a partir de ahí, añadiendo gente que se desea conocer por afinidad en los objetivos o porque son personajes influyentes.

Capítulo 9 – El primer contacto: entablar una relación en frío es muy complicado, por ello, es clave tratar de identificar a alguien en común con la persona con la que se desea entrar en contacto; hay que dejar en claro los beneficios de la relación y el efecto de ese primer contacto. Hay que ser eficiente en el uso del lenguaje, evitar ser confuso. Si se desea tener un encuentro personal, ese primer contacto debe ser claro en ello.

Capítulo 10 – Administra los arqueros: las personas de apoyo de quienes se desean conocer son claves. Ellos son quienes le darán acceso a quienes le interesan.

Capítulo 11 - Nunca comas sólo: las comidas son un momento ideal para conectar con la gente, por lo tanto si se come solo, se están perdiendo oportunidades de conectar con alguien.

Capítulo 12 – Comparte tus pasiones: si se desea construir una relación fuerte con alguien, hay que invitarlo a participar en algo que genere pasión.

Capítulo 13 - Seguimiento o fracaso: es necesario hacer un seguimiento de cualquier conexión que haga que los demás se sientan exitosos, por ejemplo con una simple nota de agradecimiento.

Capítulo 14 – Conviértete en comando de conferencia: el objetivo en una conferencia es maximizarla en términos de personas con las que se logra tener contacto. En general, hay que ir con la intención de contactar un grupo amplio de personas, pero establecer una buena relación con algunas de ellas. Hay que buscar el equilibrio entre estar sentado sin buscar contactos y andar hablando con todo el mundo.

Capítulo 15 – Conéctate con conectores: hay que proponerse entrar en contacto con «conectores» entendidas como aquellas personas que tienen una amplia y eficiente red personal de contactos. Para ello, es clave identificar perfiles específicos, por ejemplo los cazatalentos, las figuras públicas, los relacionistas públicos, periodistas, entre otros.

Capítulo 16 – Agranda tu círculo: una excelente manera de ampliar el círculo de contactos, es compartirlos con otras personas; organice reuniones en conjunto y todos se beneficiarán.

Capítulo 17 - El arte de la charla trivial: es una serie de propuestas para mejorar las relaciones interpersonales. La idea es ganar amigos e influir sobre ellos.

Tercera Sección: convierte conexiones en amigos

Capítulo 18 - Salud, riqueza e hijos: para impactar a alguien, hágalo preocupándose de la salud personal o financiera, o preocupándose por la familia. Eso genera una conexión real que perdurará en el tiempo.

Capítulo 19 - Arbitraje Social: construya conexiones en cuantas áreas diferentes como le sea posible. Conectar personas de ámbitos disimiles genera la percepción de un beneficio importante gracias a su conexión.

Capítulo 20 – Contactos cortos: busque momentos para hacer contactos cortos con los miembros de su red, de tal manera que se mantenga viva la relación. Una excelente excusa para ello son los cumpleaños.

Capítulo 21 – Alimenta las relaciones existentes: organice periódicamente reuniones para mejorar las relaciones existentes y crear nuevas entre sus contactos. Invite personas que no formen parte de su red de contactos y genere un flujo fresco de relaciones.

Cuarta Sección: incremente los beneficios y piense a largo plazo

Capítulo 22 - Sé interesante: nadie quiere estar junto a alguien aburrido, manténgase actualizado, tenga la mente abierta a probar nuevas cosas y no se desanime si las cosas no van como quiere.

Capítulo 23 - Construye tu marca: identifique su elemento diferenciador, cultívelo y aprovéchelo.

Capítulo 24 – Comunica tu marca: no solo construya marca, divúlguela, es necesario que los demás sepan que lo hace diferente.

Capítulo 25 – Escribir y escribir: lo que está escrito permanece. La escritura es una herramienta de comunicación muy poderosa que se debe practicar para aplicar correctamente.

Capítulo 26 – Acércate al poder: es clave estar cerca de quienes toman las decisiones, participe en actividades políticas, asista a conferencias, vincúlese en organizaciones sin ánimo de lucro, juegue golf.

Capítulo 27 – Organízalo y vendrán: uniéndose a organizaciones sociales se logra conocer gente nueva en ámbitos no necesariamente relacionados con los intereses personales que permiten ampliar la red social.

Capítulo 28 - Nunca cedas ante la arrogancia: sobrevalorar lo que se hace es un error grave, lo importante son los otros, no uno mismo.

Capítulo 29 - Busca mentores, busca aprendices, repite: busque gente a quienes ayudar y gente que le puede ayudar y haga las dos cosas constantemente.

Capítulo 30 – Ser equilibrado es una locura: lograr el equilibrio entre la vida profesional y personal no es viable. Los deseos personales son múltiples y la felicidad no está en equilibrar los componentes, más bien en mezclarlos.

Capítulo 31 - Bienvenidos a la era de la conexión: la era de Internet ofrece un entorno propicio para la generación de conexiones. El individualismo fue el modo de relacionamiento durante mucho tiempo, ahora es la comunidad y las alianzas. No hay nada malo en querer ser el mejor en el mundo, siempre y cuando usted también quiera ser el mejor para el mundo.

Si está considerando realizar un emprendimiento, la recomendación de Ellwood está perfectamente direccionada, dado que Ferrazzi le proveerá excelentes herramientas de una manera concreta y amena para incrementar su probabilidad de éxito en un mundo altamente turbulento e interconectado.

